

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam memasuki industri suatu usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui dengan benar seluk beluk di dalam industri, siapa saja pesaing-pesaingnya, dan dapat membuat perencanaan terfokus pada tren yang berkembang saat ini. Selain itu, dengan melakukan analisis, pelaku usaha dapat melihat peluang-peluang yang berpotensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat setiap waktu.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Target pasar yang dituju oleh *Alohaa Mocktail* adalah penduduk yang bertempat tinggal di daerah Kemang, Jakarta Selatan dan sekitarnya namun tidak menutup kemungkinan untuk pengunjung yang tinggal di luar Kemang, Jakarta Selatan untuk datang berkunjung.

Pertama, seorang pengusaha harus dapat melakukan peramalan untuk melihat kelayakan suatu bisnis. Ramalan industri berguna untuk menganalisis potensi pasar yang dituju oleh perusahaan dan merupakan hal yang sangat penting untuk dapat mengetahui apakah suatu bisnis masih menarik di pasaran atau tidak. Ramalan industri juga sangat penting untuk memperkirakan permintaan terhadap suatu jasa atau barang pada masa yang akan datang dengan memperhitungkan apa yang dilakukan oleh konsumen di masa yang akan datang.



Hak cipta milik 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



Ketua Asosiasi Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), Adhi S. Lukman optimistis industri makanan dan minuman akan tumbuh delapan persen pada triwulan dua tahun ini.

Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya permintaan makanan dan minuman yang cukup baik pada tahun ini.

"Saya harapkan di triwulan dua ini, bisa di atas delapan persen. Karena, kita lihat permintaan tahun ini cukup baik dibandingkan tahun lalu, meskipun belum melonjak," kata Adhi, saat ditemui di acara halal bihalal di Kementerian Perindustrian, Jakarta Selatan, Rabu 13 Juli 2016.

Diutarakannya, permintaan makanan dan minuman sudah meningkat sejak awal Ramadan lalu. Kenaikan permintaan ini, diimbangi dengan distribusi makanan dan minuman sampai ke daerah-daerah, dan harga yang relatif stabil.
<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/796098-industri-makanan-dan-minuman-berpotensi-tumbuh-8>(diakses pada 27 Juli 2016).

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 3.1

Laju Pertumbuhan Menurut Lapangan Usaha

Laju Pertumbuhan Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha (persen), 2000-2014

Lapangan Usaha	2009	2010	2011	2012	2013*	2014**
1. PERTANIAN, PETERNAKAN, KEHUTANAN DAN PERIKANAN	3.96	3.01	3.37	4.20	3.44	3.29
a. Tanaman Bahan Makanan	4.97	1.64	1.75	3.09	1.90	1.33
b. Tanaman Perkebunan	1.73	3.49	4.47	6.22	4.40	4.79
c. Peternakan dan Hasil-hasilnya	3.45	4.27	4.78	4.69	4.73	4.69
d. Kehutanan	1.82	2.41	0.85	0.16	0.11	0.19
e. Perikanan	4.16	6.04	6.96	6.49	6.86	6.97
2. PERTAMBANGAN DAN PENGGALIAN	4.47	3.86	1.60	1.58	1.41	-0.22
a. Minyak dan gas bumi	0.07	0.96	-1.03	-3.64	-3.16	-2.60
b. Pertambangan tanpa Migas.	10.86	7.30	3.41	6.58	5.30	0.19
c. Penggalian.	7.04	6.50	7.32	7.45	6.23	6.28
3. INDUSTRI PENGOLAHAN	2.21	4.74	6.14	5.74	5.56	4.86
a. Industri Migas	-1.53	0.56	-0.94	-2.80	-1.76	-2.27
1) Pengilangan Minyak Bumi	0.53	1.25	0.53	-1.93	1.14	1.32
2) Gas Alam Cair	-3.14	0.01	-2.15	-3.53	-4.26	-5.53
b. Industri tanpa Migas	2.56	5.12	6.74	6.42	6.10	5.34
1) Makanan, Minuman dan Tembakau	11.22	2.78	9.14	7.57	3.34	7.24
2) Tekstil, Brg. kulit & Alas kaki	0.60	1.77	7.52	4.27	6.06	2.35
3) Brg. kayu & Hasil hutan lainnya.	-1.38	-3.47	0.35	-3.14	6.18	7.33
4) Kertas dan Barang cetakan	6.34	1.67	1.40	-4.75	4.45	6.15
5) Pupuk, Kimia & Barang dari karet	1.64	4.70	3.95	10.50	2.21	1.27
6) Semen & Brg. Galian bukan logam	-0.51	2.18	7.19	7.80	3.00	1.52
7) Logam Dasar Besi & Baja	-4.26	2.38	13.06	5.86	6.93	4.21
8) Alat Angk., Mesin & Peralatannya	-2.87	10.38	6.81	7.03	10.54	6.05
9) Barang lainnya	3.19	3.00	1.82	-1.13	-0.70	8.91
4. LISTRIK, GAS, DAN AIR BERSIH	14.29	5.33	4.71	6.32	5.78	5.50
a. Listrik	7.74	5.42	8.22	8.46	7.98	6.18
b. Gas Kota	41.03	4.92	-2.84	2.45	1.43	5.17
c. Air bersih	3.91	5.76	3.28	2.99	2.40	2.27
5. BANGUNAN	7.07	6.95	6.07	7.39	6.57	6.58
6. PERDAGANGAN, HOTEL DAN RESTORAN	1.28	8.69	9.24	8.16	5.89	4.64
a. Perdagangan Besar dan Eceran	0.03	9.70	10.01	8.68	5.84	4.42
b. Hotel	6.59	6.78	10.09	9.56	8.91	8.15
c. Restoran	7.60	3.31	4.16	4.22	5.24	4.96
PRODUK DOMESTIK BRUTO	4.63	6.22	6.49	6.26	5.73	5.06
PRODUK DOMESTIK BRUTO TANPA MIGAS	5.00	6.60	6.98	6.85	6.20	5.44

Catatan:

* Angka Sementara

** Angka Sangat Sementara

<https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1202>(diakses 27 Juli 2016)

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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (IBKKG)

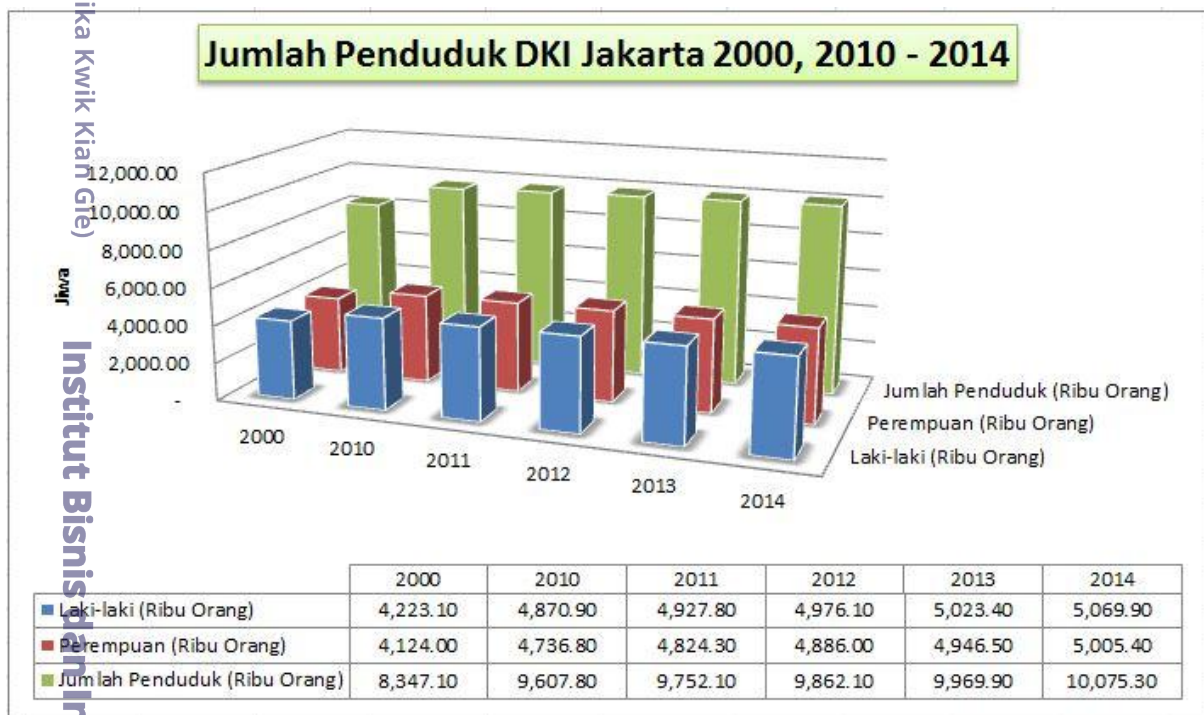


Pertumbuhan produk bruto penjualan makanan dan minuman yang ditunjukkan oleh data di atas yang terus meningkat setiap tahunnya. Permintaan yang terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan laju penduduk di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya juga meningkat. Indonesia sebagai negara berpenduduk terpadat ke-4 di dunia merupakan pasar yang potensial bagi pemasaran produk, terutama produk minuman.

Alohaa Mocktail yang berdiri di Jakarta yang merupakan salah satu kota terpadat di Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar dengan potensi jumlah penduduk yang padat dan jumlah kelas menengah yang terus tumbuh setiap tahunnya.

Grafik 3.1

Jumlah Penduduk Kota Jakarta



Sumber: <http://bappedajakarta.go.id/wp-content/uploads/2014/10/Penduduk.jpg> (diakses 27

Juli 2016)

- 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.



Kedua, konsumen saat ini menyukai tren produk yang unik. *Alohaa Mocktail* menggunakan konsep penegamasan produk yang berbeda dengan para pesaing membuat *Alohaa Mocktail* optimis bahwa konsumen baru akan terus berdatangan. Selain menggunakan kemasan produk yang berbeda (batok kelapa), *Alohaa Mocktail* juga menggunakan *food truck* yang digunakan sebagai tempat berjualan.

Ketiga, faktor cuaca di Indonesia yang hanya dua musim, yaitu musim kemarau dan musim hujan mendukung penjualan minuman. Penjualan minuman akan meningkat drastis pada saat musim kemarau tiba. Cuaca Indonesia, terutama Jakarta yang berkisar 30-34 derajat celcius cukup panas membuat penjualan minuman cenderung meningkat.

Alohaa Mocktail yakin bahwa jika terus melakukan peningkatan servis dan melakukan inovasi pada produknya, *Alohaa Mocktail* mampu bertumbuh dan memperluas usahanya dengan menambah cabang baru.

B. Analisis Pesaing Langsung

Pesaing merupakan salah satu faktor utama yang menjadi perhatian para pebisnis untuk mendirikan suatu usaha atau bisnis tertentu. Dengan melakukan analisis pesaing, pebisnis mampu menilai seberapa kuat atau besarnya pesaing yang mampu mengancam keberadaan bisnisnya. Dengan menganalisis pesaing, pebisnis dapat menyusun strategi dan mempersiapkan diri untuk menghadapi pesaing.

Menurut David (2013:102), mengenai analisis pesaing bahwa “Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing sangat penting untuk perumusan strategi yang sukses”.

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.



Oleh karena itu, analisis pesaing ini dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing sehingga pebisnis mampu menentukan strategi dan cara – cara apa saja yang dapat digunakan untuk bersaing dan mampu mencapai keunggulan bersaing.

Alohaa Mocktail telah menentukan beberapa pesaing perusahaan dalam industri sejenis yang berada di Indonesia, khususnya di area Jabodetabek. Berikut adalah daftar beberapa pesaing dari *Alohaa Mocktail*:

1. *Tropicle*

Nama Perusahaan	: <i>Tropicle</i> kurang dikenal masyarakat
Lokasi	: Terdapat di daerah Prapanca, kemang, Jakarta Selatan
Harga	: Harga yang ditawarkan relatif mahal berkisar Rp. 55.000 – Rp. 60.000
Keragaman produk	: Produk yang ditawarkan kurang beragam seperti minuman yang hanya menggunakan buah jeruk dan nanas, lainnya menggunakan sirup rasa buah, tidak dengan buah asli.
Kualitas produk	: kualitas produk cukup baik, namun penggunaan sirup dengan rasa buah, sangat mengurangi cita rasa dan keaslian minuman tersebut.
Promosi	: Promosi yang dilakukan <i>Tropicle</i> melalui media sosial seperti <i>Facebook</i> , dan <i>twitter</i> .

2. *Shelter Sky Lounge*

Nama Perusahaan	: <i>Shelter Sky Lounge</i> cukup dikenal masyarakat.
Lokasi	: Kemang 89 <i>Building 5th floor</i> , termasuk yang strategis

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



Harga	: Harga minuman yang ditawarkan sangat mahal, mulai dari Rp. 55.000 Sampai Rp. 100.000
Keragaman produk	: Produk yang ditawarkan <i>Shelter Sky Lounge</i> cukup beragam seperti <i>Western food, Cocktail, Wine</i>
Kualitas produk	: secara keseluruhan kualitasnya cukup baik namun, dari semua minuman yang di tawarkan mengandung <i>alcohol</i> .
Promosi	: Promosi yang dilakukan <i>Shelter Sky Lounge</i> melalui media sosial seperti <i>Instagram, facebook, dan website</i> .
3. 365 Eco Bar	
Nama Perusahaan	: <i>365 Eco Bar</i> sangat dikenal masyarakat.
Lokasi	: Jalan Bangka No.6 Kemang, Jakarta Selatan
Harga	: Harga yang ditawarkan relatif mahal mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 80.000
Keragaman produk	: Produk yang ditawarkan cukup beragam, seperti minuman dengan bahan baku buah – buahan dan dicampur dengan rempah – rempahan.
Kualitas produk	: kualitas produk cukup baik, dengan menggunakan buah – buahan segar dan rempah – rempah asli Indonesia.
Promosi	: Promosi yang dilakukan <i>365 Eco Bar</i> melalui media social seperti <i>Instagram, twitter, dan website</i> .

C. Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM)

Setelah mengenali para pesaing, *Alohaa Mocktail* dapat menilai kekuatan dan kelemahan pesaing menggunakan *competitive profile matrix* yang mengidentifikasi



pesaing – pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya khususnya dalam hubungannya dengan posisi strategis. Analisis ini dapat memberikan strategi ofensif dan defensif yang harus dilakukan *Alohaa Mocktail* dalam menghadapi kekuatan dan kelemahan dari pesaing – pesaingnya.

Alohaa Mocktail memiliki konsep yang berbeda dari pesaing lainnya, yaitu menawarkan sensasi minum yang berbeda dengan cara menggunakan batok kelapa menjadi gelas, sehingga konsumen merasakan pengalaman baru dalam meminum mocktail.

Menurut David (2013:113), “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”. Yang artinya CPM dapat mengidentifikasi siapakah pesaing perusahaan dan apakah kekuatan dan kelemahannya sehingga perusahaan mampu berada pada posisi yang strategis. Analisis CPM ini dapat dipermudah dengan menentukan *Key Success Factor* untuk para pesaing perusahaan.

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Alohaa Mocktail

Faktor penentu keberhasilan	Bobot	Rencana Alohaa		Tropicale		Shelter Sky Lounge		365 Eco Bar	
		Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Kualitas produk	0.15	3	0.45	3	0.45	4	0.6	3	0.45
Ragam produk	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Pelayanan	0.1	3	0.3	2	0.2	4	0.4	4	0.4
Harga	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Lokasi	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6	4	0.8
Promosi	0.15	4	0.6	3	0.45	2	0.3	2	0.3
Loyalitas	0.1	1	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3
Total	1		3.35		2.9		3.2		3.15

Sumber :data diolah penulis melalui kuesioner dan interview

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 *Competitive Profil Matrix* (CPM) diatas terdiri dari beberapa faktor yang menurut penulis merupakan faktor kunci dari keberhasilan menjalankan bisnis ini. Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai pembobotan (*weight*), dimana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya. Total nilai dari seluruh pembobotan haruslah berjumlah sama dengan satu, tidak boleh lebih ataupun kurang. Setelahnya terdapat *rating* yang diberikan untuk tiap-tiap faktor yang ada, *rating* ini berskala dari satu sampai dengan empat. Angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol terhadap faktor tersebut dengan baik, sedangkan angka empat menunjukkan bahwa perusahaan sudah dapat mengontrol faktor tersebut. Angka pada bagian *rating* diberikan berdasarkan survei maupun *interview* terhadap pesaing, angka tersebut haruslah angka yang dapat mewakili kondisi yang nyata dan sebenarnya.

Untuk mengetahui perusahaan mana yang sudah baik ataupun yang masih kurang, maka dapat dilihat dari total nilai yang didapat oleh masing-masing perusahaan. Total nilai tersebut didapatkan dari hasil perkalian pembobotan dengan *rating* yang kemudian dijumlahkan. Nilai yang masuk kategori baik adalah dengan total 2.5 keatas. Apabila nilai yang didapat dibawah 2.5 maka nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum beroperasi dengan baik, sedangkan apabila lebih dari 2.5 maka perusahaan sudah baik dan mempunyai kekuatan serta dianggap mampu bersaing.

Tabel CPM di atas berdasarkan kuesioner yang diolah penulis kepada responden secara acak di Jakarta. Responden memberikan penilaian positif terhadap *Alohaa Mocktail*. Konsumen menginginkan konsep yang berbeda pada penjualan dan bukan hanya cita rasa minuman yang ditonjolkan. Berdasarkan Tabel diatas dari segi kualitas produk, *Shelter Sky Lounge* dan *365 Eco Bar* masuk ke dalam kategori yang cukup baik karena dari bahan baku

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.



buah yang digunakan masih bagus walaupun tidak buah-buahan yang fresh atau buah yang baru, dan untuk penyajian, 365 *Eco Bar* menggunakan gelas yang biasa atau kurang menarik. Kualitas produk dari *Tropicole* masuk kedalam kategori baik karena buah yang digunakan fresh namun dari jenis buah-buahannya tidak selengkap *Alohaa Mocktail*, namun secara keseluruhan kualitas dan kebersihan penyajian cukup. Untuk *Alohaa Mocktail* masuk ke dalam kategori sangat baik karena produk yang digunakan fresh dengan tidak menggunakan buah yang sudah lebih dari 3 hari dan dijaga cara penyimpanannya, selain itu *Alohaa Mocktail* juga menggunakan gelas yang unik dari batok kelapa dalam penyajiannya.

Dari sisi keragaman produk yang ditawarkan oleh *Shelter Sky Lounge* cukup banyak karena menyediakan berbagai varian produk. Sedangkan untuk *Tropicole* dan 365 *Eco Bar* produk yang ditawarkan dapat terbilang kurang banyak variannya sehingga pilihan konsumen terbatas karena hanya menyediakan beberapa jenis minuman mocktail yang dicampur dengan rempah – rempah yang belum tentu sesuai dengan lidah orang Indonesia, khususnya para remaja di daerah Jakarta. Dari segi keragaman produk, *Alohaa Mocktail* cukup banyak karena menyediakan berbagai macam minuman mocktail dari beragam jenis buah – buahan yang segar, dan tidak menutup kemungkinan untuk menambah varian produknya dikemudian hari.

Dari pelayanan yang ditawarkan oleh *Shelter Sky Lounge* dan 365 *Eco Bars* sama-sama memuaskan dan profesional dalam melayani konsumen, karena memiliki standar operasional pelayanan yang sangat baik. Sedangkan untuk *Tropicole* tidak memiliki standar dalam pelayanan terhadap konsumen, dan untuk *Alohaa Mocktail* memiliki standar dalam pelayanan, dan memperhatikan kualitas pelayanan terhadap konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Berdasarkan tabel diatas dapat juga dilihat bahwa produk *365 Eco Bar* dan *Shelter Sky Lounge* relatif mahal berkisar antara Rp.50.000 – Rp 100.000 sedangkan untuk *Tropic* produk yang ditawarkan cenderung mahal untuk ukuran minuman mocktail yang tidak menggunakan buah asli, karena berkisar antara Rp. 35.000 – Rp.60.000 . dalam kategori harga, *Alohaa Mocktail* menjual produknya di kisaran harga yang dapat terbilang relatif lebih murah bila dibandingkan dengan ketiga kompetitornya.

Sedangkan dari segi promosi, promosi yang dilakukan *Tropic* cukup banyak dengan menggunakan media sosial *twitter*, *instagram*, dan juga *website*. Promosi yang dilakukan *365 Eco Bar* dan *Shelter Sky Lounge* kurang banyak karena hanya memanfaatkan *instagram* dan *facebook* saja. Untuk menghadapi pesaing – pesaing tersebut *Alohaa Mocktail* memiliki kelebihan dari segi promosi yaitu melakukan promosi yang beragam melalui media sosial seperti *twitter*, *facebook*, dan *Instagram* agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Tabel 3.2 diatas mengidentifikasikan bahwa *Alohaa Mocktail* memiliki total skor tertinggi sebesar 3.35 yang unggul dalam lokasi, harga, dan promosi. Sedangkan *Shelter Sky Lounge* memiliki total skor sebesar 3.2 yang lebih unggul dari *Tropic* dan *365 Eco Bar*.

Tabel diatas menunjukan lokasi, promosi, dan harga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan pada *competitive profile matrix* karena merupakan hal penting yang perlu diperhatikan *Alohaa Mocktail* dan perusahaan sejenisnya.

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.



D. Analisis PESTEL

C Analisis PESTEL (*politic, economy, social, technology, environment, and legal*) adalah suatu teknik dalam manajemen strategis yang digunakan untuk melihat faktor-faktor lingkungan luar yang dapat mempengaruhi perusahaan.

1. *Politic* (Politik)

Karena tidak berpengaruh langsung, maka faktor politik tidak relevan dengan bisnis yang dijalankan oleh penulis.

2. *Economy* (ekonomi)

Faktor ekonomi pada suatu Negara dapat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan bisnis di Negara tersebut, faktor ekonomi juga dapat mempengaruhi daya beli masyarakat sehingga jika Kondisi ekonomi Indonesia menurun, maka kemampuan masyarakat untuk membeli barang ataupun jasa akan menurun juga sehingga mampu memberikan ancaman bagi *Alohaa Mocktail*.

3. *Social* (sosial)

Sosial atau kebudayaan masyarakat di suatu daerah atau Negara tertentu sangat mempengaruhi kesuksesan suatu usaha karena budaya adalah yang membedakan selera, persepsi, dan nilai setiap masyarakatnya. Kebudayaan yang dianut oleh masyarakat dapat memberikan peluang dan juga dapat mendatangkan ancaman bagi perusahaan. Pada jaman sekarang ini, dapat dilihat bahwa saat ini gaya hidup sehat telah meluas di masyarakat Indonesia dan khususnya masyarakat ibu kota Jakarta, seperti merubah gaya hidup menjadi sering berolahraga dan memilih makanan dan minuman yang sehat dan diperhatikan tingkat gizi yang terkandung didalamnya, hal ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hasil Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



jelas menjadi peluang bagi Alohaa Mocktail karena minuman yang terbuat dari sari buah-buahan yang sehat.

C buah-buahan yang sehat.

4. *Technology* (teknologi)

Seiring dengan berkembangnya jaman, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa teknologi memegang peranan yang sangat penting untuk keberlangsungan hidup manusia. Dengan adanya teknologi banyak sekali kegiatan manusia yang dapat dikerjakan dengan baik dan efisien. Hal ini tentunya juga memberikan peluang bagi Alohaa Mocktail karena dapat memanfaatkan internet sebagai sarana promosi melalui media sosial yang sangat mudah untuk diakses oleh masyarakat melalui *gadget* mereka masing - masing.

5. *Environment* (lingkungan)

Dengan adanya kondisi cuaca yang tidak menentu seperti musim hujan yang berkepanjangan khususnya di daerah Jakarta dan sekitarnya dapat menjadikan ancaman bagi Alohaa Mocktail karena dengan kondisi cuaca yang tidak menentu dan saat musim hujan khususnya dapat mengurangi konsumsi minuman dingin masyarakat, oleh karena itu cuaca hujan di Jakarta dapat menjadi ancaman bagi Alohaa Mocktail.

6. *Legal* (legalitas)

Legalitas mengatur tentang peraturan – peraturan yang harus ditaati oleh semua masyarakat tak terkecuali bagi pemilik usaha. Usaha atau bisnis yang dijalankan harus mengikuti aturan yang berlaku. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi Alohaa Mocktail karena belum ada peraturan izin yang jelas bagi *Food Truck*, sehingga legalitas untuk bisnis ini terbilang sulit untuk didapatkan. Namun, hal ini dapat diatasi jika semua

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



pengusaha *food truck* serentak untuk mendesak pemerintah untuk segera mengeluarkan

legalitas bagi bisnis ini atau pebisnis *food truck* juga dapat bergabung dalam komunitas

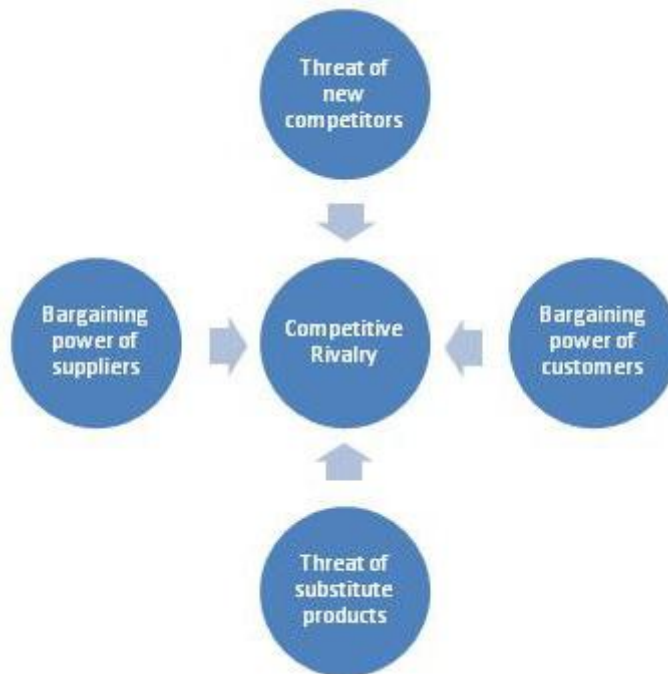
AFTI (asosiasi *food truck* Indonesia) untuk mempermudah mendorong pemerintah.

E. Analisis Pesaing Menurut Porter

Menurut Porter pada David (2013 : 106), *Porter's Five Forces Model* adalah metode yang banyak digunakan untuk menciptakan strategi di berbagai macam industri. Ada lima model kekuatan utama, yaitu :

Gambar 3.1

The Five Forces Model of Competition



Sumber : Fred. R. David (2013 : 106)

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 antarperusahaan saingan (*rivalry among competing firms*)

C Kompetitor dalam hal ini adalah pemain yang menghasilkan serta menjual produk sejenis dan akan bersaing dalam memperebutkan *marketshare* pasar. Persaingan ini biasanya merupakan yang paling hebat diantara ke lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Semakin banyaknya pesaing yang berada di pasar maka semakin sulit perusahaan menjadi *market leader* pasar tersebut.

Dalam menghadapi persaingan yang terjadi di pasar diperlukan beberapa strategi pemasaran untuk merebut pasar yaitu dapat dengan menggunakan strategi diferensiasi.

Beberapa strategi diferensiasi yang ditetapkan *Alohaa Mocktail* adalah sebagai berikut:

- Menawarkan konsep berjualan yang unik yaitu dengan menggunakan mobil yang didesain secara unik dan menarik sebagai sarana penjualannya atau yang lebih dikenal dengan sebutan *food truck*.
- Menggunakan konsep *open bar* dimana konsumen dapat melihat secara langsung proses *bartender* dalam pembuatan minuman yang konsumen pesan.
- Menawarkan konsep suasana hawaii yang dapat membuat konsumen berfoto – foto di truck sembari menikmati minuman yang mereka pilih.
- Memberikan pelayanan yang ramah, *friendly*, informatif dan cepat tanggap.
- Menawarkan sensasi baru dalam menikmati minuman dengan menggunakan batok kelapa sebagai gelas.

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



2. Potensi masuknya pesaing baru (*potential entry of new competitors*)

C Pendatang baru akan menambah tingkat kompetisi dalam suatu industri. Oleh karenanya, tugas penyusun strategi adalah mengidentifikasi perusahaan-perusahaan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru, dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Untuk merencanakan strategi bersaing yang efektif, upaya yang dilakukan oleh *Alohaa Mocktail* adalah mencari informasi sebanyak mungkin tentang pesaingnya serta secara konstan membandingkan kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya dengan pesaing. Dengan cara ini, *Alohaa Mocktail* dapat menemukan bidang – bidang keunggulan bersaing potensial serta kekurangannya. *Alohaa Mocktail* akan melakukan upaya – upaya pemasaran yang lebih efektif dalam menghadapi pesaingnya serta mempersiapkan pertahanan yang paling kuat menghadapi tindakan pesaing.

3) Potensi pengembangan produk pengganti (*potential development of substitute*)

danya produk atau jasa pengganti akan membatasi jumlah laba potensial yang akan didapat oleh suatu usaha. Secara umum, produk substitusi merupakan ancaman bagi suatu bisnis apabila biaya perpindahan yang dikeluarkan lebih sedikit, harga produk pengganti cukup menarik, mudah didapatkan, dan mempunyai kualitas, kinerja yang dapat memuaskan pembeli.

Segmen pasar tertentu akan menjadi tidak menarik lagi ketika ada produk pengganti yang membahayakan pasar tersebut. Produk substitusi merupakan ancaman yang besar bagi produk lain karena dapat menjadi produk alternatif dari sebuah produk



yang ada. Munculnya produk substitusi bisa disebabkan oleh beberapa hal, harga produk utama lebih mahal atau karena munculnya teknologi baru yang memunculkan produk substitusi tersebut.

Beberapa penjual minumanlainnya dapat mengancam keberadaan produk *Alohaa Mocktail* misalnya seperti *Tropicale*, *Shelter Sky Lounge*, dan *365 Eco Bark* karena pada umumnya konsumen lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan atau minuman yang sudah memiliki review yang baik dan sudah terkenal dibandingkan mengkonsumsi produk atau merek baru. Upaya yang dilakukan *Alohaa Mocktail* untuk menghadapi ancaman ini adalah dengan selalu berupaya untuk melakukan inovasi – inovasi pada produk yang ditawarkan serta selalu menjaga harga, mutu, dan kualitas yang ditawarkan. Selain itu perusahaan akan sering menggunakan social media sebagai sarana untuk memperkenalkan *Alohaa Mocktail* pada masyarakat.

4. Daya tawar konsumen (*bargaining power of customers*)

Pembeli akan selalu berusaha untuk mencari produk yang memiliki harga lebih murah namun tetap memiliki kualitas produk dan pelayanan yang tinggi. Hal ini membuat persaingan antar perusahaan dalam bisnis meningkat untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut. Pembeli memiliki daya tawar yang kuat apabila memenuhi beberapa hal sebagai berikut :

- a. Kelompok pembeli terpusat atau membeli dalam jumlah yang besar. Jika sebagian besar hasil penjualan merupakan pembelian dari suatu pembeli tertentu maka hal ini akan mempertinggi posisi pembeli tersebut dalam industri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



- b. Produk yang dibeli merupakan produk standar atau tidak terdeferensiasi sehingga pembeli yakin akan menemukan penjual alternatif yang mampu memberikan penawaran lebih menarik.
- c. Pembeli mempunyai informasi lengkap mengenai suatu produk. Seperti informasi tentang permintaan, harga pasar yang aktual, dan bahkan biaya yang dikeluarkan penjual sehingga posisi tawar menawar menjadi lebih kuat.

Untuk mengurangi daya tawar konsumen, *Alohaa Mocktail* membuat produk yang terdiferensiasi dimana produk tersebut unik dan memiliki konsep yang berbeda dibanding pesaingnya dan mempertahankan penawaran promosi yang diminati oleh konsumen.

5. Daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)

Hubungan dengan pemasok yang baik akan memudahkan perusahaan dalam mendistribusikan produk mereka. Dalam setiap bidang bisnis, kekuatan pemasok dengan tekanan industri perlu disesuaikan, agar posisi tawar menawar menjadi seimbang.

Pemasok memiliki posisi yang kuat apabila :

- a. Pemasok didominasi oleh beberapa perusahaan biasanya pemasok akan mempengaruhi harga dan memiliki syarat – syarat penjualan yang akan dikenakan kepada pembeli.
- b. Tidak terdapat produk pengganti lain di dalam industri.
- c. Produk pemasok sangat penting bagi keberhasilan proses pembuatan atau kualitas produk yang dihasilkan.



Untuk menciptakan keuntungan yang baik bagi pihak pemasok maupun perusahaan *Alohaa Mocktail* akan berhati-hati untuk menjalin hubungan dengan pemasok melalui komunikasi dan kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Selain itu *Alohaa Mocktail* juga akan menggunakan lebih dari satu pemasok agar tidak terjadi ketergantungan pada satu pihak pemasok karena daya tawar yang rendah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Posisi dalam Persaingan

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2014:295), *Product Life Cycle* adalah perjalanan penjualan dan keuntungan produk semasa hidupnya yaitu :

1. Tahap Perkenalan (*Introduction*)

Adalah sebuah periode pertumbuhan penjualan yang lambat sebagai produk yang diperkenalkan di pasar.

2. Tahap Pertumbuhan (*Growth*)

Adalah periode penerimaan pasar dan peningkatan keuntungan.

3. Tahap Kemapanan (*Maturity*)

Adalah periode yang melambat dalam pertumbuhan penjualan, produk sudah diterima oleh pembeli potensial.

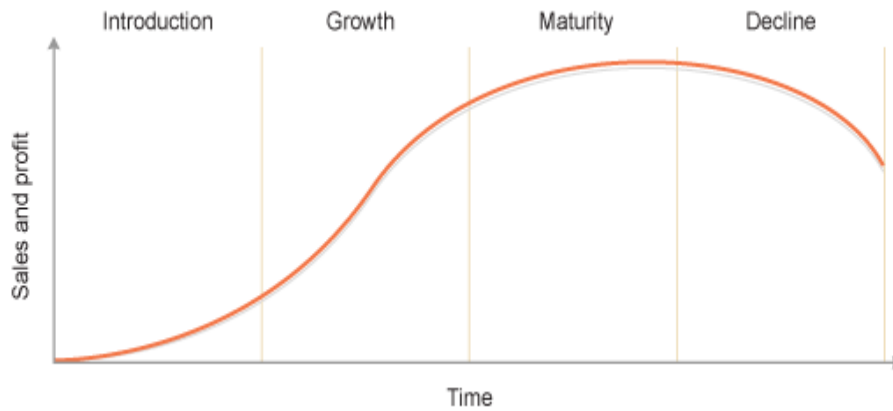
4. Tahap Kemunduran (*Decline*)

Adalah periode ketika penjualan jatuh dan penurunan keuntungan.



Gambar 3.2

Product Life Cycle



Sumber: Kotler dan Armstrong (2014:296)

Bisnis minuman yang menggunakan buah-buahan sebagai bahan dasarnya adalah bisnis yang sedang dalam posisi *growth* atau pertumbuhan, karena buah-buahan sangat mudah diolah menjadi beragam jenis minuman, memiliki banyak manfaat bagi kesehatan mengingat sekarang gaya hidup sehat semakin banyak diminati masyarakat modern, dan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Mungkin saat ini ada beberapa jenis produk minuman yang sudah memasuki posisi *maturity* seperti jus buah dan es buah-buahan, namun juga banyak sekali inovasi-inovasi produk minuman berbahan dasar buah yang baru dan bermunculan dan diprediksi akan terus tercipta di masa mendatang. Sehingga secara umum dapat dikatakan posisi industri kuliner minuman *mocktail* yang berbahan dasar buah berada di posisi pertumbuhan atau *growth*.

G. Analisis Industri dan Pengembangan Strategi

Sebelum memasuki industri suatu usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terhadap industri tersebut terlebih dahulu. Analisis industri merupakan

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



kunci dari keberlangsungan perusahaan dan juga sebagai penentu arah strategi perusahaan di masa yang akan datang maka, analisis industri penting untuk dilakukan agar pengusaha memahami dengan benar tentang seluk beluk didalam industri tersebut, apa yang sedang menjadi tren saat ini, siapa saja pesaing – pesaing yang ada, apa saja peluang – peluang yang berpotensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha ditengah – tengah persaingan yang semakin ketat.

Menurut Robert D. Hisrich et al. (2013:196) analisis industri adalah “Pengusaha harus melakukan analisis industri yang berfokus pada tren industri tertentu.” Maka dari itu tanpa dilakukannya analisis industri terlebih dahulu, suatu bisnis tidak dapat diprediksi apa yang akan terjadi di masa yang akan datang nantinya. dengan melakukan analisa industri pengusaha bisa mendapatkan hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi usahanya untuk jangka panjang.

Yang membedakan *Alohaa Mocktail* dari pesaing sejenis lainnya adalah cara penyajiannya yaitu dengan menggunakan gelas dari batok kelapa dimana pelanggan mendapatkan pengalaman baru dalam meminum mocktail. Dalam hal pemasaran, *Alohaa Mocktail* juga memiliki strategi pemasaran melalui media sosial.

H. Analisis SWOT

David (2013:206) mengungkapkan bahwa Semua organisasi memiliki *strength* dan *weakness* dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. *Strength* / *weakness* internal, digabungkan dengan *opportunities* / *threats* dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud



memanfaatkan *strength* internal dan mengatasi *weakness*. Berikut adalah analisis SWOT dan **Alohaa Mocktail** :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Strength (kekuatan)
 - a. Lokasi yang sangat sedikit pesaing yaitu di kemang, Jakarta Selatan dimana masih jarang sekali ada jenis usaha *food truck* yang sejenis.
 - b. Letak *food truck* “*Alohaa Mocktail*” yang berada di lokasi yang strategis yaitu dekat dengan Indonesia Banking School, Lippo Mall Kemang, dan Sekolah Pelita Harapan.
 - c. Menggunakan teknologi sebagai sarana promosi
2. Weakness (kelemahan)
 - a. *Brand* yang belum dikenal banyak orang atau masih awam di telinga konsumen.
 - b. Menggunakan metode penjualan self service
 - c. Mudah nya pesaing baru untuk masuk
3. Opportunities (peluang)
 - a. Gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif dan ingin selalu mengikuti tren
 - b. Cara penyajian yang unik dan baru sehingga menarik minat konsumen.
 - c. Gaya hidup sehat masyarakat
 - d. Kemajuan teknologi
4. Threats (ancaman)
 - a. Daya beli masyarakat yang menurun akibat kemerosotan ekonomi
 - b. Karena bisnis *food truck* di Kemang masih baru bisa jadi masyarakat masih merasa asing untuk mencoba

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. Cuaca yang tidak menentu di Jakarta
- d. Produk pengganti yang bias dibuat di rumah

Berikut adalah matriks SWOT berdasarkan analisa yang telah diuraikan di atas,

beserta strategi-strategi untuk menanggulangi :

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





Tabel 3.3

Matriks SWOT Alohaa Mocktail

Internal	Strength(S)	Weakness(W)
	1. Lokasi yang cukup strategis. 2. Belum memiliki pesaing serupa. 3. promosi melalui media sosial 4. Harga yang relatif murah	1.Brand yang belum dikenal banyak orang 2. Menggunakan metode penjualan <i>self service</i> 3. Loyalitas pelanggan 4. Mudah nya pesaing baru untuk masuk
Eksternal	Opportunities(O)	Strategi SO
	1. Gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif 2. Cara penyajian yang unik dan baru sehingga menarik minat konsumen. 3. Bahan baku relatif mudah untuk didapatkan 4. Gaya hidup sehat masyarakat Jakarta 5. Kemajuan teknologi	1. Menyajikan makanan dengan kualitas bahan baku yang baik (S1,O1,O3,O4) 2. Melakukan inovasi pada produk (S2,O1,O2,O4) 3. Menciptakan diferensiasi produk (S2,S3,O1,O4)
	Threat(T)	Strategi WT
	1. Daya beli masyarakat yang menurun akibat kemerosotan ekonomi 2. Karena bisnis <i>food truck</i> di Kemang masih baru bisa jadi masyarakat masih merasa asing untuk mencoba 3. Cuaca di Jakarta yang tidak menentu 4. Produk pengganti yang bisa di buat di rumah	1. Menjaga kualitas makanan dan juga memberikan harga yang terjangkau (W1W3,T1,T3,T4) 2. Memberikan potongan harga pada saat awal pembukaan(W1,W2,T1 ,T2) 3. Memberikan promo di hari-hari besar tertentu (W1,W3,W4,T1,T2,T4)

Sumber: Alohaa Mocktail

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk dipublikasikan di media massa, elektronik, atau media lainnya tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.