

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Menganalisis kondisi industri dan situasi pasar dalam berbisnis merupakan salah satu faktor yang penting untuk dilakukan oleh para usahawan, terutama agar usahawan dapat mengetahui keadaan dan gambaran mengenai kondisi industri yang terjadi saat ini dan melihat pertumbuhan industri. Masing-masing industri mempunyai Karakteristik yang berbeda-beda pula baik dari segi ekonomi, lingkungan, pasar, dan prospek jangka panjangnya. Selain itu, Pengaruh berubahnya perkembangan industri saat ini berdampak pada keberhasilan dan berlangsungnya bisnis itu sendiri. Semakin pesat Perkembangan teknologi, kreativitas, dan inovasi maka akan semakin besar pula tantangan baru dalam industri. Dalam hal ini diharapkan analisis industry dapat membantu mendapatkan hasil penelitian yang kedepannya sangat berguna bagi bisnis, seperti menentukan strategi apa yang akan digunakan dan apa yang harus dilakukan untuk jangka panjang. Analisis ini juga dilakukan untuk menghadapi perkembangan akibat perubahan yang ada serta meminimalisir resiko ketidakpastian dalam bisnis. Setelah melakukan analisis ini, pebisnis akan melihat kelayakan suatu bisnis yang nantinya menjadi acuan dan pertimbangan untuk menjalankan bisnis, dan dapat melihat peluang-peluang baru yang berkaitan dengan bisnis tersebut.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Trend bisnis pada industri kuliner baik makanan maupun minuman, memiliki peluang yang selalu luas dan berpotensi untuk memberikan keuntungan, terutama di Indonesia yang selalu berkembang. Banyak inovasi dan juga perkembangan yang dilakukan pada produk-produk makanan dan minuman. Seiring berjalannya waktu, trend bisnis pada makanan dan minuman semakin berkembang mulai dari rasa, bentuk, konsep, dan juga banyaknya produk kuliner dari luar negeri masuk ke dalam





negeri, sehingga membentuk minat baru dalam pasar yang cenderung terus berubah ubah, seperti minat pada restoran, *café*, dan *Restaurant*.

Belakangan ini, banyak *café* baru yang menjamur di Jakarta terlihat begitu bervariasi dalam tema, konsep, variasi produk, dan suasana berbeda untuk disuguhkan kepada konsumen. Setiap hari masyarakat dihadapkan pada aktivitas penuh seperti rapat bisnis, deadline pekerjaan, kemacetan, tugas kuliah dan sekolah, siapa yang tidak tergiurdengan tempat dengan suasana unik, tenang, dan nyaman dapat menikmati makanan yang sehat, praktis dan baru, terutama rasa healthy wrap yang ditawarkan sangat lezat serta tempat yang nyaman yang dapat memenuhi kebutuhan nutrisi harian setiap orang.

Disisi lain, ketertarikan pasar terhadap tempat menyantap makanan maupun minuman yang sehat menjadi peluang yang baru. Banyak dari masyarakat tidak hanya mencari *Makanan* yang enak tetapi juga sehat, serta tempat dengan suasana nyaman dan menyenangkan. Perkembangan gaya hidup di zaman globalisasi terutama dalam berekspresi lewat media sosial juga membuat masyarakat juga turut mencari tempat baru yang unik dan biasa mereka sebut “instagram-able”. Seakan-akan meng-upload makanan dan gaya hidup yang populer dan unik sudah menjadi sebuah kebutuhan utama dari masyarakat, salah satunya adalah gaya hidup sehat yang menjadi hal yang diekspresikan lewat media sosial sehingga dapat menjadi alasan masyarakat memilih tempat makan dengan kategori healthy food.

Perkembangan internet juga memberikan dampak membantu proses promosi lebih cepat dan mudah sehingga meningkatkan pertumbuhan industri yang pesat. Banyak sekali sekarang ini iklan di media sosial yang mempromosikan bisnis berbasis *kliner* dari berbagai segmen dan banyak sekali aplikasi-aplikasi yang menyediakan diskon untuk para pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBI KKG (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.

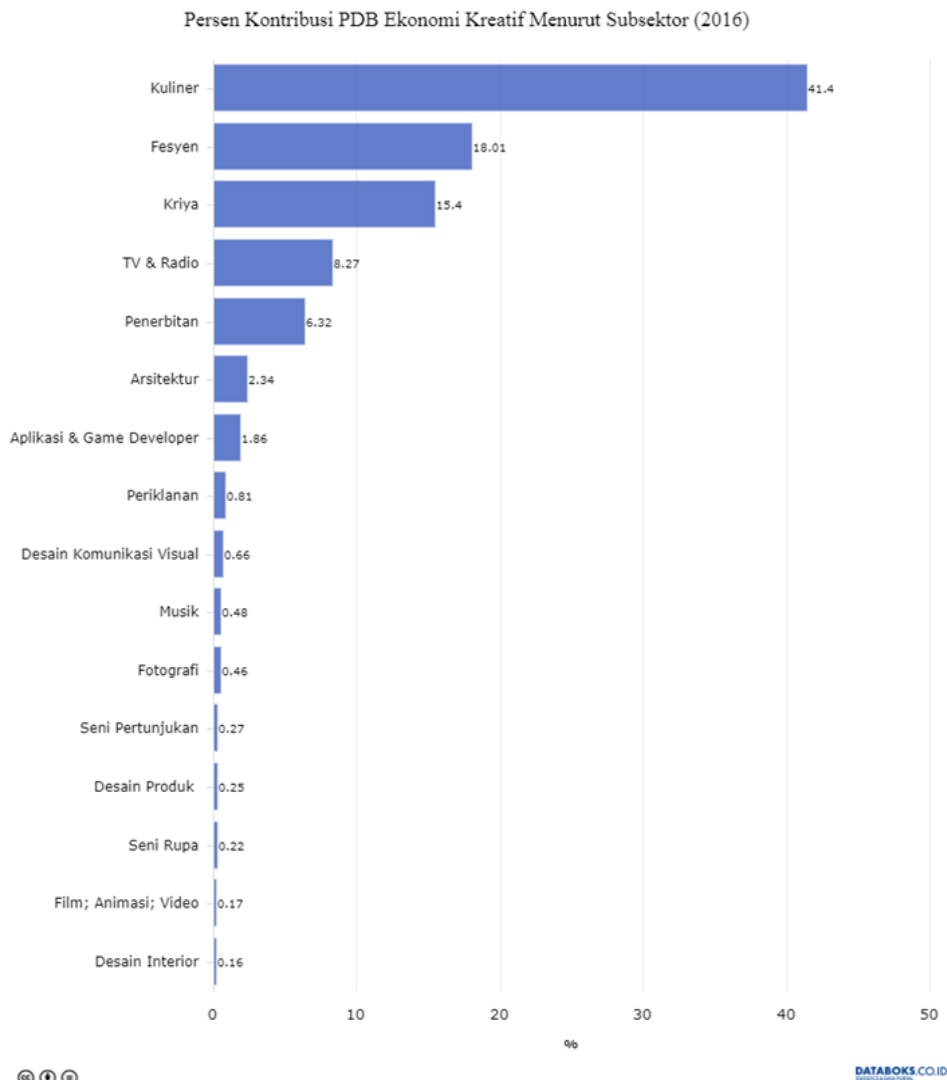
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Prioritas bisnis sekarang ini tidak hanya terletak pada kualitas suatu produk tersebut tetapi juga menjadi keharusan untuk terus berinovasi dalam hal keunikan dan diferensiasi dari produk. Beberapa hal tersebut yang menentukan menarik atau tidaknya suatu industri. Salah satu cara untuk melihat suatu industri menarik atau tidak adalah dengan melihat Produk Domestik Bruto (PDB) yang dihasilkan setiap tahunnya. Berikut adalah PDB Ekonomi Kreatif menurut Subsektor.

Grafik 3.1

Persen Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor Tahun 2016



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/28/kuliner-penyumbang-pdb-ekonomi-kreatif-terbesar>

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.



Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa industri kuliner memiliki kontribusi PDB paling besar dibanding dengan industri lainnya dalam subsektor ekonomi kreatif sebesar 41.4%. Hal ini membuktikan bahwa industri kuliner masih memiliki daya tarik sehingga memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

B. Analisis Pesaing

Perubahan berlalu dengan sangat cepat dan tanpa mengenal adanya waktu. Perubahan selalu terjadi pada lingkungan, pasar, gaya hidup, teknologi, ekonomi, dan kondisi lainnya. Kreativitas dan inovasi harus tetap dipertahankan agar bisnis dapat bertahan lama di pasar serta dapat mengungguli pesaing-pesaing yang ada. Keberhasilan suatu bisnis terjadi jika pebisnis mampu membaca dan menganalisis kekurangan dan kelebihan pesaing, sebagai acuan kita untuk dapat menentukan strategi apa yang akan dilakukan untuk memenangkan persaingan di bisnis kuliner.

Pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Pasar dapat mencakup area geografis ataupun segmentasi produk.

Agar dapat menetapkan strategi yang efektif, pebisnis membutuhkan data dan informasi dari para pesaing terdekat yang ada di sekitar tempat usaha itu berdiri. Data ini bersumber dari produk, harga, saluran distribusi maupun saluran promosi yang dilakukan oleh pesaing dekatnya. Dengan cara ini, pebisnis akan dapat menemukan bidang-bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus mengetahui pula kelemahan pesaing yang dapat diungguli. Pengetahuan mengenai pesaing akan membantu pebisnis dalam menetapkan strategi yang tepat, untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan bisnis sekaligus mengikuti sisi positif dari pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Tabel 3.1

Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Hadu Kitchen Salad bar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang diberikan ramah 2. Tersedia fasilitas seperti toilet, wi-fi yang lancar dan AC yang dingin. 3. Sudah memiliki distributor bahan makanan yg fresh 4. Produk makanan dan minuman yang bervariasi 5. Sudah terkenal di beberapa daerah 6. Café yang memiliki konsep <i>instagramable</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Price yang dikategorikan agak mahal 2. Beberapa variasi ada yang tidak cocok bagi lidah orang Indonesia 3. Tidak selalu ada promo setiap event atau bulanan
Salad Stop!	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki outlet di Mall dan tempatnya terkesan mahal dan mewah 2. Di Jakarta memiliki banyak outlet 3. Bahan bahan yang fresh dan berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang biasa saja 2. Harga produk yang tergolong agak mahal 3. Café yang kurang cocok suasana untuk

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang menyalin atau menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Hal Cipta Dilindungi Undang-Undang
 a. Pelanggaran 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.



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

Sumber: analisis pribadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, 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.

4. Sudah terkenal	bersantai
5. Tersedia fasilitas seperti toilet, wi-fi yang lancar dan AC yang dingin.	

Tabel 3.2
Perbandingan Pesaing

Kriteria	Café Green Garden Kitchen	SaladStop!!	Hadi Kitchen Saladbar
Merek	Belum dikenal	Cukup dikenal	Cukup dikenal
Produk	Cukup beragam	Cukup beragam	Cukup beragam
Harga	Sedang	Relatif Mahal	Relatif Mahal
Lokasi	Cukup strategis	Sangat Strategis	Sangat strategis
Cita Rasa	Enak	Enak	Enak
Pelayanan	Baik	Cukup Baik	Baik
Promosi	Gencar	Cukup gencar	Sangat gencar
Kenyamanan	Nyaman	Cukup nyaman	Cukup nyaman
Lahan Parkir	Cukup luas	Sangat luas	Sangat luas

Sumber: Observasi Penulis, Februari 2020



C. Analisis PESTEL (Political, Economy, Social, Technology, Environment dan Legal)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis PESTEL dilakukan untuk dapat lebih mengetahui apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis, agar dapat lebih unggul dalam persaingan dengan pebisnis lainnya dan menjadikan perusahaan menjadi pemimpin pasar. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi yang bisa digali dari bisnis ini dan melihat kesempatan yang ada di pasar, serta ancaman yang harus dihindari agar berubah menjadi peluang untuk kedepannya. Menurut David R.Fred(2017:221), kekuatan eksternal PESTEL dibagi menjadi 6 kategori yaitu:

1. **Politik (Politik)**

Faktor politik dapat merepresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan. Maka dari itu, sebagai pelaku bisnis sangat penting dalam memperhatikan kebijakan politik, dan juga regulasi yang berlaku, yang ditetapkan oleh pemerintah karena dapat memberi pengaruh signifikan pada perusahaan dan demi kelancaran bisnis yang dijalani. Dalam kegiatan pemasaran global, seorang pebisnis harus benar-benar sadar dan mengetahui kondisi politik lokal maupun global serta kegiatan-kegiatan politik nasional dan internasional.

Jika terjadi masalah dan menyebabkan perang atau pandemi aktivitas bisnis akan terhenti dan memberikan dampak negatif bagi seluruh sektor industri. Investor yang pergi menyebabkan kehilangan sebagian sumber dana. Ketika sumber dana berkurang, kemampuan produsen untuk memproduksi barang akan semakin sulit karena tidak ada daya beli untuk produksi.

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.



Akibatnya adanya kelangkaan bahan baku dan menyebabkan harga-harga menjadi tinggi (inflasi). Ketika harga naik akan berkurang jumlah konsumen. Hal ini menjadi ancaman untuk *Café Green Garden Kitchen*. Namun keadaan sebaliknya, jika kondisi politik stabil maka banyak investor yang akan datang dan menyebabkan harga-harga bahan baku turun karena bertambahnya sumber dana. Ini adalah kesempatan bagi *Café Green Garden Kitchen* untuk mendapatkan profit yang lebih tinggi.

2. ***Economy (Ekonomi)***

Faktor ekonomi sangat berpengaruh terhadap bisnis kuliner. Adanya pertumbuhan pasar akan diikuti oleh peningkatan kekayaan konsumen dan bisnis yang semakin meluas dikarenakan terjadi kenaikan pendapatan. Ini akan berdampak positif bagi *Café Green Garden Kitchen* karena konsumen kemungkinan akan semakin banyak membelanjakan uangnya dan bisnis akan mendapatkan profit yang meningkat. Hal ini akan memperluas bisnis untuk dapat berkembang lebih baik lagi. Namun, jika terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena daya beli menurun dan berdampak buruk bagi bisnis. Tingkat pertumbuhan ekonomi yang positif menjadi peluang bagi *Café Green Garden Kitchen* untuk dapat bertumbuh lebih besar. Disamping itu, juga perlu diperhatikan tentang perubahan ekonomi negara seperti tingkat inflasi dan nilai rupiah karena nantinya akan berdampak pada harga jual.

3. ***Social (Sosial)***

Faktor sosial budaya sangat penting dalam dunia bisnis ini karena hal ini sangat erat hubungannya dengan perilaku dan gaya hidup konsumen dengan segala kedinamisannya. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi pola pikir,

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

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.



pola sikap, dan pola tindak dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat yang didukung dengan perkembangan teknologi. Tren yang sedang berlaku dimasyarakat akan mempengaruhi minat dari konsumen. Perlu untuk pelaku bisnis untuk mengetahui tren apa saja yang sedang terjadi dan diminati masyarakat dan dengan cara apa bisnis yang dijalani dapat menyesuaikan dengan tren tersebut.

Dengan semakin sibuknya kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat, membuat mereka membutuhkan segala sesuatu yang cepat dan praktis, serta tempat bersantai untuk menghilangkan lelah. Gaya hidup dan cara bergaul masyarakat Indonesia yang menyukai *hangout* bersama kerabat dan sahabat, cenderung mengikuti gaya hidup masyarakat dari negara-negara maju, yang sering datang ke tempat nongkrong seperti *café* dan *coffee shop*. Hal ini sangat terlihat terutama pada golongan anak muda.

Mengetahui kebiasaan dan pola hidup masyarakat bagi *Café Green Garden Kitchen* dapat membantu pemilik bisnis dalam menentukan strategi pemasaran dan konsep seperti apa yang sekiranya tepat untuk ditawarkan kepada pasar. Ini menjadi peluang bagi *Café Green Garden Kitchen* karena setiap orang menginginkan sesuatu yang baru dan inovatif, agar bisa diunggah dalam media sosial yang menciptakan kepuasan tersendiri. Perubahan perilaku konsumen ini berdampak positif bagi pebisnis untuk dapat meningkatkan laba usaha.

4. **Technology (Teknologi)**

Semakin majunya zaman, perkembangan dan inovasi teknologi berlangsung dengan cepat dan pesat, sehingga hal ini mengharuskan banyak pelaku bisnis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



untuk terus meningkatkan teknologi yang digunakan, apabila para pelaku bisnis tersebut tidak mau ketinggalan selangkah dari pebisnis lain yang telah menggunakan teknologi tercanggih saat ini. *Café* saat ini sudah memiliki standar layanan *wireless* internet gratis sehingga *customer* dapat dengan nyaman menggunakannya untuk *browsing* ataupun mengerjakan berbagai aktivitas *online* di *café*.

Dalam menjalankan bisnis, *Café Green Garden Kitchen* menggunakan teknologi yang sudah berkembang saat ini. Dari peralatan untuk operasional serta manajemen *café* yang semua sudah digital. *Café Green Garden kitchen* menggunakan aplikasi Nadipos untuk operasional dan manajemen bisnis. Dimana aplikasi ini sangat bagus untuk aktivitas bisnis kuliner. Semua kegiatan akan terekam dan untuk memperkecil resiko manipulasi data oleh para karyawan. Selain itu *Café Green Garden Kitchen* akan bekerja sama dengan aplikasi fitur layanan makanan, seperti Grab ataupun Gojek untuk layanan *delivery order* dan pembayaran secara *cashless* seperti mesin *Electronic Data Capture (EDC)* BCA, Go-Pay, dan OVO. Dengan perkembangan teknologi, sektor bisnis kuliner akan semakin maju dan menjadi peluang bagi *Green Garden Kitchen* untuk mengembangkan bisnisnya.

Teknologi juga sangat membantu *Green Garden Kitchen* dalam program *marketing* terutama promosi dan juga menjaga komunikasi dengan konsumen. Dengan adanya teknologi bisa melakukan promosi melalui media sosial sehingga bisa menjangkau pasar secara luas.

5. *Environment (Lingkungan)*

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

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.



Faktor lingkungan sangat berpengaruh pada jalannya aktivitas bisnis *Café Green Garden Kitchen* dalam perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan kedepannya. Kondisi lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan bisa berjalan dengan baik atau tidak, karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha kedepannya, dimana lokasi yang strategis, antusias masyarakat terhadap penjualan produk, dan juga lokasi yang tidak mudah banjir menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis. Selain itu, lokasi pendirian usaha haruslah dekat dengan pemukiman warga, dan mudah dijangkau grab ataupun gojek. Prospek bisnis akan maju jika lingkungan sekitar lokasi terdapat kriteria tersebut.

Letak *Café Green Garden Kitchen* sangat strategis karena di dalam Kawasan berjejer tempat makan yang berbeda, juga terletak dekat dengan kawasan pemukiman warga, dekat dengan jalan utama, memiliki parkir yang cukup, dekat dengan mall dan Sekolah. Ini menjadi pertimbangan dan ada dampak positif bagi *Café Green Garden Kitchen* untuk mendapatkan pasar.

Sebagai pelaku bisnis sudah menjadi tanggung jawabnya untuk menciptakan tempat produksi yang konsisten dalam kebersihannya juga untuk service terhadap konsumen. Selain mutu produk yang sehat dan berkualitas, memperhatikan lingkungan tempat usaha beroperasi juga sangat penting, seperti mengumpulkan dan memisahkan sampah dari penggunaan produksi dan pemakaian dari konsumen sehingga dapat diserahkan untuk didaur ulang.

6. **Legal (Hukum)**

Hukum atau kebijakan negara adalah sesuatu yang harus ditaati oleh seluruh pebisnis dimanapun itu. Setiap proses bisnis yang dijalankan harus

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

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.



memperhatikan kebijakan yang sudah ada, karena bila melanggar akan mendapatkan sanksi atau hukuman legal dari negara. Suatu usaha yang tidak mempunyai surat izin yang lengkap tidak dapat beroperasi dan dapat dikenakan denda yang harus dibayar jika melanggar peraturan yang berlaku.

Café Green Garden Kitchen harus memiliki beberapa izin usaha, seperti SIUP, NPWP pemilik usaha, sertifikat halal dari MUI, sertifikat BPOM, agar bisnis dapat berjalan lancar dan tidak akan terjadi masalah-masalah yang tidak diinginkan di kemudian hari.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces Business Model)

Prediksi industri bertujuan untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang berdasarkan situasi dan kondisi yang terjadi dengan tujuan sebagai data untuk mengantisipasi perubahan permintaan di masa depan. Dengan prediksi yang diperkirakan dengan matang berdasarkan data-data yang lengkap dan akurat maka hasil prediksi dapat mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha lebih mudah beradaptasi dan percaya diri untuk melihat kedepan.

Menurut R.Fred David (2017:229) *Porter's Five-Forces Model* dalam analisis bersaing adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Dalam menganalisis bisnis dalam lingkungan persaingan harus mampu mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut adalah analisis *Porter's Five-Forces Model* dari *Café Green Garden Kitchen*.

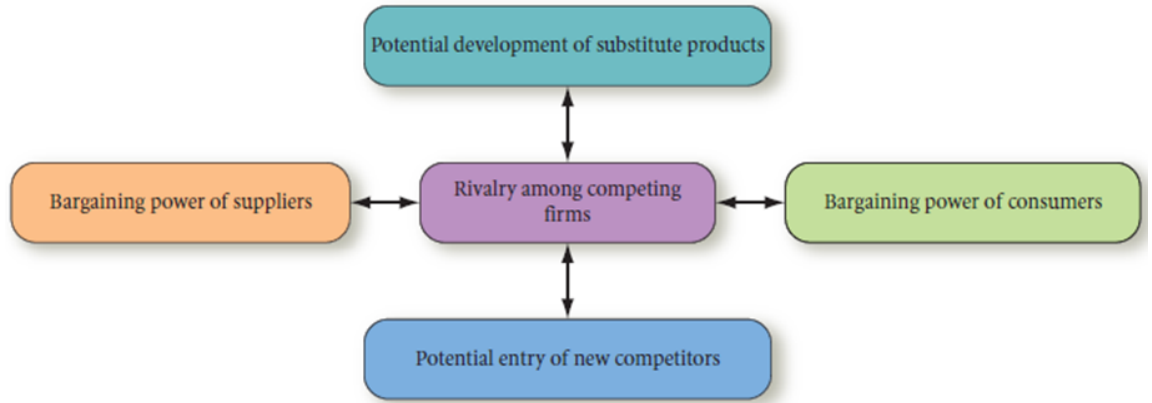
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



1. 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.

Gambar 3.1

The Five-Forces Model of Competition



Sumber: Fred R. David (2017:229), *Strategic Management*

1. Rivalry among competing firms

Membuat usaha di negara manapun pastinya tidak akan luput dari hadirnya pesaing yang telah bermain di industri yang sama. Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Setiap bisnis yang berjalan saling bersaing untuk mendapatkan keunggulan bersaing dan menguasai pasar. Ketika suatu bisnis menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, bisnis pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi resiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif.

Green Garden Kitchen memiliki pesaing yang dekat dengan lokasi yaitu *Salad stop* dan pesaing yang telah memiliki nama yaitu *Saladbar*



Hadi Kitchen . *Café Green Garden Kitchen* yakin akan lebih unggul dari pesaing tersebut, karena menawarkan harga yang kompetitif untuk setara kualitas healthy wrap, pelayanan yang ramah, lokasi strategis,tempat yang nyaman,serta harga yg terjangkau.*Cafe Green Garden Kitchen* juga didesain dengan konsep interior esentrik kayu dengan design kehijauan dan minimalis, serta alunanyang sedang hits untuk bersantai. Tentunya *Café Green Garden Kitchen* memberikan kualitas *produk* yang baik.

2. *Potential Entry of New Competitors*

Menurut R.Fred David (2017:231), kapanpun perusahaan baru dapat dengan mudah masuk dalam industri tertentu, intensitas persaingan di antara perusahaan meningkat. Semakin besar kumpulan calon pemain baru dalam suatu industri, semakin besar pula ancamannya bagi perusahaan yang telah ada dalam suatu industri tersebut. Bisnis kuliner sangat memungkinkan untuk dimasuki oleh pesaing baru. Karena bisnis kuliner sangat memberikan keuntungan yang menjanjikan, namun harus didukung dengan konsep strategi dan manajemen yang tepat untuk pasar yang dituju. Setiap pelaku bisnis yang bergerak pada bidang kuliner makanan atau minuman yang sama, pasti saling berlomba-lomba untuk menjadi market leader. Kondisi tersebut tidak menyudutkan posisi pemain baru yang benar-benar mantap ingin memasuki bidang tersebut.

Mudahnya memasuki industri kuliner memaksa para pelaku bisnis untuk terus memperluas *product knowledge* dan berinovasi, agar bisnis tidak mati atau tergeser dengan konsep ide pemain baru yang

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.



lebih diminati masyarakat. Maka dari itu pelaku bisnis yang telah menjalankan bisnisnya harus sering melakukan evaluasi dan pengembangan produk atau usaha bisnis.

Café Green Garden Kitchen dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis harus gencar untuk melakukan usaha-usaha seperti pemasaran untuk menciptakan *brand image* agar bisnis tertanam dibenak konsumen, meningkatkan pelayanan dengan selalu meminta *feedback* dan rajin melihat *review-review* dari beberapa platform kuliner, melakukan observasi pasar, dan kerjasama dengan *influencer food blogger* baik secara langsung ataupun melalui media sosial agar produk dikenal masyarakat luas, menciptakan suatu hal yang baru sehingga menarik perhatian konsumen,

3. Potential Development of Substitute Product

Menurut R.Fred David (2017:231), kekuatan bersaing produk substitusi paling baik diukur dari pemantauan ke dalam pangsa pasar yang diperoleh produk, dan juga rencana perusahaan untuk meningkatkan kapasitas dan penetrasi pasar.

Produk pengganti memiliki peran yang sangat kuat dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini terjadi biasanya karena pelaku bisnis tidak berkembang pada produk dan jasanya sehingga tidak ada pembaharuan. Produk pengganti dapat menjadi pilihan alternatif secara penuh bagi konsumen yang tercipta karena harga yang lebih murah, lebih praktis dan efisien, memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat yang selalu berubah.

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.



Green Garden Kitchen memiliki ancaman yang cukup tinggi karena setiap individu yang ingin makan *Healthy wrap* dapat membeli meals prep dan berbagai sayuran di pasar dan supermarket. Selain itu, orang-orang juga dapat membuat sendiri dengan harga yang cukup terjangkau, mereka hanya perlu membeli bahan-bahan yang dapat dibeli di supermarket atau produsen sayur mayur langsung, karena untuk membuat *healthy wrap* bahan baku yang dibeli lebih murah dan penyajiannya dapat dipelajari dengan cepat, sehingga tidak membutuhkan café untuk menyajikan suatu *healthy wrap*. Untuk itu, *Café green garden kitchen* harus selalu menciptakan produk baru yang dihasilkan dari resep sendiri, sehingga jika ditiru pun pastinya rasanya tidak akan sama persis, dan selalu gencar dalam kegiatan pemasaran dan promosi.

4. *Bargaining Power of Suppliers*

Menurut R.Fred David (2017:231), kekuatan posisi tawar pemasok memengaruhi intensitas persaingan dalam industri, terutama ketika hanya ada beberapa pemasok, ketika ada beberapa bahan mentah substitusi yang baik, atau ketika biaya pengubahan bahan mentah tinggi.

Semakin banyaknya jumlah pemasok yang menawarkan produk dan jasa yang sama, maka semakin besar kesempatan kita untuk melakukan tawar-menawar dengan pemasok. Namun kondisi akan berbeda apabila pemasok di pasaran sedikit, hal tersebut akan memberikan kita kesempatan tawar-menawar yang kecil dan terpaksa mengikuti penawaran dari pemasok.

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.



Café Green Garden kitchen memiliki bahan baku yang beragam jenis dan memiliki sedikit pemasok Sayur mayur yang berkualitas. Hal ini membuat daya tawar *milik usaha* kecil, karena untuk mendapatkan pemasok yang memiliki bahan baku yang berkualitas sulit sehingga mengambil keputusan untuk berpindah pemasok harus berpikir berulang kali. Kondisi ini dapat menjadi ancaman bagi *Café Green garden Kitchen* . Untuk itu diperlukannya hubungan baik dengan pemasok agar tetap mendapatkan bahan baku yang berkualitas tinggi dan harga yang stabil..

5. *Bargaining Power of Consumers*

Menurut Fred R.David (2017:232), ketika pelanggan berkonsentrasi atau besar dalam jumlah atau membeli dalam volume yang besar, kekuatan daya tawar mereka mempresentasikan kekuatan besar yang memengaruhi intensitas bersaing dalam industri. Konsumen memperoleh peningkatan kekuatan daya tawar ketika mereka dapat berpindah ke merek atau produk lain secara mudah, penjual berusaha menghadapi permintaan pelanggan yang menurun, dan ketika mereka mendapat informasi mengenai produk, harga, dan biaya penjual.

Dalam hal ini, ancaman dari *Green garden Kitchen* adalah pesaing. Konsumen akan beralih jika ada pesaing menghadirkan barang sejenis yang lebih murah dan lebih bercita rasa tinggi. Untuk itu, sangat penting bagi *Café Green garden Kitchen* untuk selalu menciptakan inovasi produk seperti membuat resep sendiri sehingga konsumen sulit menemukan produk serupa ditempat lain, selalu melakukan *quality*

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.



control bahan baku agar produk yang diterima konsumen memiliki nilai dan cita rasa yang tinggi.

E. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Competitive Profile Matrix adalah alat manajemen strategis penting yang digunakan untuk mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan dengan membandingkan kekuatan dan kelemahan antara perusahaan dengan pesaing, yang tentunya akan memberikan informasi mengenai di mana posisi perusahaan saat ini di mata industry dan pesaing. Menurut David (2017:236) "*The Competitive Profile Matrix identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weakness in relation to a sample firm's strategic position*". (Profil Kompetitif Matrix mengidentifikasi pesaing, serta kekuatan dan kelemahannya yang berkaitan dengan posisi strategis perusahaan). Profil Kompetitif Matriks memberikan informasi kepada pebisnis mengenai titik kuat dan lemah mereka terhadap pesaingnya. Nilai CPM diukur atas dasar faktor penentu keberhasilan, setiap faktor diukur dalam skala yang sama berarti berat tetap sama untuk setiap perusahaan hanya rating-nya yang bervariasi.

Hal positif tentang CPM adalah termasuk data usaha yang dimiliki penulis dan juga pesaing lain untuk memudahkan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik faktor eksternal maupun internal. Hal ini tentu sangat berbeda dengan penilaian kondisi internal dan eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) di mana penilaian hanya berkisar pada faktor internal dan eksternal saja. Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat di dalam metode *Competitive Profile Matrix*:

1. *Critical Success Factor*

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.



Faktor ini menjadi penentu keberhasilan suatu perusahaan setelah menganalisa faktor internal dan eksternal. Tentu saja terdapat kerugian dan keuntungan yang dimiliki perusahaan mengenai faktor eksternal dan internal itu sendiri. Apabila ratingnya cukup tinggi, berarti perusahaan sudah menjalankan strategi yang sesuai dengan cukup baik, dan apabila rating rendah, strategi yang dijalankan perusahaan belum cukup baik.

2) *Weight* (Bobot)

Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kesuksesan di dalam industri perusahaan. Berat dari kisaran 0,0 (yang berarti tidak penting) dan 1,0 (berarti penting), total dari keseluruhan yang ada harus sama dengan 1,0.

3) *Rating* (Peringkat)

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi rating yang didapat menunjukkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan apabila tingkat rating rendah, berarti menunjukkan respon perusahaan yang masih kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor. Menurut David, Fred (2013:113), ada beberapa poin penting terkait dengan rating di CPM:

- a) Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- b) Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- c) Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- d) Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.



e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili

oleh 4.0

4. *Score* (Skor)

Score merupakan hasil perkalian antara weight dengan rating dari masing-masing perusahaan.

5. *Total Weighted Score*

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1,0 (rendah) ke 4.0 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM matriks adalah 2,5; yang berarti perusahaan yang memiliki nilai tertimbang di bawah 2,5; bisa disimpulkan perusahaan tersebut tidaklah kuat atau lemah. Namun sebaliknya, apabila nilai tertimbang suatu perusahaan di atas 2,5; perusahaan tersebut bisa dikatakan memiliki daya saing yang baik untuk bersaing dengan perusahaan lain. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaingnya yang ada.

Di bawah ini akan disajikan tabel yang menjelaskan *Competitive Profile Matrix* dari *Green Garden Kitchen* dibandingkan dengan dua pesaing lainnya yaitu *Hadi Kitchen saladbar dan Saladstop!!*, sebagai berikut:

Tabel 3.3

<i>Critical Success Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>Green Garden Kitchen</i>		<i>Hadi Kitchen</i>		<i>Saladstop!!</i>	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Kualitas Produk	0.19	4	0.76	4	0.76	4	0.76
Lokasi	0.18	3	0.54	4	0.72	3	0.54
Kelengkapan Fasilitas	0.16	3	0.48	3	0.48	4	0.64
Harga	0.13	4	0.52	3	0.39	3	0.39



Rasa Makanan	0.11	4	0.44	3	0.33	4	0.44
Promosi	0.09	4	0.36	4	0.36	3	0.27
Suasana Tempat	0.07	4	0.28	4	0.28	4	0.28
Jumlah Variasi Produk yang ditawarkan	0.07	3	0.21	4	0.28	3	0.21
Total	1		3.59		3.6		3.53

Catatan penting untuk diingat bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak bisa menentukan secara keseluruhan bahwa bisnis tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Angka – angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap bisnis dan juga menggambarkan bahwa setiap bisnis mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda – beda.

Angka-angka di atas didapatkan oleh penulis dari data primer, di mana penulis mewawancarai Para Costumer mengenai penilaian-penilaian bobot yang menentukan faktor kesuksesan suatu sanggar tari. Penulis juga melakukan penelitian langsung untuk menilai ParaPesaing. Penulis juga mencari data-data sekunder mendukung seputar industry tari Indonesia lewat internet.

Hadi Kitchen Saladbar

Kualitas Produk Hadi Kitchen Saladbar

Kualitas Produk tidak diragukan lagi. Hal ini dikarenakan bahan baku yang selalu diajaga kebersihannya dan di simpan dengan baik. Hal ini tentu menjadi faktor pendukung kualitas Hadi Kitchen sebagai bahan pertimbangan para costumer untuk membeli produk dari Hadi Kitchen Saladbar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Lokasi

Ⓒ Lokasi tempat Hadi Kitchen Saladbar tersebar di beberapa wilayah yaitu yang pertama di Mall kelapa gading ,Gading Walk,Kelapa gading Jakarta Utara,dan yang kedua berada di Mall Lippo Puri,Jakarta Barat. Semua lokasi berada di dalam Pusat Perbelanjaan yang dimana mudah diakses.

Harga

Harga yang ditetapkan oleh Hadi Kitchen berkisar antara Rp72.000,00 Sampai dengan Rp.85.000,00. Harga kisaran tersebut terbilang cukup standard, dikarenakan Tempat healthywrap lainnya juga memiliki kisaran harga tersebut.

Kelengkapan Fasilitas

Dikarenakan Hadi kitchen Saladbar berada di dalam kawasan Pusat Perbelanjaan(MALL)membuat hadi kitchen juga harus mengimbangi Kebutuhan Para konsumen Terutama Yang notabene suka bersantai di Mall.Dalam Hal ini

Kelengkapan Fasilitas di hadi kitchen tidak dapat diragukan lagi.

Rasa Makanan

Rasa makanan Hadi kitchen Saladbar juga tidak dapat diragukan lagi Hal ini dapat dilihat dari berbagai situs Kuliner Yang memberikan Rating yang cukup tinggi terhadap Hadi Kitchen SaladBar yaitu dengan rata rata rating 4.7/5.

Promosi

Hadi Kitchen Saladbar Memakai platform Instagram untuk memposting Promosi promosi yang dilakukan, baik keseharian ataupun event tertentu. Selain itu



Hadi Kitchen juga memakai jasa influencer dan para artis untuk mempromosikan produknya.

Suasana Tempat

Suasana Tempat Di Hadi Kitchen Saladbar Sangat nyaman dan Terkesan Bersih Dengan Imatch sebagai tempat makann sehat dan berada di foodcourt bersebelahan dengan tempat makanan lainnya.restorannya juga memiliki konsep dan mempunyai ruangan outdoor yang dapat digunakan umum.

Jumlah variasi produk yang ditawarkan

Hadi Kitchen menawarkan jumlah Variasi Produk yang Cukup banyak.dan juga , kualitas dari tiap produk yang ditawarkan sangat baik dan menarik. Produk yang ditawarkan oleh Hadi kitchenya itu mempunyai 9 jenis variasi produk makanan dan 9 jenis produk minuman.

Salad Stop!!

Kualitas Produk

Salad Stop!! memiliki kualitas produk yang tidak dapat diragukan lagi. Selain Saladstop!! Merupakan cabang dari Luar negri ,Mereka juga memiliki berbagai penggemar yang sudah mengenal produk mereka bahkan saat mereka belum membuka gerai di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Kwik Kian Gie) 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.



Lokasi

Ⓒ Lokasi SaladStop!! Berada Di Dalam Mall Kelapa Gading 3 ,Ground Floor,yang mudah unbtuk terlihat para pengunjung mall dan juga Menjadi kekuatan saladstop!! Dengan menggunaka Lokasi Mall sebagai tempat untuk membuka gerai karena selain mudah terlihat,biasanya Para pengunjung juga akan selalu melewati ground floor dalam mall.

Harga

Harga yang dikenakan olehSalad Stop!! Untuk Produknya Berkisar antara RP.105.000,00 Sampai RP.120.000,00. Harga kisaran tersebut terbilang cukup mahal apabila dibandingkan dengan Produk Serupa lainnya.

Kelengkapan Fasilitas

Kelengkapan fasilitas tidak perlu diragukan lagi. Hal ini dikarenakan Saladstop! memiliki Gerai tersendiri yang Khusus disewa oleh 1 Gerai Resto yang bisa dibilang cukup besar untuk Saladstop!!.

Promosi

Promosi yang dilakukan Salad Stop!dilakukan lewat website, serta Instagram. Instagram digunakan untuk Promosi , ataupun apabila SaladStop! membuat suatu event, ataupun mengikuti event lain. Sedangkan website digunakan sebagai bentuk perkenalan diri Saladstop!sebagai sebuah wadah untuk orang-orang memelajari tentang Produk Saladstop!.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kelengkapan Fasilitas

Saladstop! memiliki fasilitas yang lengkap sebagai Sebuah Resto. Saladstop! memiliki Gerai mandiri dan cukup luas,serta memiliki mesin pembuat kopi,dan etalase saladbar yang besar .

Rasa Makanan

Rasa makanan Saladstop!! Memeiliki rasa makanan dan kualitas produk cukup baik .Hal ini dapat dilihat dari Google Yang memberikan Rating yang cukup terhadap Saladstop! yaitu dengan rata rata rating 3.7/5

Suasana Tempat

Saladstop! Memiliki design interior yang cukup bagus dan menarik perhatian para konsumen dimana sangat penting bagi suatu resto memiliki konsep dalam restaurant nya danSuasana tempat yang disuguh kan juga cukup nyaman.

Jumlah variasi produk yang ditawarkan

Saladstop! menawarkan jumlah Variasi Produk yang Cukup banyak.dan juga , kualitas dari tiap produk yang ditawarkan sangat baik dan menarik. Produk yang ditawarkan oleh Saladstop! itu mempunyai 13 jenis variasi produk makanan dan 9 jenis produk minuman.



Dilihat dari table 3.3 , menunjukkan bahwa *Green Garden Kitchen* memperoleh total nilai, yakni 3.59 yang artinya *Green Garden Kitchen* memiliki peluang yang besar. Namun, *Green Garden Kitchen* tetap harus melakukan antisipasi dengan menyiapkan berbagai strategi yang dapat meningkatkan penjualan serta *brand image* perusahaan, dikarenakan banyaknya pesaing yang sudah terjun ke dalam industry tari terlebih dahulu, yang tentu memiliki nama yang sudah lebih kuat. Berikut adalah penjelasan posisi *Green Garden Kitchen* dari pesaing berdasarkan table :

1. Kualitas Produk

Harga memiliki bobot penilaian 0.19, atau bobot paling tinggi. Hal ini dikarenakan masyarakat sangat memerhatikan apakah Produk suatu brand memiliki kualitas yang baik atau buruk . Tentu saja calon pembeli akan merasa sangat rugi dan tidak mendapatkan nilai apabila produk yang diberikan di suatu restaurant tidak memiliki kualitas yang baik yang dapat menjamin kepuasan konsumen itu sendiri. *Green Garden Kitchen* mendapat nilai 4, dikarenakan *Green Garden Kitchen* memiliki kualitas bahan baku yang sangat baik, serta Penyimpanan yang membuat bahan baku tetap fresh.

2. Lokasi

Memiliki bobot tertinggi kedua, yaitu 0.18. Lokasi sangat berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan suatu Restaurant, dikarenakan tentu Masyarakat lebih memilih makan di tempat yang strategis dan mudah diakses lewat jalur transportasi apapun. *Green Garden Kitchen* mendapat nilai 3, dikarenakan *Mordo's Dance Studio* berada di lokasi yang strategis, yaitu di Jakarta utara , tepatnya di Wisma Gading

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.



Permai, di mana terdapat banyak pilihan transportasi umum yang dapat diakses oleh masyarakat, serta banyaknya lahan parkir di depan Ruko Green Garden Kitchen, serta akses yang mudah untuk bisa sampai ke Green Garden Kitchen.

3. Kelengkapan Fasilitas

Kelengkapan fasilitas tentu sangat menunjang kenyamanan dan keamanan saat customer menikmati produknya. Dengan semakin lengkapnya fasilitas, tentu saja dapat meningkatkan dan menjaga *mood* dari setiap konsumen, sehingga konsumen dapat dengan nyaman menikmati makanan mereka di restaurant tersebut.

Kelengkapan fasilitas mencakup dengan adanya AC di dalam resto, Wi-Fi, kualitas *speaker*, dan lainnya. *Green Garden Kitchen* juga mendapat nilai 3 dalam hal kelengkapan fasilitas, dikarenakan *Green Garden Kitchen* memiliki fasilitas yang terbilang lengkap.

4. Harga

Green Garden Kitchen mendapat nilai 4, dikarenakan produk *Green Garden Kitchen* yang terbilang cukup terjangkau jika dibandingkan produk dari para pesaingnya, *Green Garden Kitchen* juga harus mampu menyesuaikan harga yang sesuai dengan fasilitas dan produk, serta menentukan juga *range* harga yang tepat agar tidak mengalami kerugian.

5. Rasa Makanan

Rasa makanan itu sendiri juga sangat berpengaruh, terutama di dalam bisnis *industry food and beverages*, maka itu salah satu faktor penentu dan sangat diperhatikan oleh *Green Garden Kitchen*. Untuk rasa makanan *Green Garden Kitchen* mendapatkan nilai 4, dikarenakan rasa makanan yang enak dan cukup memuaskan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Promosi

Promosi bertujuan agar masyarakat bisa lebih mengenal *Green Garden Kitchen* dan tertarik untuk mengikuti kelas di studio ini. *Green Garden Kitchen* mendapat nilai 4, dikarenakan *Green Garden Kitchen* melakukan promosi dengan cara yang menarik dan disebarluaskan secara *online* melalui media sosial.

7. Suasana Tempat

Suasana Tempat bisa memberikan kepada Konsumen pengalaman secara pribadi untuk bisa menikmati makanan sehat dengan rasa yang lezat dan juga suasana yang nyaman. Suasana tempat menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan suatu resto dimana jika suasana tempat makan tidak nyaman akan mengurangi niat konsumen menikmati produk makanan. *Green Garden Kitchen* mendapat nilai 4, dikarenakan *Green Garden Kitchen* akan banyak mengadakan *event*, baik untuk umum atau kalangan sendiri, dan selalu update dalam mengikuti tren serta suasana music dalam resto yang selalu di ubah.

8. Jumlah Variasi Produk yang Ditawarkan

Dengan jumlah variasi produk yang semakin banyak ditawarkan, akan semakin banyak masyarakat yang ingin mencoba produk terutama makanan. Hal ini dikarenakan Restaurant harus bisa menyesuaikan dengan selera masyarakat yang selalu berubah ubah. *Green Garden Kitchen* mendapat rating 3, dikarenakan Variasi Makanan yang disediakan sudah cukup banyak, walaupun tidak dengan Variasi minumannya. Namun, *Green Garden Kitchen* menyediakan variasi Makanan yang diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, terutama Jakarta.

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.



F. Analisis Lingkungan Eskternal dan Internal (SWOT Analysis)

SWOT Analisis menurut R.Fred David (2017:248), “*Strategy analysis and the choice seek to determine alternative courses of action that could best enable the firm to achieve its mission and objectives*”. (Sebuah analisis strategi dan pilihan untuk menentukan program alternatif yang terbaik yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya.)

Tujuan sebuah perusahaan menggunakan analisis SWOT adalah untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi saat ini, tetapi analisis SWOT tidak bisa menjadi alat untuk memberikan jalan keluar terhadap masalah yang sedang dihadapi.

SWOT adalah singkatan dari:

- S = *Strength* (Kekuatan)
- W = *Weakness* (Kelemahan)
- O = *Opportunities* (Peluang)
- T = *Threats* (Ancaman)

Kekuatan maupun kelemahan merupakan faktor internal dari perusahaan itu sendiri, dimana kekuatan dan kelemahan masih dapat dikontrol oleh perusahaan tersebut. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal yang tidak dapat dikontrol secara langsung oleh perusahaan namun masih dapat diatasi dengan menciptakan berbagai strategi perusahaan.

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berikut adalah analisis SWOT *Café Green Garden Kitchen*:

1. **Strength (S)** yaitu analisis kekuatan, sebuah kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan saat ini. Perusahaan harus dapat menganalisis dimana faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan bila dibanding dengan pesaingnya. *Strengths* dari *Café Green Garden Kitchen* adalah :

- a. Menjadi solusi mudah bagi masyarakat untuk menjalankan Gaya hidup sehat.
- b. Kemasan makanan yang ramah Lingkungan menjadi keunggulan Produk kami karena mengikat tema nature
- c. Harga yang kompetitif. Harga yang ditawarkan berkisar Rp 45.000 hingga Rp 65.000
- d. Produk bahan baku sayuran dan yang lainnya yang berkualitas dan memiliki cita rasa tinggi. Bahan baku diambil dari suppliers yang memiliki integritas yang memuaskan dan cita rasa yang disajikan berasal dari skill setiap karyawan yang mampu untuk membuat dan *menyajikan produk*.
- e. Lokasi strategis. Mudah dijangkau dan dicari, sehingga tidak menyulitkan calon pengunjung untuk mencari alamat.
- f. Merupakan Makanan Sehat dimana yang sangat dibutuhkan untuk menjaga daya tahan tubuh khususnya di era pandemi ini.

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.



- g. Promosi yang dilakukan melalui media social dan pelayanan yang menggunakan teknologi sehingga pelayanan lebih cepat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2) **Weakness (W)** yaitu analisis kelemahan, yang merupakan kegiatan-kegiatan perusahaan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak dimiliki oleh perusahaan. Kelemahan merupakan suatu kendala yang serius bagi kemajuan sebuah perusahaan.

Berikut kelemahan dari Green Garden Kitchen adalah:

- a. Belum dikenal masyarakat luas sehingga belum memiliki reputasi yang baik
- b. Belum terlalu berpengalaman
- c. Sulit bagi Masyarakat untuk Mengikuti Gaya hidup Sehat

3) **Opportunities (O)** yang merupakan analisis peluang, kondisi dimana sebuah perusahaan memiliki peluang untuk berkembang di masa depan. Peluang ini bisa datang kapan saja dan bila perusahaan cepat dalam menanggapi peluang tersebut maka akan menjadi sebuah peningkatan besar dalam proses bisnis tersebut.

Berikut peluang yang dimiliki antara lain:

- a. Gaya hidup masyarakat yang muncul akibat suasana perkotaan yang terbilang cukup tercemar terutama di perkotaan seperti Jakarta ini.
- b. Semakin berkembangnya gaya hidup sehat di zaman sekarang dari segala kalangan usia dan status sosial.
- c. Peluang pengembangan produk yang tinggi
- d. Teknologi yang selalu berkembang yang akan menyebarkan informasi tentang gaya hidup sehat kepada masyarakat.

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.



- e. Banyaknya aplikasi online yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan produk.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. **Threats (T)** yaitu analisis terhadap ancaman, ancaman adalah sesuatu yang sifatnya negatif yang harus dihadapi perusahaan selama proses bisnis. Ancaman yang dihadapi sebuah perusahaan bisa menyebabkan kerugian di berbagai aspek. Ancaman adalah sesuatu yang harus segera ditemukan solusinya karena bila terlalu lama maka kerugian yang akan dirasakan sebuah perusahaan akan makin berbelit – belit. Berikut ancaman yang dihadapi oleh:
- a. Sayur sayuran yang mudah didapatkan dengan harga yang murah apa lagi dapat dipesan melalui aplikasi online dengan teknologi sekarang ini
 - b. Mesin chopper dan sayur -sayuran yang dapat dibeli sendiri dengan harga yang terjangkau dengan adanya promosi barang elektronik dari olshop
 - c. Daya tawar pembeli yg semakin kuat karena banyaknya pilihan makanan sehat.
 - d. Munculnya pesaing baru yang memasarkan produk makanan sehat melalui media social ataupun aplikasi
 - e. Mudah ditiru dengan mengandalkan aplikasi memasak ataupun dari tayangan youtube.
 - f. Harga bahan baku yang dipengaruhi dengan keadaan ekonomi
 - g. Selera dan gaya hidup masyarakat yang dapat berubah-ubah

SWOT Matrix menurut R.Fred David (2017:251), “*SWOT Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weakness-opportunities) 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ST (*strengths-threats*) strategies, and WT (*weakness-threats*) strategies”.

(Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis: strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*).

Berikut tabel 3.3 mengenai Matriks SWOT:

Tabel 3.3
Matrix SWOT Green Garden Kitchen

	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan tempat 2. Fasilitas memadai 3. Harga terjangkau 4. Produk dan cita rasa 5. Kemasan ramah lingkungan 6. Promosi yang melalui media sosial 7. Masuk Dalam Katagori Makanan Sehat untuk diet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand</i> belum dikenal 2. Belum berpengalaman dibisnis kuliner 3. Kebiasaan gaya hidup masy Indonesia yang cenderung lebih suka fast food
Eksternal		
Opportunities (Peluang)	S-O Strategies	W-O Strategies
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup sehat yang konsumtif dan modernisasi 2. Pengembangan produk tinggi 3. Teknologi yang selalu berkembang 4. Aplikasi online yang memudahkan mendapatkan produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terus memakai Kemasan dan pembungkus ramah lingkungan 2. Mengkampanyekan bahwa hidup sehat juga bisa makan enak. 3. Menjalini Kerja sama dengan Influencer agar makanan sehat lebih dikenal 4. Bekerja sama dengan berbagai Aplikasi Di bidang kuliner 5. Komitmen Hanya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program <i>marketing</i> dengan berbagai media partner 2. Mengikuti dan mengadakan kegiatan <i>healthy campaign</i> 3. Memberikan Tester kepada masyarakat Agar masyarakat mengetahui makanan sehat itu lezat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



	menyediakan Makanan yang sehat	
--	--------------------------------	--



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Threats (Ancaman)	S-T Strategies	W-T Strategies
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya produk alternatif salad 2. Harga freezer, dan bahan baku yang cukup terjangkau 3. Daya tawar pemasok tinggi 4. Pesaing yang berpengalaman 5. Mudah nya memasuki bisnis ini 6. Pengaruh keadaan ekonomi 7. Selera masyarakat yang selalu berubah-ubah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk dan <i>servis</i> yang lebih baik untuk menciptakan <i>customer loyalty</i> dan <i>brand image</i> yang positif 2. Melakukan <i>Research and Development</i> untuk mempersiapkan rencana dalam menghadapi keadaan di masa yang akan datang 3. Menjalini Koneksi dan kerja sama dengan Para pemasok 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan evaluasi terhadap manajemen bisnis dan pesaing 2. Aktif di social media agar produk lebih dikenal masyarakat 3. Melakukan endorsement di berbagai artis dan influencer

Sumber: *Diolah penulis*

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.