

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### A. Gaya Hidup dan Pertumbuhan Industri

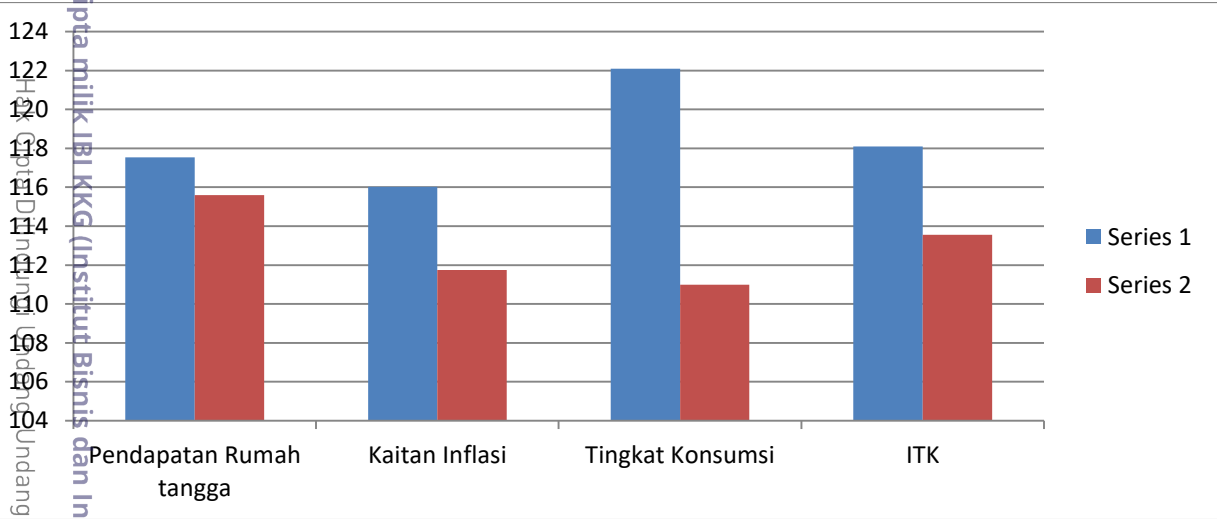
Indonesia mengalami pertumbuhan 5% setiap tahunnya, tetapi terkadang perubahan inflasi dapat mempengaruhi perubahan harga bahan baku dan penunjang yang nantinya akan mempengaruhi pada harga produk yang dihasilkan Sunhuns yang tergantung terhadap perubahan harga bahan baku yang digunakan, sehingga perubahan harga tersebut mempengaruhi penjualan dari Kafe Sunhuns, maka diperlukan adanya analisis untuk pedoman atau tolak ukur sunhuns kedepan. Perubahan tersebut perlu diselingi oleh gaya hidup yang sesuai dengan jamanya, sehingga para konsumen tidak jenuh atau tetap loyal. Gaya hidup atau *trend* merupakan faktor perkembangan yang harus diikuti Sunhuns untuk meningkatkan dalam penjualan. Inovasi produk akan selalu diperlukan untuk mengimbangi dengan *trend*, loyalitas konsumen akan tumbuh dengan inovasi produk dan gaya hidup yang dikembangkan oleh Kafe Sunhuns.

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.



Gambar 3.1

Indeks Tindensi Konsumen untuk Triwulan III dan Trwiwulan 4 tahun 2013



**Keterangan :**

**Triwulan III 2013 = Biru**

**Triwulan IV 2013 = Merah**

Sumber : [https://jakarta.bps.go.id/backend/pdf\\_publicasi/Statistik-Kesejahteraan-Rakyat-Provinsi-DKI-Jakarta-2015-2016.pdf](https://jakarta.bps.go.id/backend/pdf_publicasi/Statistik-Kesejahteraan-Rakyat-Provinsi-DKI-Jakarta-2015-2016.pdf)

Berdasarkan hasil analisis gambar di atas bahwa tingkat konsumsi DKI Jakarta masih tinggi dan berbanding dengan tingkat pendapatan yang masih dalam batas signifikan, sehingga pendirian Kafe Sunhuns memiliki prospek yang bagus, selain itu atas dasar tingkat konsumsi yang tinggi terhadap produk makanan maka, produk-produk yang unik yang diproduksi Kafe Sunhuns akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Kafe Sunhuns juga menganalisis tentang pertumbuhan penduduk kota Tangerang Selatan yang akan berpengaruh terhadap permintaan akan produk Kafe Sunhuns. Dalam

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.



tabel 3.1 di bawah terdapat peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya. Berikut merupakan tabel peningkatan jumlah penduduk Tangerang Selatan yang tertera pada tabel

**Tabel 3.1**

**Jumlah Rumah tangga Kota Tangerang Selatan 2013 hingga 2015**

Kecamatan	Rumah Tangga		
	2013	2014	2015
Setu	19.298	21.151	20.482
Serpong	37.617	41.677	43.273
Pamulang	-	82.127	84.398
Ciputat	53.815	54.227	57.275
Ciputat Timur	49.663	50.276	51.297
Pondok Aren	85.379	88.708	92.910
Serpong Utara	39.792	42.425	41.505
Tangerang Selatan	365.838	380.591	391.141

Sumber : <https://tangselkota.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/20>

Atas dasar hal tersebut maka diperkirakan Kafe Sunhuns akan mendapatkan peningkatan permintaan produk setiap tahunnya seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Selain itu kebiasaan masyarakat Indonesia yang selalu suka mengonsumsi makanan ringan yang juga akan ikut mempengaruhi permintaan akan produk Sunhuns akan terus meningkat.

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.



## B. Analisis Pesaing Langsung

Dalam menjalankan kegiatan bisnis pasti terjadi persaingan, sehingga diperlukan adanya analisa pesaing yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha perlu mencari informasi tentang para pesaingnya yang nantinya akan menjadi pedoman untuk menyusun strategi bersaing. Beberapa informasi yang diperlukan seperti : pemasaran, keseluruhan produk, harga, *service* yang ditawarkan, lokasi, distribusi dan bahan baku yang digunakan.

Berikut merupakan beberapa cara penulis untuk menganalisa pesaing Sunhuns :

1. Mencari informasi berdasarkan pengalaman konsumen :
  - a. *Experience buying process*.
  - b. Promosi atau *service* yang mereka dapatkan.
2. Melakukan pencarian melalui internet.
3. Melakukan kunjungan terhadap toko atau gerai pesaing :
  - a. Mengamati design produk yang dijual.
  - b. Menganalisis pelayanan yang ditawarkan.
  - c. Mengamati harga yang ditawarkan.
  - d. Mengamati promo-promo yang diberikan.
4. Melakukan metode “*in-field competition analysis*” dengan melakukan telemarketing pada segala prospek untuk menganalisis pesaing.

Atas dasar analisis di atas maka penulis mendapatkan beberapa informasi tentang para pesaing Kafe Sunhuns yang sudah dapat diidentifikasi, berikut beberapa pesaingnya :



1. Chatime, perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan waralaba minuman terbesar, dan pada tahun 2016 Chatime membuat beberapa minuman yang berbahan dasar madu.

Alamat : Gedung Setia Budi2, JL. H.R RASUNA SAID KAV 67 KUNINGAN  
12920 JAKARTA, JK Indonesia.

Telepon : (021) 40142328

Website : <http://chatime.co.id/>

2. Donat madu Cihanjuang

Alamat : Jl. Bintaro Utama No. 29, Bintaro, Jakarta

Telepon : 0821 11192177 / 0878 76390963  
(021) 40580099

### C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL memiliki kepanjangan dari politik, *environment*( lingkungan) , social, teknologi, ekonomi, hukum atau legalitas. PESTEL merupakan salah satu pedoman atau tolak ukur kemajuan suatu usaha sehingga harus mempertimbangkan beberapa faktor-faktor penting. Berikut faktor-faktor penting tersebut

1. Ekonomi

Jumlah rata-rata pendapatan masyarakat Indonesia setelah pajak meningkat dari tahun ketahun serta garis kelahiran meningkat khususnya penduduk kota

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 IBKKG.

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



Tangerang Selatan. Memasuki bulan Desember tahun 2016, harga barang-barang/jasa kebutuhan pokok masyarakat di Kota Tangerang Selatan secara umum mengalami kenaikan, hal ini bisa dilihat dari berubahnya angka Indeks Harga Konsumen (IHK) dari 132,32 pada bulan November 2016 menjadi 132,87 pada bulan Desember 2016 atau terjadi perubahan indeks 0,42 persen dengan laju inflasi tahun kalender (2016) tercatat sebesar 2,61 persen, sedangkan inflasi “Year on Year” tercatat sebesar 2,61 persen.

(Sumber : <https://tangselkota.bps.go.id/Brs/view/id/10> )

Atas dasar hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga yang signifikan akan mempengaruhi pendapatan penduduk Kota Tangerang Selatan dengan naiknya harga maka pendapatan juga akan naik, sehingga akan menjadi peluang yang baik bagi Kafe Sunhuns.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

## 2. Sosial Budaya

Sosial dan budaya merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan, oleh karena itu hal tersebut merupakan salah satu faktor penting dalam kunci kesuksesan suatu bisnis. Sosial budaya akan menumbuhkan persepsi yang berbeda-beda dikalangan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi selera, persepsi, serta loyalitas konsumen. Penulis membentuk Kafe Sunhuns atas dasar pandangan terhadap kehidupan sosialita masyarakat, dimana masyarakat Indonesia sangat loyal dalam hal kuliner. Pembuatan makanan dan minuman berbahan dasar madu juga atas dasar loyalitas konsumen terhadap makanan yang tinggi dan mulai adanya kesadaran masyarakat untuk hidup sehat, sehingga Kafe Sunhuns akan menggalangkan cara

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.



mengonsumsi makanan dan minuman yang sehat, selain itu menanamkan kembali budaya masyarakat Indonesia tentang hidup sehat.

*Design* Kafe Sunhuns yang menggunakan tanaman untuk menggalangkan penghijauan, selain itu untuk memberikan rasa nyaman dan indah dimata konsumen, dimana kota Jakarta dan sekitar telah dipenuhi oleh polusi. Dari sisi lain Kafe Sunhuns juga mengajarkan budaya penghijauan bagi masyarakat.

### B. Politik

Politik Indonesia sangat mempengaruhi usaha Kafe Sunhuns, dimana ada beberapa kebijakan sangat mempengaruhi salah satunya tentang, peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif RI Nomor 10 Tahun 2014 tentang standar usaha kafe, yang harus dipertimbangkan, selain itu kebijakan tentang peraturan pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2015 Nomor 17 Tahun 2015 (Sumber : <http://www.kemenpar.go.id/>) tentang ketahanan pangan dan gizi, sehingga mewajibkan sunhuns untuk mengikuti aturan yang berlaku serta untuk menjamin mutu dan kualitas makanan dan minuman.

Beberapa kebijakan yang dibuat peraturan pemerintah Tangerang Selatan yang mengharuskan kepemilikan surat ijin usaha, pembukaan usaha, serta NPWP. Selain itu pemerintah juga telah membuat beberapa kebijakan yang menguntungkan UKM yang menguntungkan bagi Kafe Sunhuns. Dalam indikasi politik tersebut maka Kafe Sunhuns dalam menjalankan usaha kafe memerlukan persyaratan diatas.



#### 4. Teknologi

Teknologi yang digunakan sunhuns dapat terbilang moderen, dalam sisi produksi menggunakan beberapa *mixer* dan lemari pendingin yang sudah moderen, dikarenakan semakin canggih alat yang digunakan maka dapat meminimalisir kerusakan pada tekstur makanan dan minuman serta menjaga kualitas dan kehygienisan makanan dan minuman sunhuns.

Karena atas dasar kecanggihan peralatan yang dibantu dengan teknologi moderen sehingga, peralatan yang digunakan cenderung awet dan memiliki waktu guna yang tinggi, maka dalam hal tersebut biaya atau *cost* yang didapat dari biaya perawatan dapat diminimalisir. Biaya yang dikeluarkan untuk perawatan tidak terlalu besar karena memiliki jangka waktu perawatan peralatan yang lebih lama (per 1 tahun), sehingga menjadi peluang yang baik bagi Kafe Sunhuns.

#### 5. *Envoironmental* / Lingkungan

Kafe Sunhuns masih menggunakan plastik kemasan sebagai alat untuk kemasan produk sunhuns atas dasar efisien, selain itu hal tersebut juga bertentangan dengan hal *go green*, yang dicanangkan oleh sunhuns sendiri, tetapi Sunhuns juga berencana akan menggunakan plastik karton sebagai pengganti kemasan sesuai dengan seiring berjalanya waktu penggunaan plastik kemasan.

Selain menggunakan plastik kemasan, Kafe Sunhuns juga akan menggunakan shopping bag, sesuai peraturan pemerintah yang menghimbau untuk menggunakan shopping bag dalam berbelanja, sehingga setelah produk digunakan tidak langsung dibuang tetapi dapat digunakan kembali untuk selanjutnya.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.





## 6. Legalitas

Dalam membangun usaha selain memiliki ijin usaha juga harus memiliki tanda legalitas bahwa barang produksi atau konsumsi harus memenuhi syarat dari pemerintah yang nantinya akan diberi tanda legal dan dapat diperdagangkan. Selain itu juga ada peraturan yang mendukung usaha UMKM yaitu, Peraturan Presiden RI Nomor 98 Tahun 2014 tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil yang menjelaskan “untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah diperlukan pemberdayaan bagi pelaku UKM. Pemberdayaan itu dengan memberikan izin kepada pelaku usaha mikro dan kecil secara sederhana”., Sehingga dari sanalah peluang bagi sunhuns untuk bersaing dan juga didukung oleh pemerintah. (Sumber : <http://www.seputarukm.com/mengapa-bisnis-ukm-harus-urus-izin-usaha-mikro-dan-kecil/>)

### 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.

### D. Analisis Pesaing

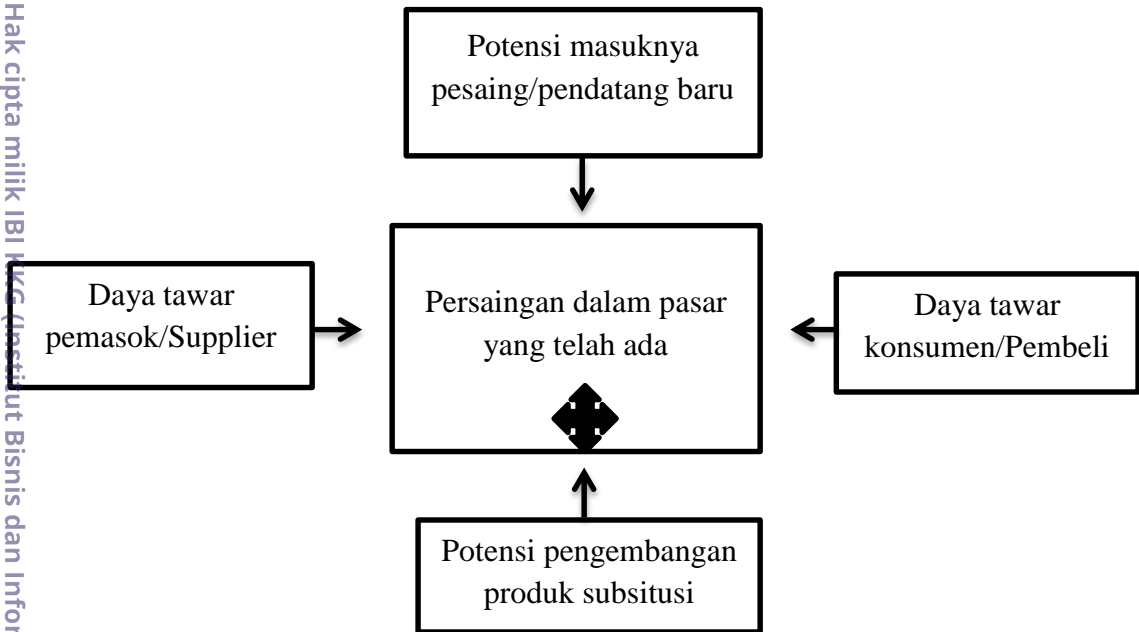
Dalam suatu bisnis setiap usaha yang dijalankan harus dianalisis untuk merencanakan strategi kedepannya, dimana salah satu faktor terpenting yaitu menganalisis pesaing atau kompetitor, dalam menganalisis persaingan perlu melakukan analisa berdasarkan pendapat para ahli. Berikut merupakan teori analisa berdasarkan para ahli.

Menurut Porter dalam buku David (2012: 145), hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan yaitu :



Gambar 3.2

Model 5 kekuatan Porter



Sumber : Porter dalam buku Fred R. David (2012: 145)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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. Persaingan pasar dengan pesaing yang menjual produk yang sama

Analisa pesaing sangat diperlukan dalam membentuk strategi yang dijalankan oleh sebuah Kafe agar menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi. 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. Sebelum memulai bisnis atau saat bisnis sudah berjalan, Sunhuns akan melakukan analisa



pesaing untuk memberikan masukan terhadap strategi yang perlu diubah agar menjadi lebih baik kedepannya.

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

2. Potensi pengembangan produk-produk pengganti

Di banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain. Sehingga hal tersebut menjadi ancaman untuk Sunhuns, dimana produk yang jarang diinovasikan serta dibuat lebih unik akan kalah dengan bisnis yang selalu menginovasikan produknya. Kafe Sunhuns memiliki keunikan tersendiri disetiap produknya, sehingga tidak terlalu berpengaruh terhadap produk pengganti. Berikut beberapa faktor munculnya produk-produk pengganti :

- a. Kejenuhan Konsumen terhadap produk yang ada dipasaran.
- b. Munculnya pesaing yang menggunakan bahan baku atau produk yang sama tetapi lebih efisien atau unik (kemasan yang dibuat lebih menarik seperti penggunaan kaca atau cangkir yang terbuat oleh tanah liat yang lebih ramah lingkungan).
- c. Kualitas dan harga produk pengganti yang lebih baik (bentuk makanan dan minuman yang lebih baik dengan harga yang murah).
- d. *Bargain Cost* yang lebih efisien (biaya yang timbul dari agar terjadi transaksi, atau agar ditanda tanganinya kontrak antara penjual dengan pembeli).

3. Daya tawar pemasok

*Supplier* memiliki daya tawar pemasok tersendiri dan berbeda-beda dan sangat mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri apapun. Ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit material pengganti yang

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.



lebih baik, atau ketika biaya peralihan ke material lain sangat tinggi. Pemasok madu sangat sedikit sehingga sangat sulit sunhuns untuk memilih pemasok, selain itu pemasok yang sedikit sangat sulit untuk memilih pemasok yang terbaik. Dikarenakan hal tersebut maka pemasok kemungkinan besar dapat memonopoli *supply* untuk Kafe Sunhuns, beberapa faktor yang menyebabkan mereka akan melakukan monopoli yaitu :

- a. Sulitnya budidaya lebah madu.
- b. Cuaca sangat mempengaruhi penghasilan lebah madu, sehingga pasokan madu dapat terhambat.
- c. Masih sulitnya mencari pembudidaya lebah madu, sehingga pemasok atau *supplier* yang sangat sedikit.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

4. Potensi masuknya pesaing baru

Ketika perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke bisnis tertentu sudah pasti intensitas persaingan di antara perusahaan akan semakin ketat. Sehingga mengharuskan bisnis ini selalu melakukan analisa pasar serta persaingan. Berikut beberapa faktor munculnya pesaing baru :

- a. Keunikan Produk pesaing.
- b. Kejenuhan terhadap suatu barang yang ditawarkan dipasar.
- c. Kurang kuatnya suatu merek yang dimiliki.
- d. Kebijakan atau aturan pemerintah.

5. Daya tawar konsumen

Saat konsumen mengonsumsi atau membeli dalam takaran yang besar, kekuatan daya tawar mereka dapat merepresentasikan kekuatan besar 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.



mempengaruhi intensitas persaingan di suatu bisnis. Kekuatan daya tawar konsumen dapat menjadi kekuatan terpenting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif. Berikut merupakan beberapa faktor konsumen jika memiliki kekuatan dengan daya tawar yang semakin besar dalam kondisi-kondisi berikut :

- a. Konsumen atau pelanggan memiliki posisi yang strategis dalam suatu bisnis ataupun instansi pemerintah.
- b. Konsumen memiliki pengalaman tentang bisnis kafe atau restaurant sehingga dapat merubah pola pikir serta penilaian mereka terhadap bisnis ini.
- c. Menurunnya tingkat permintaan konsumen.
- d. Konsumen memiliki posisi dalam hal bisnis ini serta memegang kendali dalam produk ini.
- e. Konsumen dapat dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pengganti (pesaing).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**E. Analisis Posisi dan Persaingan**

Dalam memasarkan suatu produk pasti ada persaingan, sehingga perlu adanya analisis posisi sebagai pedoman untuk pembentukan strategi kedepannya. Pedoman didapat dari hasil analisa serta informasi yang didapatkan dalam pasar, selain itu informasi didapatkan dari pendapat para ahli. Berikut beberapa pendapat para ahli.

1. Definisi Strategi Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2013: 562) yaitu, market *leader*, market *challenger*, market *follower*, dan market *nichers*. Dalam hal

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.



tersebut Sunhuns termasuk dalam dua kategori yaitu : market *challenger* dan market *nicher*.

Sunhuns dikatakan market *challenger* dikarenakan, perusahaan baru serta adanya beberapa bisnis dengan bahan madu yang sudah berjalan, sunhuns akan bersaing dengan bisnis yang sudah berjalan sebelumnya serta akan mengambil pangsa pasar pesaing yang sudah ada sebelumnya. Kafe Sunhuns dikatakan market *nicher* dikarenakan, masih sangat sedikit bisnis yang menggunakan bahan dasar madu, sehingga permintaan yang banyak tetapi tidak ada yang dapat ditawarkan. Sunhuns menawarkan produk yang banyak diminta konsumen yang menyukai makanan dan minuman berbahan dasar madu.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Menurut Hasan (2013: 4), strategi pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan, “Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba”.

**F. Analisis Faktor Kunci Sukses *Competitive Profile Matriks* (CPM)**

Menurut David (2012: 160) *Competitif Profil Matriks* (CPM) mengidentifikasi pesaing utama suatu perusahaan serta menilai kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategi perusahaan. Untuk menganalisa para pesaing perusahaan diperlukan CPM untuk menganalisa kekuatan dan kelemahan khusus pesaing

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.



dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Bobot dan skor bobot total, baik dalam Matriks Profil Kompetitif maupun Evaluasi Faktor Eksternal memiliki arti yang sama.

Dalam menentukan CPM diperlukan adanya *Critical success* yang diberikan oleh konsumen terhadap perusahaan bisnis, dimana didalamnya diperlukan adanya analisa matriks dengan menggunakan nilai 4 hingga 1 (sangat kuat-sangat lemah). Angka-angka tersebut hanya penilaian relative perusahaan untuk menandakan kekuatan dan kelemahan suatu bisnis. Dalam matriks kompetitif ada 4 jenis penilaian yaitu : *Critical success factor* (faktor-faktor penentu keberhasilan), *Rating* atau peringkat(menunjukkan nilai), *Weight score*(total dari hasil perkalian *weight* dan *rating*), *Total weighted score*(nilai penjumlahan dari *Weighted Score* yang dimiliki dari setiap *Critical Success Factor*, sehingga semakin tinggi nilainya semakin baik perusahaanya).

Untuk menganalisis faktor kesuksesan sebuah perusahaan menggunakan matriks, penulis telah melakukan survey dan telah mendapatkan 48 responden mengenai faktor penting yang harus diberikan oleh sebuah kafe atau restaurant. Jawaban responden akan dijadikan sebagai *critical success factor*, yang akan dijadikan hasil pembandingan dengan Sunhuns, *Chatime* serta Donat madu Cihanjuang. Setiap Responden dapat memilih 2 kategori yang dianggap paling penting diberikan dalam sebuah kafe. Berikut merupakan data survei masyarakat yang tertera pada gambar 3.3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

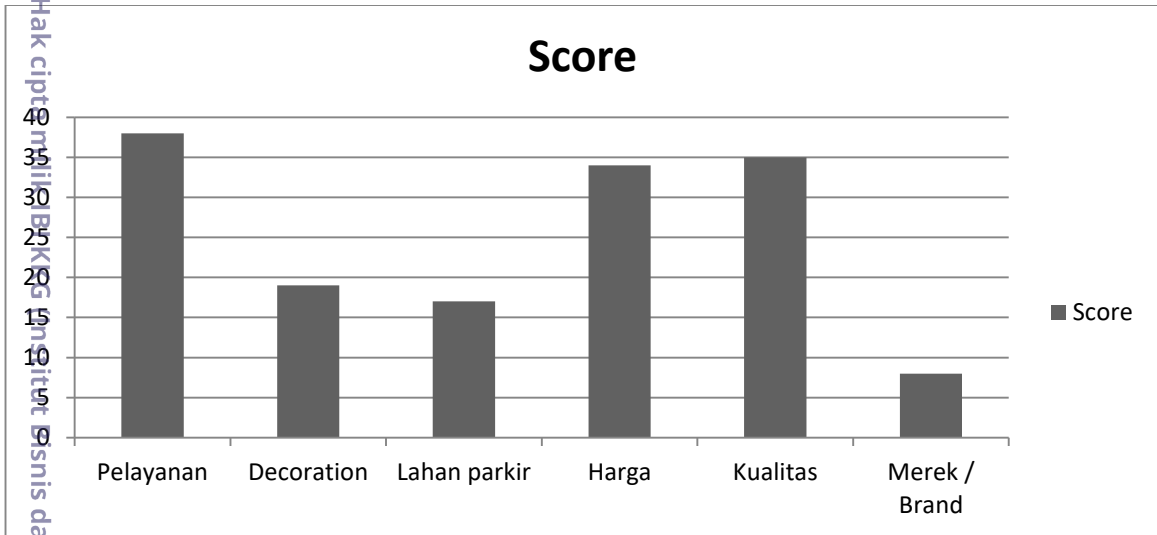
Hak Cipta milik IBI KGI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



Gambar 3.3

Hasil Survei Faktor penting yang harus diberikan oleh sebuah Kafe



Sumber : Data survei questioner dan data hasil olah

Tabel 3.2  
Analisis CPM

Critical Success Factor	Weight	Kafe Sunhuns (Rencana)		Chatime		Donat madu Cihanjuang	
		Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
Pelayanan	0.19	4	0.76	4	0.76	4	0.76
Decoration	0.16	4	0.64	2	0.32	4	0.64
Lahan Parkir	0.15	3	0.45	1	0.15	4	0.60
Harga	0.18	3	0.54	2	0.36	2	0.36
Kualitas (cita rasa/variasai)	0.18	4	0.72	4	0.72	4	0.72
Merek	0.14	1	0.14	4	0.56	3	0.42
Total	1		3.25		2.87		3.5

Sumber : Data survei questioner dan data hasil olah

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





Dari hasil analisis di atas Kafe Sunhuns memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan oleh kedua pesaingnya, tetapi penilaian tersebut hanya nilai yang relatif dan dapat berubah seiring berjalannya waktu dan perkembangan gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi makanan dan minuman. Dalam segi pelayanan sunhuns memiliki nilai 4 dikarenakan memberikan *service* yang baik tidak kalah dengan pesaingnya, dimana salah satu keunggulan Kafe Sunhuns yaitu pada pelayanan.

*Decoration* atau mode yang digunakan Kafe Sunhuns yaitu model *go green*, yang seluruh dekorasinya menggunakan tanaman dan bernuansa hijau, sehingga memberikan efek kesejukan dan kenyamanan bagi pengunjung. Dalam hal ini sunhuns memiliki nilai tertinggi 4 dikarenakan dekorasi yang berbeda dari pesaingnya. *Chattime* memiliki nilai terendah 2 atas dasar analisis pesaing tersebut hanya mengandalkan keunggulan produk serta pelayanan, tetapi donat madu cihanjuang memiliki nilai 4 yaitu memiliki konsep *design*, yang unik dengan *background* pantai.

Lahan parkir yang dipilih untuk Kafe Sunhuns tidak terlalu besar tetapi cukup untuk 5 hingga 6 mobil dikarenakan lokasi berada dikawasan ruko. Dibandingkan pesaing yaitu *chattime* memiliki beberapa gerai yang tidak memiliki lahan parkir sehingga nilainya 1. Donat madu cihanjuang memiliki nilai tertinggi dikarenakan pemilihan lokasi yang strategis serta lahan yang luas atas hasil survei.

Harga yang ditawarkan Kafe Sunhuns relatif murah dengan nilai 3 sehingga sangat cocok untuk anak muda dan kalangan masyarakat umum tetapi dengan tingkat loyalitas yang rendah atas dasar bisnis baru, berbeda dengan pesaingnya dikarenakan mereka



menawarkan produk serta harga yang lebih tinggi atas dasar *brand* dan loyalitas konsumen lama.

Dalam sudut pandang kualitas, Kafe Sunhuns dengan para pesaingnya saling bersaing sangat ketat, dikarenakan Kafe Sunhuns sangat menjaga kualitas, kehygienisan serta mutu produk makanan dan minuman yang ditawarkan untuk konsumen sehingga ketiganya memiliki nilai 4.

Atas dasar bisnis baru maka merek Kafe Sunhuns masih sangat kalah jauh dengan para pesaingnya yang sudah memiliki *brand* yang terkenal sehingga memiliki nilai 1. *Chattime* mendapat nilai 4 karena merek yang sangat dikenal masyarakat luas serta sudah merambah pasar internasional, lain dengan Donat madu Cihanjuang usaha ini sangat terkenal dalam wilayah Tangerang spesifiknya didaerah Bintaro, tetapi diluar Tangerang belum terlalu terkenal.

#### G. Analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Analisis SWOT sangat penting sebelum menjalankan suatu bisnis. Berikut merupakan pandangan SWOT menurut David (2012: 327) Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting, yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO, WO, ST dan WT. Berikut merupakan penjelasan dari keempat strategi tersebut :

1. Strategi SO menggunakan kemampuan internal (dalam) perusahaan untuk menarik peluang dan keuntungan dari eksternal, seluruh manajer pastinya menginginkan



organisasi mereka dalam posisi di mana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai *trend* dan kejadian eksternal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Strategi WO memiliki tujuan yang sedikit berbeda dari ketiganya yaitu, memperbaiki kelemahan atau efek negatif internal dengan cara menarik dari sisi keuntungan peluang eksternal. Biasanya banyak peluang besar akan muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan dan menggunakan peluang tersebut.
3. Strategi ST yang menggunakan kekuatan dari sebuah perusahaan untuk meminimalisir atau dapat menanggulangi dampak ancaman eksternal. Tetapi ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.
4. Strategi WT merupakan strategi pertahanan yang diarahkan dan dipergunakan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

Berikut merupakan SWOT Kafe Sunhuns :

1. **Strength**

- a. Harga yang bersaing

Kafe Sunhuns memiliki harga yang relatif murah dibandingkan dengan pesaing lainnya dalam hal minuman, Kafe Sunhuns menawarkan harga minuman dalam kisaran Rp 21.000 – 30.000 tergantung topping dan bahan campuran lain yang digunakan berbeda dengan Chatime yang mematok harga termurah sekitar Rp 21.000 hingga Rp 50,000 sehingga perbedaan harga berkisaran hingga kurang lebih mencapai 15%. Harga yang murah merupakan daya tarik tersendiri bagi Kafe Sunhuns untuk bersaing untuk kedepannya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Berbahan dasar madu murni

Bahan dasar madu yang jarang digunakan oleh bisnis minuman lainnya, selain itu sunhuns memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri yang masih jarang dijumpai oleh penikmat kuliner dan minuman.

c. Bahan baku yang berkualitas

Selain berbahan dasar madu, sunhuns juga menggunakan bahan baku yang bebas dari bahan campuran (kimia dan pengawet). Sesuai dengan motto Kafe Sunhuns yang memproduksi makanan dan minuman yang menyehatkan dan berkualitas.

d. Penempatan lokasi yang strategis

Lokasi yang strategis tepat di tengah kota BSD dan pusat keramaian dikarenakan ruko terletak persisi berhadapan dengan supermarket hypermart dan 3 km dari AEON mall , serta lahan parkir yang dapat memuat 5 hingga 6 mobil.

e. Memberikan *service* terbaik

Pelayanan yang terbaik, pelayanan yang diberikan oleh sunhuns akan melebihi dari pesaingnya. Pelayanan yang diberikan berupa *service* yang cepat, sopan dan ramah kepada pelanggan baru maupun lama, hal ini juga menjadi salah satu cara untuk dapat unggul dalam persaingan.

2. **Weakness**

a. Merek yang belum dikenal

Salah satu faktor kelemahan Kafe Sunhuns yaitu merek yang belum dikenal. Merek merupakan salah satu kunci sukses keberhasilan suatu bisnis, dikarenakan merek yang belum dikenal maka loyalitas pelanggan juga kurang, berbeda dengan *chattime* dan waroeng madu sedana yang sudah terkenal hingga mancanegara.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

b. Makanan dan minuman yang tidak dapat tahan lama

Dikarenakan Kafe Sunhuns menggunakan bahan baku yang alami dan berkualitas (tanpa bahan pengawet) maka makanan dan minuman hasil olahan tidak dapat bertahan lama, dengan jangka waktu prediksi 2-3 hari jika dibawa pulang dan menggunakan lemari pendingin jika ingin dikonsumsi lagi.

c. SDM yang kurang berpengalaman

Atas dasar bisnis baru maka karyawan yang digunakan juga belum berpengalaman, sehingga perlu adanya pelatihan dini agar dapat memberikan yang terbaik bagi Kafe Sunhuns. Berbeda dengan kedua pesaingnya yang memiliki tenaga ahli serta karyawan yang lebih berpengalaman.

d. Lokasi parkir yang penuh pada jam-jam tertentu

Ruko yang digunakan Kafe Sunhuns merupakan kawasan ruko yang mayoritasnya bisnis yang menawarkan makanan sehingga sangat penuh jika jam-jam tertentu, sehingga sangat sulit untuk mencari parkir.

3. **Opportunities**

a. Masih sedikitnya pesaing

Hasil analisa pesaing, Kafe Sunhuns diperkirakan hanya memiliki 5-6 pesaing di Indonesia, 2 pesaing telah dianalisa, sehingga sunhuns memiliki peluang yang besar untuk memasuki pasar yang lebih besar dengan tingkat persaingan yang kecil.

b. Aturan pemerintah yang memberi peluang bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)



Pemerintah mendukung dan mempermudah pembuatan usaha untuk meningkatkan perekonomian Indonesia serta untuk mengurangi angka pengangguran. Peluang ini mempermudah sunhuns dalam melengkapi persyaratan pemerintah.

c. UMP yang terus naik

Upah minimum yang ditetapkan pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta menetapkan besaran upah minimum provinsi (UMP) 2017 sebesar Rp 3.355.750. Angka ini naik 8,25 % dari UMP 2016 yang sebesar Rp 3,1 juta. Atas dasar hal tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa gaya hidup masyarakat Jakarta dan sekitarnya akan naik, sehingga akan ada peningkatan konsumsi akan makanan dan minuman. Kafe Sunhuns sebagai salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang produk makanan maka akan diuntungkan dari kondisi ini.

(Sumber : <http://bisnis.liputan6.com/read/2637688/dki-jakarta-tetapkan-ump-2017-sebesar-rp-335-juta>)

d. Kesadaran akan hidup sehat

Tingkat kesadaran akan hidup sehat penduduk Indonesia mengalami peningkatan. Salah satu penunjang pola hidup sehat yaitu makanan dan minuman yang dikonsumsi. Kafe Sunhuns mendapat peluang dari pola hidup sehat masyarakat.

e. Adanya *event* atau hari besar

Indonesia memiliki jangka waktu liburan yang cukup banyak, yang diperingati dalam hari raya. Dalam hari raya besar tersebut mayoritas penduduk akan menghabiskan waktunya untuk liburan dan mengunjungi tempat makanan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



#### 4. *Threat*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

##### a. Perubahan politik dan budaya

Adanya perubahan aturan atas perubahan suasana politik yang dapat mempersulit kemajuan Kafe Sunhuns. Salah satu contohnya adanya demo membuat para konsumen, mengurungkan niatnya untuk keluar rumah. Dampak untuk madu yaitu pasokan madu menjadi terhambat atas adanya demo atau ketidak setabilan ekonomi yang membuat harga madu berubah-ubah. Selain itu tradisi budaya yang harus dipenuhi dimana pasokan buah untuk Kafe Sunhuns berasal dari daerah Jawa Tengah dan Sumatera, salah satu contohnya dalam mengirimkan pasokan madu ada hari-hari tertentu pasokan buah tidak dapat dikirim.

##### b. Gerakan *Go-green* yang dijalankan pemerintah

Kafe Sunhuns memiliki konsep ramah lingkungan dalam segi produksi dan dekorasi, tetapi dalam segi pengemasan sunhuns masih belum ramah lingkungan, dengan menggunakan *shopping bag* plastik yang sangat tidak ramah lingkungan. Tetapi untuk jangka panjang sunhuns akan menggunakan *shopping bag* yang berbahan dasar kertas atau kardus.

##### c. Tidak ada hambatan yang tinggi untuk memasuki bisnis ini

Salah satu faktor penulis membuat keunikan sunhuns dengan bahan dasar madu atas dasar pesaing yang masih sedikit dan kemudahan dalam berbisnis. Bisnis ini memiliki banyak peluang yang banyak industri lainya belum jalankan maka resiko yang kecil dengan peluang yang besar. Maka dari sanalah mulai banyak bisnis dengan bahan dasar madu bermunculan.

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.



d. Daya tawar konsumen yang cukup besar

Kafe Sunhuns memiliki target pasar yaitu masyarakat umum khususnya bagi kaum muda. Kaum muda lebih cenderung memilih saat mengonsumsi makanan dan minuman, sehingga memiliki daya tawar yang tinggi. Begitu juga dengan masyarakat Jakarta yang cenderung melihat harga sebelum mengonsumsi.

e. Harga bahan baku yang cenderung meningkat

Salah satu faktor utama dari produktivitas Sunhuns yaitu bahan baku, dimana bahan baku yang didapatkan cenderung meningkat setiap tahunnya. Pemerintah salah satu faktor kenaikan bahan baku serta iklim yang tidak menentu juga penentu harga bahan baku yang meningkat.

f. Sulitnya mencari karyawan dengan tanggung jawab dan kejujuran yang tinggi

Salah satu faktor kemajuan usaha terletak pada para pekerjanya. Karyawan dituntut memiliki tanggung jawab, kejujuran dan kedisiplinan yang tinggi, agar tidak menghambat kemajuan usaha.

**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.

**Tabel 3.3**  
**SWOT Matriks**

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<b>TOWS Matriks</b>	1. Harga yang bersaing. 2. Berbahan dasar madu murni. 3. Bahan baku berkualitas. 4. Lokasi yang strategis. 5. Pelayanan yang terbaik.	1. Merek belum dikenal. 2. Makanan dan minuman tidak tahan lama. 3. SDM belum terlatih. 4. Lokasi parkir terkadang penuh pada waktu tertentu.
<i>Opportunities</i>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
Masih sedikitnya pesaing. Aturan	1. Membuat iklan tentang gaya hidup sehat dengan menekankan “Hidup sehat	1. Bisnis baru yang mempopulerkan gaya hidup sehat, maka mulai



(Lanjutan)

<p>pemerintah yang memberi peluang dan aturan tentang UMKM.</p> <p>3. UMP yang terus naik.</p> <p>4. Kesadaran akan hidup sehat.</p> <p>5. Adanya Hari raya tertentu</p>	<p>berawal dari mengonsumsi yang sehat”. (S1, O1)</p> <p>2. Menentukan harga dan promo pada 3 bulan pertama dan hari raya atau <i>event</i> tertentu serta menjadi sponsor tentang kegiatan yang berhubungan dengan kesehatan. (S5, O4, O5)</p>	<p>memperkenalkan produk makanan dan minuman dengan bahan dasar madu yang sehat. ( W1, O4)</p> <p>2. Melakukan promosi dengan gencar dengan penjelasan keuntungan mengonsumsi madu. (W1, O4)</p>
<p><b>Threat</b></p>	<p><b>Strategi ST</b></p>	<p><b>Strategi WT</b></p>
<p>1. Perubahan politik dan budaya.</p> <p>2. Gerakan Go-green yang dijalankan pemerintah.</p> <p>3. Tidak ada hambatan yang berarti untuk menjalankan bisnis ini.</p> <p>4. Daya tawar konsumen yang besar.</p> <p>5. Harga bahan baku yang cenderung meningkat.</p> <p>6. Kurangnya karyawan yang memiliki tanggung jawab dan kejujuran tinggi.</p>	<p>1. Mengutamakan bahan yang sehat, murni dan berkualitas tinggi dalam promosi. (S5, S4, S2, T3, T4)</p> <p>2. Meningkatkan kualitas dan nilai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Sunhuns. (S5, T6)</p>	<p>1. Pengawasan terhadap para pekerja dengan ketat, yang bertujuan untuk mengurangi pemborosan dan melihat kinerja karyawan. (W3, T5)</p>

Sumber : lampiran hal 38 dan gambar 3.3



Berikut merupakan hasil analisa strategi SWOT :

**Strategi SO :**

- a. Membuat iklan tentang gaya hidup sehat. (S1, O1)

Dengan berkembangnya *trend* gaya hidup sehat, mengiklankan sunhuns sebagai produk yang sehat akan dapat menarik konsumen baru serta membangun dan menjaga loyalitas konsumen. Selain itu iklan tersebut juga memberikan pengetahuan bagi para penonton yang belum mengetahui tentang makanan sehat yang diproduksi Kafe Sunhuns.

- b. Membuat promo tertentu pada hari raya besar. (S5, O4, O5)

Pada hari raya tertentu Kafe Sunhuns akan memberikan harga promo, diskon atau *Special price*. Promo akan diberikan pada 3 bulan pertama dan hari raya tertentu seperti, hari raya Idul fitri dan Natal. Promo tersebut dibuat untuk meningkatkan loyalitas konsumen serta memperkenalkan Kafe Sunhuns lebih luas.

**Strategi WO :**

- a. Memperkenalkan Sunhuns memproduksi makanan dan minuman sehat dengan madu. (W1, O4)

Keunggulan sunhuns yaitu menggunakan madu murni sebagai bahan dasar campuran makanan dan minuman, sehingga perlu memperkenalkan kepada masyarakat luas dengan menggunakan iklan dibrosur serta internet.

- b. Promosi dengan gencar serta memperkenalkan madu dan menjelaskan keuntungan lebih detail. (W1, O4)

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.



Kafe Sunhuns akan melakukan promosi melalui Internet, Sosial media serta brosur. Melalui promosi tersebut akan dijelaskan bahwa mengonsumsi madu memiliki manfaat yang baik untuk tubuh dalam jangka waktu yang lama.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Strategi ST :**

- a. Mengutamakan bahan-bahan yang berkualitas (S5, S4, S2, T3, T4)

Membuat promosi yang memosisikan Sunhuns sebagai Kafe yang menggunakan bahan baku berkualitas dan higienis, yang dapat dikonsumsi oleh seluruh masyarakat umum. Selain itu makanan dan minuman yang ditawarkan sunhuns cocok untuk orang-orang yang sedang menurunkan berat badan atau menjalankan program kesehatan dan cocok dikonsumsi oleh segala usia.

- b. Meningkatkan pelayanan. (S5 T6)

Para pekerja Kafe Sunhuns akan diberikan *training* khusus sesuai dengan bagian-bagian yang dijalankan, sehingga dapat memberikan *service* yang terbaik untuk konsumen.

**Strategi WT**

- a. Pengawasan yang ketat terhadap para karyawan Sunhuns. (W3, T5)

Untuk meningkatkan kualitas Kafe Sunhuns maka kinerja para karyawan harus diawasi secara berkala sehingga hasil kerjanya tidak menghasilkan banyak sampah sisa-sisa dan agar dapat bekerja secara maksimal, sehingga bisa mengurangi ancaman yang timbul karena penggunaan plastik yang berlebihan. Hal ini menjadi tugas pemilik untuk mengawasi seluruh jajaran organisasi agar bisa efisien

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.