

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Pertumbuhan industri kuliner mengalami peningkatan yang cukup pesat, terutama industri *cafe*. Menurut Maulana Wahyu Jumentara dalam situs <http://industri.kontan.co.id>, usaha *cafe* di Indonesia berdasarkan pertumbuhan rata-rata periode (CAGR) 2010-2014, naik 14%. Sedangkan proyeksi pertumbuhan CAGR periode 2014-2020 untuk bisnis *cafe* sebesar 10%. Untuk saat ini, pelaku usaha masih didominasi oleh tradisional UMKM sebesar 60%, 20% produsen besar dan sisanya adalah produsen *western food*. Data ini didukung dengan banyak munculnya usaha *cafe* yang dimiliki oleh *public figure* atau artis di Indonesia seperti All Good Coffee & Waffles milik Rio Dewanto, H Gourmet & Vibes milik Vidi Aldiano, To9rino Osteria milik Indy Barens dan Bulgogi Brothers milik Bunga Citra Lestari.

Berdasarkan data diatas, penulis yakin bahwa ke depan popularitas usaha *cafe* akan meningkat sehingga prospek usaha *cafe* penulis memiliki potensi untuk berkembang. Karena itu, *Yum Yums Cafe* muncul dan menawarkan *western food* dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. *Western Food* yang praktis dan sekali makan sangat cocok menurut penulis untuk masyarakat Jakarta yang *mobile* dan sibuk.



B. Analisis Pesaing

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2015:237), “*identifying rival firms and determining their strengths weaknesses, capabilities, opportunities, threats, objectives and strategies*”.

Dengan melakukan analisis pesaing, dapat diketahui kemampuan bersaing terhadap para pesaing lainnya. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, diperlukan juga perbandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan pesaing terdekat. Hal ini dapat membuat perusahaan mengetahui keunggulan bersaing maupun kelemahannya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, ditetapkan beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan *Western Food Yum Yums Cafe*. Berikut pesaing-pesaing dari *Yum Yums Cafe*:

1. Kologada Coffee & Food

Lokasi	: Jl. Agung Niaga III Blok G4 No. 24, Jakarta Utara
Harga	: Mahal
Kualitas Produk	: Biasa saja
Kualitas Pelayanan	: Biasa saja
Promosi	: Sangat Gencar

2. OTW Food Street

Lokasi	: Jl. Kopyor Raya No. 18, Kelapa Gading, Jakarta Utara
--------	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Harga	: Murah
Kualitas Produk	: Baik
Kualitas Pelayanan	: Biasa saja
Promosi	: Kurang gencar

Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan analisis lingkungan eksternal yang berada di luar perusahaan yang dapat menjadi suatu peluang maupun ancaman tersendiri bagi jalannya suatu usaha. Beberapa faktor eksternal yang menjadi fokus utama dalam analisis ini adalah :

1. Politik (*Political*)

Dalam dunia bisnis, resiko politik perlu dipertimbangkan karena kebijakan-kebijakan politik suatu negara banyak berpengaruh terhadap iklim di negara tersebut baik secara langsung ataupun tidak langsung. Pengaruh aspek politik seperti kebijakan pajak pemerintah yang mendukung usaha UMKM. Pemerintah menurunkan tarif Pajak Penghasilan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. Berita ini merupakan berita gembira bagi Usaha UMKM seperti *Yum Yums Cafe*. Semula, atas penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh Pengusaha UMKM dikenakan Pajak Penghasilan Final sebesar satu persen dari penghasilan bruto. Kini, mereka hanya dikenakan separuhnya saja.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Ekonomi (*Economic*)

Tingkat perekonomian suatu negara seperti rata-rata pendapatan perkapita sangat mempengaruhi bisnis karena berhubungan dengan daya beli masyarakat di Indonesia. Amerika Serikat mencoret Indonesia dari daftar negara berkembang. Pencabutan ini dilakukan oleh Amerika Serikat melalui Kantor Perwakilan Perdagangan atau Office of the US Trade Representative (USTR) di Organisasi Perdagangan Dunia (WTO). Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia yang semakin berkembang dan searah dengan pertumbuhan pendapatan masyarakat, maka tingkat konsumsi juga akan meningkat. Kenaikan tingkat konsumsi ini memberikan keuntungan bagi *Yum Yums Cafe*. Selain itu, tingkat inflasi juga berpengaruh terhadap daya beli dan harga bahan baku. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi *Yum Yums Cafe*. Faktor ekonomi ini membuat *Yum Yums Cafe* harus menyesuaikan harga jual produk yang sesuai, sehingga dapat memaksimalkan profit.

3. Sosial (*Social*)

Kehidupan sosial masyarakat seiring berjalannya waktu semakin berubah mengikuti perkembangan zaman. Gaya hidup masyarakat Jakarta semakin praktis, *mobile* dan menginginkan value yang unik dari suatu produk. Preferensi konsumen ini mempengaruhi tingkat konsumsi suatu masyarakat. Hal ini memberikan peluang kepada *Yum Yums Cafe* dalam menyediakan *western food* yang unik, praktis dan sehat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi mempengaruhi proses bisnis. Hal ini menciptakan inovasi yang menyederhanakan pekerjaan manusia. *Yum Yums Cafe* menggunakan teknologi pada penjualan, selama produksi dan *marketing* secara *online*. Internet terutama media sosial memudahkan *Yum Yums Cafe* dalam mendapatkan konsumen dan dalam melakukan mengantarkan produk. Hal ini menjadikan peluang bagi *Yum Yums Cafe* dan sekaligus menjadikan ancaman, seperti penyebaran informasi negatif di media sosial yang dapat merusak reputasi bisnis.

5. Lingkungan (*Environment*)

Yum Yums Café sebagai pelaku bisnis harus bertanggung jawab dengan menjaga kebersihan dan kesehatan tempat usaha dan sekitarnya. *Yum Yums Café* harus memperhatikan mengenai limbah yang dihasilkan. Limbah sisa bahan harus ditangani dengan baik agar tidak mencemari lingkungan. Oleh karena itu, *Yum Yums Café* menggunakan kemasan plastik yang *recyclable* sehingga tidak berbahaya bagi lingkungan.

6. Hukum (*Legal*)

Sebagai pelaku bisnis, *Yum Yums Cafe* harus menaati hukum yang berlaku di suatu negara. Karena itu, *Yum Yums Café* perlu hati-hati dalam menjalankan usahanya agar produk yang dijual serta proses yang dilakukan tidak menentang hukum yang berlaku. *Yum Yums*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Cafe harus membuat surat izin usaha perdagangan (SIUP) kecil sesuai dengan Undang-Undang no 20 tahun 2008. Selain itu *Yum Yums Cafe* juga perlu menaati peraturan ketenagakerjaan dengan memperlakukan karyawan dengan baik, tidak mengeksploitasi, menjamin keselamatan karyawan dan lain-lain.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

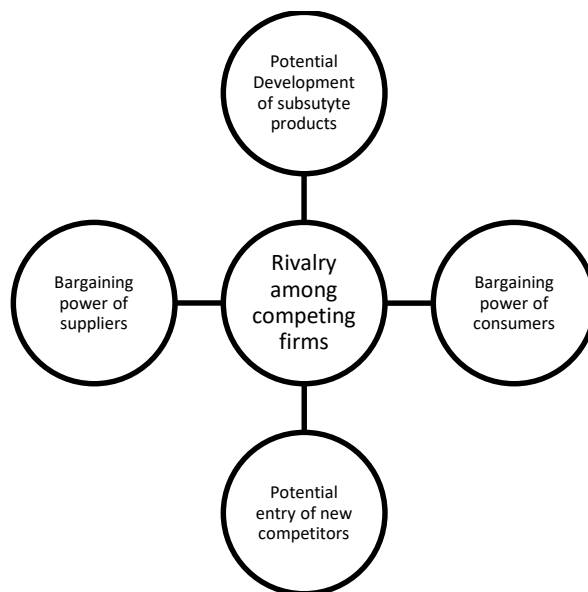
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Porter Five Forces Analysis

Lima kekuatan persaingan menurut Fred R. David dan Forest R. David (2015:239) “ *Porter’s Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries* “. Analisis ini dapat menentukan ketertarikan dari sebuah industri, dengan menganalisis tingkat kompetisi dalam sebuah industri untuk mengembangkan strategi perusahaan.

Gambar 3.1

Model Lima Kekuatan Michael Porter



Sumber : Fred R. David dan Forest R. David (2015:239), *Strategic Management*

1. Persaingan antar perusahaan saingan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam menjalankan usahanya, Yum Yums cafeakan bersaing dengan cafe lain seperti Kologada Coffee & Food, OTW Food Street, Elmakko Coffee, Black & White Coffee, Starbucks Coffee, Humble Coffee dan Four Mepple. Hal itu membuatjumlah pesaing untuk usaha *cafe* lumayan banyak. Varian produk yang ditawarkan oleh *Yum Yums Cafe* yang hanya menjual 3 jenis *western food*, itu membuat diferensiasi produk *Yum Yums Cafe*rendah.Jadi dapat disimpulkan bahwa persaingan dalam industri *cafe* cukup tinggi, sehingga menjadi ancaman bagi *Yum Yums Cafe*. Ancamannya adalah konsumen dapat berpindah ke *cafe* yang lain dengan mudah dikarenakan diferensiasi produk *Yum Yums Cafe* yang rendah.

2. Potensi pengembangan produk pengganti (substitusi)

Barang pengganti menjadi sebuah ancaman bagi *Yum Yums Café* jika produk pengganti memiliki peluang dan kesempatan besar untuk menggantikan produk. Faktor lainnya adalah kemudahan mendapatkan barang pengganti dan harga yang lebih murah. Dalam hal ini, produk *western food Yum Yums Café* dapat dengan mudah diganti oleh produk *cafe* yang lain dengan varian rasa yang banyak dan harganya yang lebih terjangkau. Walaupun *cafe* yang lain tidak jauh berbeda dengan *Yum Yums Cafe*, tetapi jika konsumen *Yum Yums Cafe* kesulitan dalam mendapatkan produk *Yum Yums Cafe*, mereka bisa saja beralih ke produkcafe yang lain. Dengan hal ini, berarti potensi produk pengganti tergolong tinggi.

3. Daya tawar dari para pembeli

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Daya tawar dari pembeli tinggi, terutama di dalam industri kuliner. Pembeli akan selalu mencari produk terbaik dengan harga terendah, karena itu *Yum Yums Café* harus menyediakan produk berkualitas dengan harga yang cukup terjangkau. *Yum Yums Café* juga harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar mendapat loyalitas sehingga daya tawar pembeli akan berkurang.

4. Kekuatan Mayor

Banyaknya *cafe* baru yang bermunculan dan ada beberapa dimiliki oleh *public figure* atau artis menjadi bukti bahwa ancaman dari pesaing baru tinggi. Hal ini disebabkan oleh modal pendirian *café* yang tidak terlalu besar namun memerlukan ide-ide kreatif dalam varian produk *western food*. Alasan lain pesaing baru cukup mudah masuk ke industri kuliner adalah tidak ada paten atas produk, sehingga produsen dapat dengan bebas membuat varian baru yang dapat menarik konsumen. Hal ini membuat ancaman dari pesaing baru tinggi.

5. Daya Tawar Pemasok

Semakin banyak pemasok yang memiliki bahan baku, maka semakin besar kekuatan kita dalam menawar, namun semakin sedikit pemasok, maka daya tawar yang kita miliki lebih kecil. Proses jual-beli bahan baku mempengaruhi produk yang dijual sehingga menemukan distributor yang tepat sangatlah perlu karena itu merupakan hal yang vital. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok rendah,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

sehingga dapat menjadi peluang bagi *Yum Yums Cafe* untuk mencari berbagai bahan baku dari berbagai sumber dan dapat membandingkan harga bahan baku sehingga tercapai harga yang lebih murah.

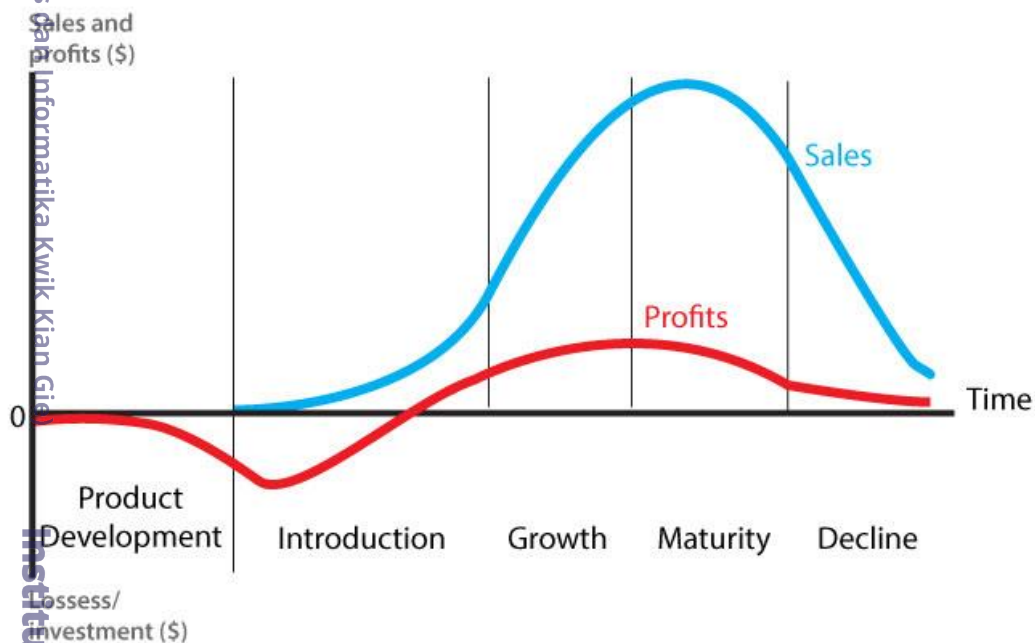
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E Analisis Posisi dalam Persaingan

Gambar 3.2

Siklus Hidup Produk



Sumber : Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:289), *Principles of Marketing*,

Yum Yums Cafe merupakan usaha yang baru dibuat pada tahun 2018. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:289) *Product life cycle* adalah “the course of a product sales and profits over its lifetime” *Product life cycle* dibagi menjadi lima tahap :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. *Product development* dimulai saat perusahaan menemukan dan mengembangkan ide produk baru. selama pengembangan produk, penjualan 0, dan biaya investasi perusahaan meningkat
2. *Introduction* adalah periode pertumbuhan penjualan lambat ketika produk diperkenalkan di pasar. Tidak ada laba karena pengeluaran yang besar untuk pengenalan produk.
3. *Growth* adalah periode penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang substansial
4. *Maturity* adalah penurunan pertumbuhan penjualan karena produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Laba stabil atau turun karena persaingan meningkat.
5. *Decline* adalah periode dimana penjualan mengalami penurunan dan laba terkikis.

Berdasarkan teori diatas, *YUM YUMS CAFE* masuk kedalam tahap pengenalan (*Introduction*). Sedangkan untuk pesaing yaitu *OTW Food Street* masuk kedalam tahap pendewasaan (*Maturity*) dan *Kologada Coffee* masuk kedalam tahap pertumbuhan (*Growth*).

F. Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM)

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2015:245), “ *The Competitive Profile Matrix identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position* “. Analisis CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri, karena analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.



Tabel 3.1

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	Yum Yums Cafe		Kologada Coffee & Food		OTW Food Street	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Citra Merek	0,10	1	0,10	2	0,20	4	0,40
Harga	0,15	4	0,60	3	0,45	1	0,15
Variasi Produk	0,13	2	0,26	4	0,52	3	0,39
Kualitas dan Cita Rasa	0,27	3	0,81	2	0,54	4	1,08
Promosi yang diberikan	0,05	3	0,15	2	0,10	3	0,15
Pelayanan	0,20	3	0,60	2	0,40	2	0,40
Lokasi	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Total	1	2,92		2,51		2,87	

Sumber : Data yang diolah, YUM YUMS CAFE

Tabel *Competitive Profil Matrix* (CPM) diatas terdiri dari berapa faktor. Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot, dimana semakin besarnya nilai ini menunjukan bahwa semakin besar juga pengaruhnya. Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. Peringkat merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut, dan angka empat yang menunjukan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Nilai adalah pengkalian antara bobot dan peringkat dari masing masing perusahaan, perusahaan yang memiliki total angka tertinggi adalah perusahaan yang unggul.



Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dan pesaing *Yum Yums Cafe* berdasarkan

Tabel 3.1, sebagai berikut.

1. Citra Merek

Yum Yums Cafe masih tergolong baru sehingga merek belum dikenal masyarakat, berbeda dengan para pesaing yang sudah mulai menjalankan usahanya. Pada poin ini, penulis memberikan rating paling rendah kepada *Yum Yums Cafe* yaitu 1, sedangkan untuk Kologada Coffee & Food mendapatkan peringkat 2 dan OTW Food Street mendapatkan peringkat 4.

2. Harga

Harga adalah hal yang dilihat / dipertimbangkan oleh konsumen sebelum membeli suatu produk. Jika harga tidak sesuai dengan kemampuan beli konsumen maka produk yang dijual akan susah bersaing didalam pasar. Peringkat yang diberikan penulis kepada *Yum Yums Cafe* adalah 4, paling tinggi dibandingkan para pesaing. Harga yang ditawarkan oleh *Yum Yums Cafe* berkisar di Rp 20.000 – Rp 40.000 / pcs. Pesaing *Yum Yums Cafe* yaitu Kologada Coffee & Food menawarkan harga Rp 25.000 – Rp 45.000 / pcs dan OTW Food Street dengan kisara harga Rp 11.000 – Rp 18.000 / pcs.

3. Variasi Produk

Sebuah *cafe* dengan varian produk yang bervariasi mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang bermacam-macam. Differensiasi produk yang tinggi lebih mampu menarik minat konsumen. *Yum Yums Cafe* hanya menawarkan 3 varian *western food*, karena hanya berfokus kepada jenis varian yang menjadi favorit di kalangan konsumen.



Kologada Coffee & Food memiliki 10 varian rasa dan OTW Food Street hanya memiliki 7 varian rasa. Dalam poin ini penulis memberikan peringkat tertinggi kepada Kologada Coffee & Food karena produknya yang bervariasi.

4. Kualitas dan Cita Rasa

Pada tabel CPM di atas dapat dilihat bahwa kualitas dan cita rasa memiliki bobot tertinggi yakni 0,27. Bobot ini didapat dari kuesioner yang disebar penulis ke masyarakat, dan menunjukkan bahwa banyak orang memilih kualitas dan cita rasa sebagai prioritas pertama. Penulis memberikan peringkat tertinggi kepada OTW Food Street sebesar 4 karena rasanya yang enak. *Yum Yums Cafe* memiliki peringkat 3 sedangkan Kologada Coffee & Food memiliki peringkat 2.

5. Promosi yang diberikan

Promosi dilakukan bertujuan untuk mengenalkan produk agar konsumen mengetahui produk yang dijual. Penulis menyadari bahwa *Yum Yums Cafe* adalah usaha kuliner sehingga perlu promosi yang sering agar dapat cepat dikenal oleh masyarakat. Peringkat yang diberikan oleh penulis untuk *Yum Yums Cafe* dan OTW Food Street adalah 3 karena promosi yang dilakukan sangat gencar di media sosial. Untuk Kologada Coffee & Food, penulis memberikan peringkat 2 karena promosi yang kurang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik bisa membawa perusahaan unggul karena ada beberapa konsumen yang sangat memperhatikan hal ini. Pada tabel 3.1 diatas, dapat dilihat pelayanan mendapatkan bobot kedua terbesar setelah kualitas dan cita rasa. *Yum Yums Cafe* menerapkan sistem 3S (Salam, Sapa, Senyum) kepada *staff*, diharapkan hal ini membuat konsumen nyaman dengan pelayanan *Yum Yums Cafe*. Untuk para pesaing diberikan peringkat 2 dikarenakan pelayanannya yang biasa.

7. Lokasi

Lokasi yang strategi dan mudah dijangkau menjadi faktor yang menentukan keberlangsungan hidup suatu usaha. Lokasi *Yum Yums Cafe* strategis dan dekat dengan pusat kota, berada di antara akses Kemayoran – Kelapa Gading. Salah satu kelebihan *Yum Yums Cafe* adalah tidak berada di dalam mall dengan lahan parkir yang murah, memudahkan konsumen yang tidak mempunyai waktu banyak dalam membeli *western food*. Sedangkan untuk Kologada Coffee & Food dan OTW Food Street berada di dalam mall, yang membuat konsumen harus mencari parkir terlebih dahulu sebelum membeli produk.

G. SWOT Analysis

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2015:259), “ *The Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies : SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats) strategies.*”

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik *defensive* yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghadapi ancaman eksternal. Berikut adalah analisis SWOT dari *Yum Yums Cafe*:

1. *Strengths* (kekuatan)
 - a. Harga yang terjangkau
 - b. Produk berkualitas dan memakai bahan alami
 - c. Lokasi yang strategis, tidak perlu parkir di gedung mall.
 - d. Pelayanan yang ramah, simple dan cepat
 - e. Promosi yang gencar di media sosial / Analisis *Competitive*
2. *Weaknesses* (kelemahan)
 - a. Minimnya variasi produk yang dijual
 - b. *New Player*, sehingga brand kurang dikenal
 - c. Loyalitas konsumen belum terbentuk
3. *Opportunities* (peluang)
 - a. Dekat dengan perkantoran dan perumahan
 - b. Teknologi yang semakin berkembang
 - c. Masyarakat yang menyukai *western food* yang unik dan praktis
 - d. Minimnya *cafe* di sekitar tempat usaha
 - e. Bahan baku yang relatif mudah didapat
4. *Threats* (ancaman)



- a. Adanya produk yang bervariasi dan inovatif dari usaha pesaing
- b. Jenis usaha mudah ditiru.

Tabel 3.2

SWOT Matrix YUM YUMS CAFE

Internal	Strength (S)	Weaknesses (W)
	1. Harga yang terjangkau 2. Produk berkualitas dan memakai bahan alami 3. Lokasi yang strategis, tidak perlu parkir di gedung mall. 4. Pelayanan yang ramah, <i>simple</i> dancepat 5. Promosi yang gencar di media sosial	1. Minimnya variasi produk yang dijual 2. <i>New Player</i> , sehingga <i>brand</i> kurang dikenal
Eksternal	Opportunities (O)	Strategi WO
	1. Dekat dengan perkantoran dan perumahan 2. Teknologi yang semakin berkembang 3. Masyarakat yang menyukai <i>western food</i> unik dan praktis 4. Minimnya <i>western food</i> di sekitartempusaha 5. bahan baku yang relatif mudah didapat	1. Melakukan promosi melalui media sosial dan pembagian brosur di sekitar <i>cafe</i> (W2, O1, O2) 2. Memberikan <i>poin</i> kepada setiap konsumen yang memberikan <i>feedback</i> secara <i>online</i> (W2, O2) 3. Mengikuti <i>bazzar</i> di event-event sekitar tempat usaha (W2, O4)
	Threats (T)	Strategi WT
	1. Adanya produk yang bervariasi dan inovatif dari usaha pesaing 2. Jenis usaha mudah ditiru.	1. Melakukan evaluasi kinerja <i>staff</i> setiap minggu dan melakukan perbaikan (S2, T1, T2) 2. membangun citra yang baik untuk produk (W2, T1)

Sumber : diolah penulis, Desember 2020



Keterangan :

Strategi SO

1. S1, S2, O3

Yum Yums Cafe akan berusaha menambah variasi produk seiring berjalannya waktu. Harga yang terjangkau dan menggunakan bahan alami akan menarik masyarakat yang menyukai makanan unik dan praktis

2. S4, O2

Dengan pelayanan yang cepat, praktis dan simple membuat *Yum Yums Cafe* bekerja sama dengan aplikasi online Go-food sehingga efisien dalam proses pemesanan makanan.

3. S2, O5

Menjalin kerja sama yang baik dengan pemasok. Kerja sama yang baik dapat memudahkan dalam pembelian barang dan *quality control*.

4. S2, O1, O4

Menyebarkan brosur di sekitar usaha, memanfaatkan keuntungan lokasi *Yum Yums Cafe* yang dekat dengan perkantoran dan perumahan.

Strategi WO

1. W2, O1, O2

Yum Yums Cafe akan melakukan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi melalui sosial media seperti instagram dan pembagian brosur di sekitar tempat usaha. Hal ini didukung dengan sekitar lingkungan tempat usaha yang kebanyakan perkantoran dan perumahan.

2. W2, O2

Pihak *Yum Yums Cafe* akan memberikan poin / *reward* kepada konsumen yang memberikan *feedback* / *review online* di instagram.



3. W2, O4

Mengikuti *bazzar* di mal-mal sekitar tempat usaha seperti Mall Kelapa Gading, Mall of Indonesia, Mall Artha Gading. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan brand *Yum Yums Cafe* dan merupakan peluang yang lumayan karena minimnya *cafe* yang mengikuti *bazzar*.

Strategi ST

1. S1, S2, S4, S5, T2

Yum Yums Cafe akan berusaha menciptakan hal unik dan khas dalam *brand*, sehingga mempersulit peniruan usaha.

2. S2, S1, T1

Menambah variasi produk sehingga konsumen dapat memilih lebih banyak varian jenis *western food*. Hal ini dilakukan agar dapat bersaing dengan kompetitor yang menyediakan lebih banyak varian rasa.

Strategi WT

1. S2, T1, T2

Yum Yums Cafe akan melakukan rapat kecil setiap senin pagi. Hal ini dilakukan untuk evaluasi kinerja selama seminggu. Rapat besar akan dilakukan setiap akhir bulan, yang digunakan untuk *review* kinerja sebulan dan target selanjutnya pada bulan depan.

2. W2, T1

Memproduksi produk yang berkualitas sehingga dapat bersaing dengan pesaing dan memiliki citra yang baik di mata konsumen. Loyalitas dapat dibangun jika produk mempunyai citra yang baik di mata konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.