



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Menurut Kotler dan Keller (2016: 322) , industri (*industry*) adalah suatu kelompok perusahaan yang menawarkan produk atau kelas produk yang merupakan pengganti erat satu sama lain. Pemasar mengklasifikasikan industri menurut jumlah penjual; tingkat diferensiasi produk; kehadiran atau ketiadaan penghalang untuk masuk, mobilitas, dan penghalang untuk keluar; struktur biaya; tingkat integrasi vertikal; dan tingkat globalisasi. Dengan menggunakan pendekatan pasar, maka dapat didefinisikan pesaing sebagai perusahaan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama. Konsep pasar untuk persaingan menunjukkan jumlah pesaing aktual dan potensial yang lebih besar dibandingkan persaingan yang hanya didefinisikan dalam istilah kategori produk. Rayport dan Jaworski dalam buku Kotler dan Keller (2016:322) menyarankan untuk menentukan profil pesaing langsung dan tidak langsung perusahaan dengan memetakan tahap-tahap pembeli dalam memperoleh dan menggunakan produk.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Potensi industri makanan dan minuman (mamin) di Indonesia tahun 2020 diyakini masih cerah. Karena itu, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) menargetkan pertumbuhan industri mamin Indonesia tahun ini tumbuh dua digit. Sejalan dengan itu, pemerintah juga telah menetapkan industri mamin menjadi salah satu dari lima sektor manufaktur yang diprioritaskan pengembangannya sesuai peta jalan Making Indonesia 4.0. (<http://www.tribunnews.com>)

Kota Pontianak sekarang sudah mulai berkembang menjadi kota besar. Gedung-gedung besar telah banyak dibangun dimana-mana seperti Mall, Hotel,



Resort dan lainnya. Pontianak sekarang menjadi salah satu kota yang cukup ramai penduduknya, mencapai 516 ribu jiwa (menurut data wikipedia) sehingga menjadi tempat yang prospek untuk melakukan usaha apa saja.

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

Bisnis kuliner memang bisa dikatakan tidak ada matinya. Dikarenakan bisnis kuliner atau makanan ini memang sangat diperlukan oleh setiap orang. Setiap manusia pasti memerlukan makanan untuk bertahan hidup, maka dari itu bisnis kuliner pasti akan selalu menjadi trend dimana-mana termasuk di Pontianak pastinya. Bisnis kuliner menjadi poin pertama Peluang Bisnis Pontianak

Menurut Wali Kota Pontianak, pelaku usaha kuliner dituntut untuk terus berinovasi dan menampilkan menu atau tempat yang spesial sehingga bisa menjadi daya tarik bagi masyarakat local namun juga menjadi ketertarikan tersendiri bagi masyarakat luar kota untuk ke Pontianak. (<https://kalbar.antaranews.com>)

B Analisis Pesaing

Pesaing adalah suatu bisnis yang bergerak pada industri dan segmentasi pasar yang sama dengan bisnis yang ingin dimasuki/dirikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:81), konsep pemasaran menyatakan bahwa agar berhasil, perusahaan harus menyediakan nilai dan kepuasan pelanggan yang lebih besar daripada pesaingnya. Oleh karena itu, pemasar harus melakukan lebih dari sekedar menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen sasaran. Mereka juga harus meraih manfaat strategis dengan menempatkan penawaran mereka secara kuat menghadapi penawaran pesaing dalam pikiran konsumen.

Tidak ada satu strategi pemasaran kompetitif yang paling baik bagi semua perusahaan. Masing-masing perusahaan harus mempertimbangkan ukuran dan posisi industrinya sendiri dibandingkan dengan ukuran dan posisi industri pesaingnya. Perusahaan besar dengan posisi dominan di dalam sebuah industri

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.



dapat menggunakan strategi tertentu yang tidak dapat dilakukan oleh perusahaan kecil. Tetapi menjadi besar saja tidaklah cukup. Ada strategi kemenangan bagi perusahaan besar, tetapi juga ada strategi kekalahan. Dan perusahaan kecil dapat mengembangkan strategi yang memberikan tingkat pengembalian yang lebih baik bagi dirinya sendiri daripada yang dinikmati perusahaan besar.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Diperkirakan berikut ini adalah profil pesaing utama Gultik Haha yang bergerak pada industri serupa, yakni:

1. Nama Kedai : Gultik Ceban
Alamat : Jl. Gusti Johan Idrus, Akcaya, Kec. Pontianak Selatan.
2. Nama Kedai : Gultik Hira68
Alamat : JL. Gusti Hamzah no 5, Pontianak.

Berdasarkan informasi pesaing utama yang di dapatkan, maka dapat dibandingkan kekuatan dan kelemahan dari Gultik Haha dengan pesaing-pesaingnya pada tabel berikut ini:

TABEL 3.1
Perbandingan Pesaing Utama Gultik HaHa

Kriteria	Gultik HaHa	Gultik Ceban	Gultik Hira 68
Merek	Belum dikenal	Sudah dikenal	Sudah dikenal
Harga	Sedang	Sedang	Sedang
Lokasi	Sangat strategis	Sangat strategis	Strategis
Cita Rasa	Enak	Relatif enak	Biasa saja
Kualitas Pelayanan	Sangat baik	Relatif baik	Relatif baik
Promosi	Sangat gencar	Relatif gencar	Relatif gencar
Kenyamanan Tempat	Nyaman	Relatif nyaman	Relatif nyaman
Lahan Parkir	Relatif luas	Relatif luas	Relatif luas
Fasilitas	Baik	Relatif baik	Relatif baik

Sumber : Observasi , 2019

Tabel 3.1 di atas, menunjukkan perbandingan pesaing utama Gultik HaHa yang bergerak pada industri dan segmen pasar yang sama. Untuk membuat Gultik HaHa dapat bertahan di lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, diperlukan analisa pesaing utama yang detail dan akurat.

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.



C. Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment, and 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 adalah analisis eksternal perusahaan untuk dapat melihat kesempatan yang ada di pasar serta ancaman yang harus dihindari agar berubah menjadi peluang untuk Gultik HaHa kedepannya. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi dari bisnis ini.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap Gultik HaHa yang telah dilakukan:

1. *Politic* (Politik)

Politik merupakan faktor yang mungkin mempengaruhi dalam bisnis, kondisi tertentu politik akan berpengaruh. Jika terjadi masalah dan menyebabkan perang atau kerusuhan aktivitas bisnis akan terhenti dan memberikan dampak negatif bagi seluruh sektor industri. Investor akan 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. Akibatnya adanya kelangkaan bahan baku untuk Gultik HaHa dan menyebabkan harga-harga menjadi tinggi, ketika harga naik jumlah konsumen akan berkurang hal ini bisa menjadi ancaman untuk Gultik HaHa. Keadaan sebaliknya, jika kondisi politik stabil maka banyak investor yang datang dan menyebabkan harga-harga bahan baku menjadi turun. Ini adalah kesempatan bagi Gultik HaHa untuk mendapatkan profit yang lebih tinggi.

2. *Economy* (Ekonomi)

Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi

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.



bisnis makanan ataupun minuman salah satu faktornya adalah inflasi, perubahan laju inflasi di Indonesia harus diperhatikan karena meningkatnya harga secara umum dan terus-menerus. Pengaruhnya dapat berdampak negatif bagi kemajuan usaha pada saat ini dan dimasa yang akan datang. Dapat dilihat pada **Tabel 3.2** merupakan tingkat laju inflasi yang terjadi pada tahun 2015-2019.

Tabel 3.2
Laju Inflasi Indonesia 2018-2019

Tahun	Tingkat Inflasi (%)
2019	2,72
2018	3,13
2017	3,61
2016	3,02
2015	3,35

Sumber : <https://www.bi.go.id>

Kenaikan inflasi dapat menyebabkan kenaikan harga barang-barang secara keseluruhan. Hal ini dapat mempengaruhi bisnis Gultik HaHa karena akan mempengaruhi harga bahan baku sehingga harga produksi akan meningkat dan dapat meningkatkan harga jual. Peningkatan harga jual akan mengakibatkan daya beli masyarakat menjadi turun.

3. *Social* (Sosial)

Sosial budaya sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tingkah laku dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Pada zaman ini, kehidupan sosial di masyarakat semakin berubah seiring perkembangan teknologi cara bergaul dan gaya hidup saat ini adalah dengan banyaknya individu yang menyukai *hangout* bersama kerabat, sahabat, maupun keluarga. Secara tidak langsung Kedai atau Restoran adalah tempat yang paling tepat untuk *hangout*.

Kedai atau Restoran yang sering dikunjungi untuk tempat kumpul

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

oleh anak muda dan keluarga saat ini selain tempat yang nyaman dan kualitas makanan yang enak adalah yang menawarkan berbagai macam fasilitas seperti Wi-Fi, *board game*, dan sebagainya. Karena sekarang salah satu unsur penting yang menjadi faktor sosial ialah gaya hidup dan tren masyarakat saat ini dengan semakin berkembangnya zaman kebiasaan masyarakat untuk menghabiskan waktu, *meeting*, dan berkumpul bersama teman atau keluarga di kedai atau Restoran sudah menjadi sebuah gaya hidup di kalangan keluarga, anak muda hingga dewasa saat ini.

Maka dari itu Gultik HaHa dapat berinovasi melalui produk yang ditawarkan serta menyediakan tempat yang *cozy*, *instagramable*, *family friendly*, dan menyediakan fasilitas untuk menunjang ketertarikan para konsumen untuk datang.

4. *Technology* (Teknologi)

Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang dengan pesat dimulai dari masyarakat yang terbiasa berbelanja langsung ke pusat perbelanjaan tetapi saat ini tidak diperlukan lagi karena dengan kemajuan akses teknologi masyarakat tidak perlu datang ke tempat yang ingin dituju untuk membeli sebuah produk. Hanya dengan memesan melalui aplikasi di handphone atau komputer bisa dengan mudah melakukan pemesanan terhadap suatu produk.

Karena perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan pelaku-pelaku bisnis semakin memanfaatkan teknologi untuk menunjang kegiatan bisnisnya. Semakin canggih teknologi yang digunakan maka akan semakin efisien bisnis tersebut berjalan.

Contohnya seperti dibidang pemasaran, saat ini banyak pelaku bisnis

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.



memanfaatkan website, sosial media, forum dan lain sebagainya untuk media promosi bisnis agar mudah dikenal oleh masyarakat.

Gultik HaHa juga menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnisnya misalnya dalam pemasaran, Gultik HaHa memanfaatkan sosial media dalam sarana promosi dengan menampilkan konten-konten tentang Gultik HaHa setiap harinya di sosial media sehingga membuat produk mudah dikenal oleh masyarakat.

Adanya kemajuan teknologi saat ini juga dapat dimanfaatkan oleh Gultik HaHa. Untuk meningkatkan penjualan seperti menggunakan Go-Food dengan bekerja sama melalui pihak Go-Jek serta GrabFood dengan bekerja sama melalui pihak Grab. Adanya kerjasama tersebut akan membuat konsumen lebih mudah untuk menikmati makanan atau minuman di Gultik HaHa, selain itu di Gultik HaHa juga menyediakan berbagai macam alternatif pembayaran lainnya seperti OVO, Cashback, Debit, Go-Pay, dan Dana. Dengan adanya alternatif pembayaran tersebut akan membuat para pelanggan menjadi lebih mudah untuk membayar, jadi para pelanggan tidak perlu repot-repot untuk membawa uang cash dalam jumlah banyak ke Gultik HaHa. Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini dapat membantu bisnis ini berkembang lebih pesat lagi.

5. *Environment* (Lingkungan)

Lingkungan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap aktivitas dari bisnis Gultik HaHa. Faktor lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan bisa berjalan atau tidak karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha kedepannya. Dimana lokasi yang strategis, akan memicu antusias masyarakat

© 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.



terhadap penjualan produk makanan dan minuman serta lokasi usaha yang tidak mudah banjir dan kebersihan tempat usaha juga menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis. Agar penilaian konsumen terhadap usaha bisnis yang dijalani akan sangat penting terhadap pertumbuhan bisnis tersebut.

Maka dari itu, Gultik HaHa akan konsisten tetap menjaga kebersihan lingkungan kerja baik di dalam ruangan maupun di luar warung. Tujuannya agar tetap menjaga kesehatan pegawai maupun pelanggan dan juga agar tetap dinilai baik oleh konsumen selain itu lokasi dari Gultik HaHa berada di Jl S.Parman no 2 Pontianak, lokasi tersebut sangatlah strategis dan sangat ramai disetiap harinya. Lokasi tersebut dipadati oleh berbagai perumahan, sekolah, mall, perkantoran, tempat ibadah, dan rumah sakit. Sehingga pada sore dan malam hari khususnya hari libur lingkungan disekitar kedai akan ramai dan lokasi tersebut merupakan lokasi yang bebas banjir.

6. *Legal* (Hukum)

Legalitas perusahaan di sini berarti sebuah perusahaan harus mengurus dokumen hukum yang dibutuhkan terkait dengan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan, terutama izin usaha. Dalam sebuah bisnis, legalitas merupakan pondasi hukum sebuah bisnis yang harus diperhatikan jika ingin memulai bisnis.

Memiliki izin usaha tentu saja akan memberikan dampak yang sangat baik bagi pemilik usaha. Ada banyak keuntungan yang bisa didapatkan, diantaranya;

- a) Sebagai Sarana Perlindungan Hukum
- b) Sebagai Sarana Promosi Dan Meningkatkan Kredibilitas Usaha

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.



- c) Sebagai Bukti Kepatuhan Terhadap Aturan Hukum
- d) Dapat Mempermudah Mendapatkan Suatu Proyek
- e) Sebagai Syarat Dalam Kegiatan Yang Sifatnya Menunjang Perkembangan Usaha

Dalam menjalankan usaha kedai Gultik HaHa juga membuat dokumen usaha, berupa perijinan dan dokumen lain sesuai dengan peraturan pemerintah, antara lain membuat SKDU (Surat Keterangan Domisili Usaha), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), SIUD (Surat Izin Usaha Dagang) dan lain-lain sesuai usaha yang dijalankan.

D. Model Lima Kekuatan Porter (*Porter's Five-Forces Model*)

Menurut Porter terjemahan Karisma Publishing Group (2018:17), penentu dasar pertama dari profitabilitas suatu perusahaan adalah daya tarik industri. Strategi bersaing harus berkembang dari pemahaman yang canggih akan aturan persaingan yang menentukan daya tarik suatu industri. Di dalam industri apa pun, entah itu dalam negeri atau internasional dalam menghasilkan produk atau jasa aturan persaingan dicakup di dalam lima kekuatan bersaing: masuknya pesaing baru, ancaman dari produk pengganti (substitusi), kekuatan penawaran (tawar-menawar) pembeli, kekuatan penawaran pemasok, dan persaingan di antara pesaing yang ada (lihat Gambar 3.1).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

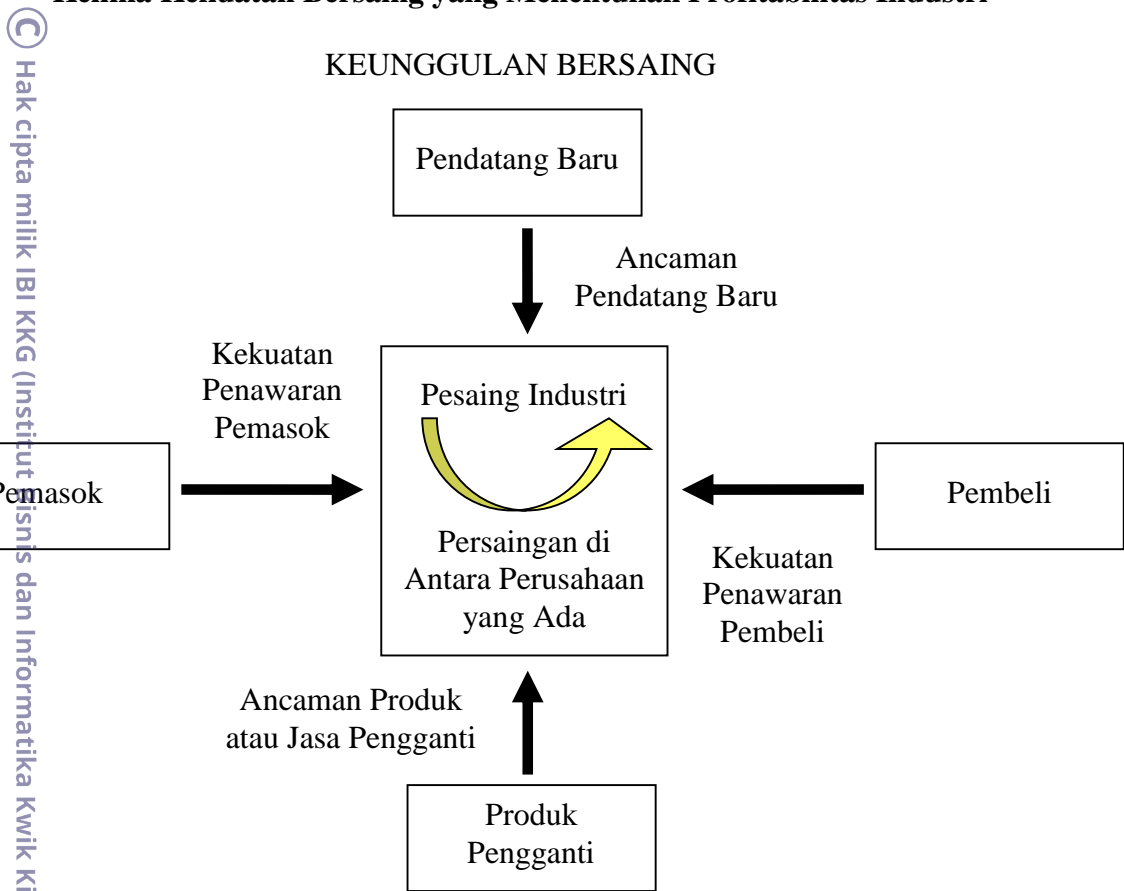
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



Gambar 3.1
Kelima Kekuatan Bersaing yang Menentukan Profitabilitas Industri



Sumber: Porter terjemahan Karisma Publishing Group (2018:18)

Kekuatan kolektif dari kelima kekuatan bersaing ini menentukan kemampuan perusahaan di dalam suatu industry untuk memperoleh, secara rata-rata, tingkat laba investasi yang melebihi biaya modal. Kekuatan dari kelima kekuatan bersaing tersebut bervariasi dari satu industry ke industry lain, dan dapat berubah ketika suatu industry berkembang. Hasilnya adalah semua industry tidak sama dari sudut pandang profitabilitas yang inheren (melekat). Kelima kekuatan tersebut menentukan profitabilitas industry karena mempengaruhi harga, biaya, dan memerlukan investasi perusahaan di dalam suatu industry yaitu unsur-unsur laba investasi (*return on investment* atau ROI).

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



1. Persaingan antar perusahaan saingan

Persaingan antar perusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh suatu perusahaan bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan pengintensifan iklan. Intensitas persaingan antar perusahaan saingan cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika pesaing lebih setara dalam hal ukuran dan kapabilitas, ketika permintaan akan produk industri itu menurun, dan ketika potongan harga menjadi lazim. Persaingan juga meningkat manakala konsumen dapat beralih merek dengan mudah; ketika hambatan untuk meninggalkan pasar tinggi; tatkala biaya tetap tinggi; kala produk dapat rusak atau musnah; ketika permintaan konsumen tumbuh lambat atau turun sehingga pesaing memiliki kelebihan kapasitas dan/atau persediaan; saat produk yang dijual adalah komoditas (tidak mudah didiferensiasi); ketika perusahaan pesaing beragam dalam hal strategi, asal-usul, dan budaya; serta manakala merger dan akuisisi lazim di dalam industri (David terjemahan Dono Sunardi, 2016:148).

Melihat dari persaingan antar perusahaan saingan Gultik HaHa tergolong cukup kuat/tinggi dikarenakan banyaknya pesaing-pesaing di wilayah Pontianak yang bergerak di industri serupa, yaitu Gultik Ceban dan Gultik Hira 68 sehingga Gultik HaHa harus dapat memberikan *value added* dan kepuasan yang lebih tinggi daripada pesaing-pesaingnya agar Gultik

© 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.



HaHa dapat mempertahankan loyalitas konsumen. *Value added* dan kepuasan yang ditawarkan Gultik HaHa adalah sebagai berikut:

- a) Konsep kedai yang lebih menarik
- b) *Design* kedai yang lebih istagramable
- c) Makanan dan Minuman yang khas dan berkualitas
- d) Adanya promosi pada awal pembukaan kedai
- e) Menyediakan delivery

2. Potensi masuknya pesaing baru

Bila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke suatu industri tertentu, intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan untuk menguasai teknologi, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya akses ke bahan mentah, kepemilikan paten, lokasi yang kurang menguntungkan, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar (David terjemahan Dono Sunardi, 2017:149).

Melihat potensi masuknya pesaing baru untuk Gultik HaHa masuk ke dalam kategori yang relatif tinggi dikarenakan modal yang dibutuhkan untuk bisnis ini tidak terlalu besar dan waktu yang untuk memperoleh BEP (*Break Even Point*) tidak terlalu lama, sehingga cukup mudah untuk pesaing baru menggeluti bisnis serupa karena kebanyakan dari pesaing baru ingin mendapatkan *profit*/keuntungan yang tinggi dari awal didirikan dan mencapai BEP dalam waktu yang relatif singkat.

© 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.



3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti

Di banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain. Hadirnya produk-produk pengganti itu meletakkan batas tertinggi (plafon) untuk harga yang dapat dibebankan sebelum konsumen beralih ke produk pengganti. Batas tertinggi harga setara dengan batas tertinggi laba dan kompetisi yang lebih intens antar pesaing. Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti tersebut turun dan manakala biaya peralihan konsumen juga turun. Kekuatan kompetitif produk pesaing dapat diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu, dan juga dari rencana perusahaan tersebut untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penetrasi pasar (David terjemahan Dono Sunardi, 2017:149-150).

Melihat dari potensi pengembangan produk-produk pengganti untuk Gultik HaHa tergolong relatif tinggi. Karena untuk saat ini industri makanan dan minuman yang mempunyai ciri khas, sulit ditiru oleh orang lain. Dengan hal ini, dapat disimpulkan bahwa makanan dan minuman yang khas kedai Gultik HaHa belum dapat digantikan oleh produk-produk pengganti yang lain.

4. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi akan menguntungkan kepentingan baik pemasok maupun produsen untuk saling membantu dengan harga yang masuk akal, kualitas yang baik, pengembangan layanan baru,

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



pengiriman tepat waktu, dan biaya persediaan yang lebih rendah, sehingga meningkatkan profitabilitas jangka panjang dari semua pihak yang berkepentingan (David terjemahan Dono Sunardi, 2017:150).

Melihat dari daya tawar pemasok untuk Gultik HaHa tergolong relatif rendah karena banyaknya pemasok yang bersaing untuk menawarkan harga yang lebih rendah dan kualitas yang lebih tinggi, sehingga setiap pemasok berusaha dan berkompetitif untuk menawarkan produk-produk dengan harga yang serendah mungkin dan kualitas yang setinggi mungkin.

5. Daya tawar konsumen

Ketika konsumen berkonsentrasi atau berbelanja atau membeli dalam volume besar, daya tawar mereka dapat merepresentasikan kekuatan besar yang memengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Perusahaan pesaing bisa saja menawarkan garansi yang panjang atau layanan khusus untuk mendapatkan loyalitas konsumen manakala daya tawar konsumen kuat. Daya tawar konsumen juga lebih tinggi ketika produk yang dibeli adalah standar atau tidak ada deferensiasi. Jika demikian, konsumen sering kali dapat menegosiasikan harga jual, cakupan garansi, dan paket-paket aksesoris dalam pengertian luas (David terjemahan Dono Sunardi, 2017:151).

Melihat dari daya tawar konsumen untuk Gultik HaHa tergolong relatif rendah dikarenakan Gultik HaHa memiliki keunikan dalam konsep kedai dan menjual makanan dan minuman yang semuanya produksi kedai Gultik HaHa dengan cita rasa yang khas.

© 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.



E. Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix-CPM*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Matriks ini digunakan untuk mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Faktor keberhasilan penting (*critical success*) dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup isu-isu internal maupun eksternal; karenanya, peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, dan 1 = sangat lemah. Pertama, faktor-faktor keberhasilan penting dalam Matriks Profil Kompetitif lebih luas, karena tidak mencakup data spesifik atau factual dan mungkin bahkan berfokus pada isu-isu internal. Dalam matriks ini, peringkat dan skor bobot total perusahaan-perusahaan pesaing dapat dibandingkan dengan perusahaan sampel. Analisis perbandingan ini memberikan informasi strategis internal yang penting (David terjemahan Dono Sunardi, 2017:160-161).

Gultik HaHa memiliki 2 pesaing utama yaitu Gultik Ceban dan Gultik Hira
68. CPM di gunakan untuk menggambarkan perbandingan antara Gultik HaHa dan pesaing utamanya berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting yang berpengaruh pada bisnis makanan dan minuman. Berikut ini tabel CPM yang menjelaskan Gultik HaHa dan pesaing utamanya:

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 3.3
Gultik HaHa
Competitive Profile Matrix

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Gultik HaHa		Gultik Ceban		Gultik Hira 68	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Cita Rasa Produk	0,150	4	0.60	3	0.45	2	0.30
Lokasi Strategis	0,142	4	0,568	4	0.568	3	0.426
Harga	0,144	4	0.576	4	0.576	3	0.432
Brand Terkenal	0,117	2	0.234	4	0.468	4	0.468
Tempat Nyaman	0,153	4	0.612	4	0.612	3	0.459
SDM terlatih Baik	0,148	3	0.444	3	0.444	3	0.444
Fasilitas	0,146	4	0.584	3	0.438	2	0.292
TOTAL	1		3.618		3.556		2.819

Sumber : Gultik HaHa, 2020

Tabel Competitive Profil Matrix (CPM) diatas terdiri dari beberapa faktor.

Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight*) dimana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. Kemudian *rating* merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Lalu *score* merupakan perkalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan, perusahaan memiliki total *score* yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul. Untuk itu nilai bobot yang diberikan berdasarkan dari hasil kuesioner yang penulis buat dan untuk peringkat yang tertulis berdasarkan dari *review* pelanggan yang saya lihat di web zomato. Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dari pesaing Gultik HaHa berdasarkan **Tabel 3.3** sebagai berikut:

1. Cita Rasa Produk

Cita rasa produk merupakan sebuah hal yang sangat penting di kedai, karena jika memiliki cita rasa yang khas maka akan lebih unggul



dibandingkan dari kedai lainnya dengan produk yang bervariasi membuat pelanggan tidak mudah bosan untuk menikmati produk yang disediakan. dari survey yang sudah dilakukan oleh penulis faktor cita rasa produk dan variasi produk mendapatkan bobot sebesar 0.150 dan merupakan bobot tertinggi kedua. Walaupun cita rasa produk merupakan faktor yang sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam menikmati produk di kedai, namun masih terdapat faktor-faktor lain yang menentukan keberhasilan suatu kedai.

Gultik HaHa mengungguli dalam kriteria ini dimana memperoleh nilai 4 Sedangkan Gultik Ceban memperoleh nilai 3 dan Gultik Hira 68 memperoleh nilai 2. Karena makanan dan minuman yang dijual dari kedua kedai ini dengan rasa relatif biasa-biasa saja serta cenderung tidak memiliki keunggulan kompetitif.

2. Lokasi Strategis

Lokasi strategis juga sangat penting karena kalau para pelanggan susah mencari lokasi dari suatu kedai tersebut akan membuat pelanggan jadi malas untuk datang ke warung. Selain itu adanya lahan parkir juga dipertimbangkan lagi jika lahan parkir yang dimiliki tidak dapat memuat kendaraan yang akan parkir maka para pelanggan juga menjadi malas untuk mampir ke sebuah kedai.

Gultik HaHa memiliki nilai 4 dimana sama dengan Gultik Ceban sedangkan Gultik Hira 68 memiliki nilai 3, karena lokasi Gultik HaHa berada di dekat tikungan jalan utama, sedangkan Gultik Ceban berada agak masuk dari pinggir jalan utama dan Gultik Hira 68 berada di jalur utama agak masuk kedalam lagi yang membuat calon pelanggan lebih sulit untuk mencarinya. Selain itu Gultik HaHa dan Gultik Hira 68 memiliki lahan parkir yang tidak

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.



terlalu luas karena lahan parkir Gultik HaHa bersamaan dengan tempat bisnis-bisnis lainnya yang berada disebelahnya. Sedangkan Gultik Ceban memiliki tempat parkir yang cukup luas.

3. Harga

Harga merupakan sebuah hal penting yang menjadi sebuah pertimbangan oleh konsumen untuk membeli produk. Gultik HaHa memperoleh angka yang sama dengan Gultik Ceban yaitu 4 karena harga yang ditawarkan relatif murah dan kompetitif, sedangkan Gultik Hira 68 memperoleh angka 3 karena harga yang diberikan relatif mahal dan kurang kompetitif.

4. Brand Terkenal

Brand merupakan salah satu bagian penting dari suatu produk *Brand* bisa menjadi suatu nilai tambah bagi produk maupun sebuah jasa. Nilai tambah ini sangat menguntungkan bagi perusahaan maka dari itu perusahaan berusaha terus memperkenalkan *brand* yang dimilikinya dari waktu ke waktu. Faktor *brand* yang terkenal pada Gultik HaHa memiliki nilai 2 dimana para pesaing lebih unggul. Hal ini wajar karena para pesaing sudah buka lebih lama dan pasti *brand* sudah lebih dikenal oleh masyarakat.

5. Tempat Nyaman

Sebuah usaha penting memiliki tempat yang nyaman karena hal ini bisa menjadi daya tarik pembeli untuk berkunjung ke usaha kita. Dari survey yang sudah dilakukan oleh penulis, faktor Tempat yang nyaman memiliki bobot 0.153 dan menjadi bobot paling tinggi daripada faktor lainnya. Gultik HaHa dan Gultik Ceban memperoleh angka 4 sedangkan Gultik Hira 68 memperoleh angka 3. Gultik HaHa mendesain ruangan dengan gambar mural,

© 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.



sehingga dapat menjadi tempat yang *instagramable*, kemudian akan membuat 2 ruangan untuk *smoking room* dan *non smoking*. Sehingga dapat membuat suasana yang *family friendly* dan membuat para pelanggan lebih nyaman lagi.

6. Sumber Daya Manusia Terlatih Baik

Sumber daya manusia yang buruk dapat menghambat kelancaran bisnis karena pelayanan terhadap konsumen tidak hanya penting namun begitu vital bagi sebuah bisnis. Karena pelanggan tidak hanya melihat kualitas dari produk yang ditawarkan namun mereka juga melihat cara kita bersikap kepada mereka baik atau buruk. tingkatkan terus pelayanan terhadap pelanggan demi kelancaran dan perkembangan bisnis disini Gultik HaHa memperoleh angka 3 dikarenakan pelayanan tidak terlalu berbeda jauh tetapi Gultik HaHa akan terus meningkatkan kualitas sumber daya manusianya sehingga meminimalisir terjadi keluhan ataupun *complain* pelanggan.

7. Fasilitas

Fasilitas menjadi sebuah hal yang cukup diperhatikan oleh konsumen terutama untuk sebuah kedai karena kenyamanan konsumen akan terbangun ketika fasilitas yang diberikan juga baik. Gultik HaHa memperoleh nilai 4 mengungguli dari para pesaingnya karena Gultik HaHa menyediakan berbagai macam fasilitas diantaranya Wi-Fi yang cepat, stop kontak untuk ngecas, dan berbagai macam *board game*. Dimana Gultik Ceban memperoleh nilai 3 karena hanya menyediakan Wi-Fi yang cukup cepat serta stop kontak yang hanya bisa dipakai beberapa saja, dan untuk Gultik Hira 68 memperoleh nilai 2 dikarenakan Wi-Fi yang dimiliki relatif lambat serta hanya memiliki stop kontak yang terbatas.

© 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.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

SWOT menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), “*An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).*”

Strength adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

Weakness adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang memiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

Opportunities adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

Threats adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan

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.



dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan. Selain itu, metode ini juga membantu para pebisnis untuk melihat sisi – sisi yang terbaik atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari Gultik HaHa:

1. Kekuatan (Strenght)

- a) Gultik HaHa memiliki produk yang bervariasi dan memiliki cita rasa yang khas, dari menu nasi, menu mie, serta menu kentang goreng. Walaupun ada beberapa makanan dan minuman hampir sama dengan pesaing tetapi Gultik HaHa dapat menjamin cita rasa dari makanan dan minumannya. apabila cita rasa yang dimiliki enak maka kualitas yang dimiliki juga baik. Dengan terjaminnya kualitas produknya maka akan menghasilkan sebuah gulai daging yang enak, tidak bisa ditemukan di tempat lain karena ini adalah makanan yang di kreasikan sendiri oleh Gultik HaHa dan ini bisa menjadi pembeda dari tempat lain.
- b) Gultik HaHa memiliki lokasi yang strategis karena berada di dekat dengan jalan utama. Di daerah itu juga banyak beberapa perkantoran, rumah sakit, sekolah, mall, tempat ibadah dan perumahan. Selain itu lahan parkir yang relatif luas sehingga memudahkan para pelanggan dalam memarkir kendaraannya.
- c) Tempat yang dimiliki Gultik HaHa tentunya nyaman dimana memiliki ruangan *indoor* dan *outdoor*. tempat outdoor bisa digunakan sebagai tempat merokok sehingga asapnya tidak mengganggu pelanggan lainnya.

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



- d) Memiliki sumber daya manusia yang sudah terlatih dengan baik.
- e) Memberikan berbagai macam promo yang menarik.
- f) Gultik HaHa memiliki fasilitas yang cukup memadai seperti Wi-Fi yang kencang.

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

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a) Gultik HaHa belum memiliki *brand awareness* yang baik serta belum terlalu terkenal oleh masyarakat, sehingga hal ini dapat membuat Gultik HaHa menjadi kalah saing dengan pesaing lama.
- b) Gultik HaHa masih kurang pengalaman dalam hal manajemen karena selama ini hanya belajar dari teori.

3. Peluang (*Opportunity*)

- a) Di kota Pontianak banyak masyarakat yang suka menghabiskan waktu di kedai atau restoran termasuk anak sekolah yang baru pulang sekolah biasanya mampir ke kedai atau restoran bersama teman – temannya terlebih dahulu sebelum pulang ke rumah.
- b) Adanya inovasi baru dalam berbagai macam menu yang khas di Gultik HaHa sehingga pelanggan dapat menikmati makanan dengan cita rasa yang khas yang tidak ditemukan ditempat lain.
- c) Gultik HaHa memanfaatkan keandalan teknologi informasi sehingga memudahkan dalam melakukan produksi dan promosi. Pertumbuhan teknologi seperti *gadget* dan media sosial yang sangat marak menjadi peluang bagi Gultik HaHa untuk dapat mempromosikan serta memperkenalkan Gultik HaHa melalui dunia maya untuk menjaring lebih banyak konsumen.

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- d) Gultik HaHa juga akan bekerja sama dengan beberapa provider aplikasi *online* agar memudahkan pelanggan untuk mendapatkan produk, Seperti Gofood dari Go-Jek serta GrabFood dari Grab. Hal ini dilakukan agar memudahkan masyarakat mendapatkan produk.
- e) Gultik HaHa akan menyediakan beberapa metode pembayaran cash less untuk kemudahan pembayaran para konsumen.

4. Ancaman (*Threat*)

- a) Bisnis seperti kedai ini mudah untuk dimasuki oleh pesaing baru karenanya harus memiliki inovasi dan produk yang lebih menarik.
- b) Sudah ada banyak kedai yang menjual gulai sapi di kota Pontianak jadi harus lebih gencar dalam melakukan promosi.
- c) Selera masyarakat yang selalu berubah – ubah jadi harus selalu mengikuti perkembangan makanan agar dapat memenuhi selera 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.



Tabel 3.4
SWOT Matriks Gultik HaHa

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki citra rasa yang lebih lezat Lokasi yang strategis Tempat yang nyaman SDM yang terlatih Promo yang menarik Fasilitas memadai 		<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Merek yang belum dikenal banyak orang. Kurangnya pengalaman dalam hal manajemen.
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Peluang bisnis yang baik, karena gaya hidup masyarakat yang menghabiskan waktu di luar. Inovasi yang berbeda pada berbagai macam makanan. Perkembangan teknologi informasi. Banyaknya aplikasi online yang memudahkan mendapatkan produk. Menyediakan beberapa metode pembayaran. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan para pemasok dan pelanggan. (S1,S4,O1) Menyajikan produk dengan bahan baku yang baik sekaligus berinovasi. (S1,O2) Menonjolkan pelayanan yang baik, promosi, yang gencar. (S4,O3) Menggunakan beberapa metode pembayaran seperti Ovo, Gopay, dan Dana. (S5,O4,O5) Penataan layout dan desain interior yang membuat nyaman dan menarik. (S2,S3,O1,O2) Bekerja sama dengan GoFood dan GrabFood. (S5,O3,O4) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan promosi yang gencar agar merek dapat dikenal oleh masyarakat luas. (W1,O3) Melakukan pelatihan yang serius agar manajemen dapat berjalan dengan baik. (W3,O2)
<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Ancaman dari pesaing lain yang mengikuti ide bisnis ini. Sudah banyak pesaing yang membuka kedai. Selera masyarakat yang berubah – ubah. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Menonjolkan keunikan produk yang berbeda dari pesaing. (S1,T1,T2) Memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan dan selalu mengikuti perkembangan manmin agar dapat diminati masyarakat. (S1,S4,T3) Memberikan berbagai macam promo. (S5,T2) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Setiap pekerja dibekali pelatihan agar tidak kalah bersaing dengan pesaing dan selalu dilakukannya evaluasi setiap hari / minggu / bulan. (W2,T1) Membangun citra yang baik untuk produk yang dihasilkan. (W1,T1,T2)

Sumber : Gultik HaHa, 2020

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.

Keterangan dari penjelasan Matrix SWOT :

1. Strategi SO

- a) Gultik HaHa bekerja sama dengan beberapa pemasok tetap agar kualitas bahan baku tetap sama dan menghindari dari resiko fluktuasi harga bahan baku, jadi harga akhir yang ditetapkan kepada konsumen tetap terjangkau. Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pemasok supaya dapat memudahkan Gultik HaHa dalam memperoleh bahan baku yang lebih baru dan lengkap, sehingga akan memberikan peluang untuk dapat mengembangkan dan menciptakan produk baru.
- b) Menyajikan produk dengan bahan baku yang baik agar produk yang akan diberikan ke konsumen terjaga kebersihan dan kehygienisannya. Bahan baku yang baik akan berpengaruh terhadap cita rasa makanan dan minuman itu sendiri. Selain itu Gultik HaHa juga akan selalu berinovasi terhadap produk nya supaya tetap diminati oleh konsumen.
- c) Dengan teknologi informasi yang semakin berkembang Gultik HaHa selalu menggunakan mesin-mesin seperti blender dan *freezer* terbaru dengan fungsi dan manfaat baru yang membantu mempermudah *serving* makanan dan minuman sehingga pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama. Gultik HaHa juga memanfaatkan sosial media social untuk melakukan promosi agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen.
- d) Gultik HaHa menyediakan berbagai macam metode pembayaran seperti Gopay, Ovo, dan Dana. Hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen ketika berbelanja dengan adanya metode pembayaran

© 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.

seperti ini konsumen akan diuntungkan karena adanya banyak promo dan *cashback* yang diberikan.

- e) Penataan *layout* dan desain interior yang tidak monoton akan dapat menambah rasa nyaman saat berada di suatu ruangan atau tempat. Desain interior yang ditawarkan Gultik HaHa mengusung konsep *instagramable*, *family friendly* dengan desain mural dinding sehingga semakin mendukung konsep yang diusung. Kemudian adanya tempat *smoking* untuk pengunjung yang merokok sehingga tidak mengganggu pengunjung yang tidak merokok. Selain itu posisi *layout* yang tertata memudahkan pengunjung supaya tidak sulit untuk berjalan ataupun duduk, sehingga tidak mengganggu pengunjung lainnya.
- f) Gultik HaHa akan kerja sama dengan beberapa aplikasi *delivery order* diantaranya Gofood dari Go-jek dan Grabfood dari Grab. Hal ini bertujuan agar konsumen lebih mudah memperoleh produk dari Gultik HaHa tanpa harus datang ke kedai. Selain itu juga adanya berbagai macam diskon dan promo yang diberikan dari aplikasi *delivery order* Hal ini dapat meningkatkan penjualan dan memudahkan dalam menyebarluaskan bisnis sehingga jangkauan penyebaran informasi lebih luas.

2. Strategi WO

- a) Gultik HaHa akan melakukan promosi melalui media sosial, *platform* kuliner dan Gofood serta Grabfood. Dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang dapat memudahkan Gultik HaHa melakukan promosi yang akan tersampaikan dengan cepat kepada

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



pelanggan. Hal ini akan membantu memperkenalkan Gultik HaHa kepada pasar. Penggunaan aplikasi Go-Jek dengan fitur Gofood dan Grab dengan fitur Grabfood sangat membantu pelanggan mendapatkan produk Gultik HaHa dengan sangat mudah. Selain itu, kemudahan akses internet juga memudahkan semua orang untuk mencari tau Gultik HaHa di *platform* kuliner seperti Foody, dan Zomato. Sehingga Gultik HaHa bisa lebih cepat dikenal oleh masyarakat.

- b) Gultik HaHa akan aktif dalam menyertakan para pegawainya mengikuti pelatihan-pelatihan yang ada, supaya manajemen Gultik HaHa bisa lebih baik lagi kedepannya.

3. Strategi ST

- a) Memberikan rekomendasi makanan andalan dari Gultik HaHa kepada pengunjung yang datang sehingga pengunjung dapat mengetahui produk ciri khas apa yang ada di Gultik HaHa.
- b) Memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan SOP yang berlaku di Gultik HaHa serta meningkatkan kualitas produk dan servis yang lebih baik untuk menciptakan *customer loyalty* dan *brand image* yang positif. Dengan membuat pelayanan yang prima dengan kualitas produk yang *high quality* serta memberikan harga yang terjangkau sehingga membuat pelanggan tidak kecewa setelah datang ke Gultik HaHa.
- c) Gultik HaHa akan merancang strategi promosi terlebih terhadap harga hal ini dilakukan agar menarik konsumen untuk datang, yang akan disertai dengan kualitas produk dan servis yang baik sehingga akan dapat menciptakan *customer loyalty*.

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



4. Strategi WT

- a) Gultik HaHa akan memberikan pengetahuan dan pembekalan terhadap pekerja supaya bekerja sesuai dengan SOP yang berlaku, dan akan melakukan evaluasi terhadap bisnis dan pesaing. Pesaing yang lebih dahulu ada pastinya memiliki pengalaman dalam bisnis yang terkait. Melakukan evaluasi kinerja dan observasi terhadap pesaing adalah strategi yang akan dilakukan Gulti HaHa guna mendapatkan informasi dan mengikuti perkembangan serta inovasi – inovasi yang dilakukan oleh pesaing. Melakukan evaluasi manajemen bisnis terhadap keadaan ekonomi, daya tawar pemasok, karyawan, dan konsumen juga diperlukan guna untuk menjaga kestabilan kondisi bisnis sehingga kerjasama dengan pemasok tetap dalam kondisi yang kondusif dan tidak merugikan pelanggan yang membelanjakan uang mereka untuk membeli produk di Gultik HaHa. Meningkatkan kualitas pekerja sangat penting dilakukan karena menyangkut perilaku langsung terhadap konsumen, strategi ini digunakan untuk menemukan apa saja yang perlu diperbaiki karena akan berdampak pada *image* usaha di masyarakat.
- b) Gultik HaHa akan mengundang *influencer food blogger* untuk meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan reputasi bisnis sehingga dapat menarik konsumen. Membangun *brand image* yang baik kepada konsumen dengan promosi menggunakan *influencer food blogger* yang sudah banyak dikenal masyarakat. Dengan cara ini Gultik HaHa dikenal banyak orang dan akan mengurangi dampak dari adanya pesaing baru dan inovasi produk dari pesaing yang sudah ada

© 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.

serta akan disertai dengan kualitas makanan dan minuman yang baik mengikuti trend selera masyarakat.

© 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.

