



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Persaingan yang ada di antara industry sejenis berguna untuk dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui kondisi pasar dan menyesuaikan dengan perubahan. Oleh karena itu, sebelum memasuki indsurti dari sebuah usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui dengan besar seluk beluk di dalam industry, siapa saja pesaing-pesaingnya, dan dapat membuat perencanaan terfokus pada tren yang berkembang saat ini. Selain itu, dengan melakukan analysis pelaku usaha dapat melihat peluang-peluang yang berpotensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat setiap waktu. Analisis industry memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis untuk jangka Panjang. Analisis industry juga memberi tahu apakah suatu bisnis dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Mengacu dari data dan wawancara yang dilakukan oleh salah satu website ekonomi bisnis yang ada di Indonesia, industry makanan dan minuman di Indonesia telah menyumbang kontribusi terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) nasional sebesar 5,32% pada kuartal II/2020. Jika dilihat dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Indonesi memiliki daya saing yang baik pada pasar International. Pada saat di tengah persaingan yang semakin kompetitif, industry makanan dan minuman harus terus di dorong sehingga mampu bertahan dan meningkatkan market share Indonesia di pasar International.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



B. Analisis Pesaing

Ⓒ Tidak ada usaha yang lepas dari sebuah persaingan. Perkembangan teknologi menyebabkan pertumbuhan industry, tak terlepas pada bidang kuliner. Maka dari itu, penting adanya sebuah nilai kreativitas dalam sebuah usaha dan inovasi, agar konsumen tidak merasa bosan atau jenuh dengan produk yang ada sekarang, keberhasilan suatu bisnis dapat terjadi Ketika perusahaan mampu membaca kekurangan dan kelebihan pesaing dan memanfaatkannya untuk mengembangkan bisnis kita dalam persaingan.

Hal ini dibutuhkan karena dengan menggunakan data tersebut, dapat dilakukan analisis serta perbandingan kelebihan apa yang dimiliki usaha tersebut. Serta kelemahannya supaya usaha yang baru akan didirikan mampu menyaingi kelebihan pesaing, serta menghindari melakukan Tindakan kurang efektif yang telah dilakukan pesaing. Dari analisis yang dilakukan penulis, terdapat beberapa pesaing potensial yang mampu menyaingi 368 Jeruk Sonkit, baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan. Beberapa factor menjadi acuan dalam menentukan kelebihan dan kekurangannya, seperti harga, lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi serta kenyamanan tempat. Berikut adalah table hasil pengamatan penulis:

Tabel 3.1

Analisis Pesaing 368 Jeruk Sonkit

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Buavita	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia di mini market dan supermarket. • Harga terjangkau • Kualitas produk terjamin 	<ul style="list-style-type: none"> • Gula tidak 100% murni • Rasa hanya manis saja. • Tidak menjual di toko daring • Pelayanan yang kurang baik
ABC Orange	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia di mini market dan supermarket. • Harga cukup terjangkau • Tersedia kemasan 1 Liter 	<ul style="list-style-type: none"> • Gula tidak 100% murni • Rasa hanya manis saja. • Tidak menjual di toko daring • Tidak menyediakan pengantaran



<p>Rejuve</p> <p>© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia di pusat perbelanjaan. • Memiliki tempat yang nyaman • Pelayanan yang baik • Tersedia berbagai macam jenis 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga relative mahal • Umur simpan kurang dari 5 hari
---	--	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah analisis eksternal perusahaan untuk dapat melihat kesempatan yang ada di pasar serta acuan yang harus dihindari agar berubah menjadi peluang untuk 368 Jeruk Sonkit kedepannya. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi pasar dari bisnis ini. Berikut ini adalah hasil analisis PESTEL terhadap 368 Jeruk Sonkit yang telah dilakukan:

1. Politic (Politik)

Politik merupakan factor yang mungkin mempengaruhi dalam bisnis, kondisi tertentu politik akan berpengaruh. Jika terjadi masalah dan menyebabkan perang atau kerusuhan aktivitas bisnis akan melambat dan akhirnya berhenti sehingga memberikan dampak negative bagi seluruh sector bisnis.

2. Economic (Ekonomi)

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat, maka daya beli masyarakat juga akan meningkat. Hal ini terjadi Ketika pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan adanya kenaikan pendapatan. Industri makanan dan minuman yang dikatakan menjadi penunjang tertinggi dalam pemasukan perekonomian Indonesia. Melihat hal tersebut, maka dapat menjadi peluang bagi 368 Jeruk Sonkit untuk masuk ke dalam industry makanan dan minuman karena pendapatan dari industry makanan dan minuman sendiri terus menunjukkan laju pertumbuhan kearah yang positif.



3. Social (Sosial)

C Melihat perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini di mana banyak masyarakat yang semakin peduli akan Kesehatan mereka dengan mengurangi makanan atau minuman yang kurang baik bagi tubuh mereka. Dengan membuat sendiri di rumah atau dengan membeli menggunakan aplikasi layanan online, hal tersebut yang membuat bisnis 368 Jeruk Sonkit ini memiliki peluang bisnis yang cukup menjanjikan karena usaha minuman seperti ini apalagi di dukung dengan konsep yang berbeda, membuat peluang bisnis ini cukup besar.

4. Techology (Teknologi)

Faktor teknologi merupakan salah satu peluang penting bagi masyarakat jaman sekarang karena dengan hadirnya teknologi ini memudahkan kita untuk mengakses ilmu pengetahuan, informasi, komunikasi, serta berbisnis. Dengan adanya teknologi dapat membuat bisnis berkembang dengan pesat dan memudahkan pekerjaan kita. 368 Jeruk Sonkit menggunakan teknologi pada sistem pemasaran dan proses penjualan dilakukan secara online, menggunakan manfaat dari berbagai macam aplikasi layanan online yang mudah digunakan oleh masyarakat Indonesia.

5. Environment (Lingkungan)

Untuk sebuah bisnis minuman, lingkungan yang dimaksud disini adalah lokasi yang menjadi tempat dimana sebuah bisnis minuman ini akan beroperasi. Lokasi yang dipilih ini tentunya harus berada di tempat yang strategis mudah di dicapai oleh banyak orang serta kemudahan lainnya seperti tersedianya lahan parkir, dekat dengan pusat keramaian. Dikarenakan 368 Jeruk Sonkit tidak ada gerai tersendiri, maka 368 Jeruk Sonkit harus menyediakan tempat yang strategis sehingga mudah di jangkau oleh layanan online seperti GrabFood dan Go-Food.

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.



6. Legal (Hukum)

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 Gie

Hukum yang berlaku di suatu negara harus ditaati oleh para pelaku usaha bersifat mutlak, oleh karena itu dalam menjalankan bisnisnya para pelaku bisnis perlu berhati-hati dalam menjalankan bisnisnya agar produk yang dijual serta proses bisnis yang dilakukan tidak menentang aturan hukum yang berlaku di negara tersebut. Suatu bisnis harus mempunyai kelengkapan surat-surat yang diperkukan untuk mendaftarkan bisnisnya pada negara. Dengan mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB), dan surat Izin Usaha. Berdasarkan Peraturan yang berlaku di negara Indonesia, 368 Jeruk Sonkit telah mendaftarkan usaha dengan NIB dan Izin Usaha sebagai berikut:

Gambar 3.1

Nomor Induk Berusaha



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)
0247010030868

Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB kepada:

Nama Pemilik Usaha	: NOVIASARI
Nomor KTP	: 3172054511990002
NPWP Pemilik Usaha	:
Nama Usaha	: 368 Jeruk Sonkit
NPWP Usaha	:
Alamat	: PADEMANGAN III RAYA GG 6/8, Kel. Pademangan Timur, Kec. Pademangan, Kota Adm. Jakarta Utara, Prov. DKI Jakarta
Kode dan Nama KBLI	: 11040 - INDUSTRI MINUMAN RINGAN
Akses Kepercayaan	:
Kekayaan Bersih	: Rp 1.000.000 (<i>Satu Ratus</i>)

1. NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. NIB adalah bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan pengesahan Tanda Daftar Perusahaan dan hak akses kepastian.
3. Lembaga OSS berwenang untuk melakukan evaluasi dan/atau perubahan atas izin usaha (izin komersial/operasional) sesuai ketentuan perundang-undangan.
4. Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat berubah sesuai dengan perkembangan kegiatan berusaha.
5. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan tanggal : 6 Oktober 2020 Oleh: Badan Koordinasi Penanaman Modal



Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atau akses data dari pelaku usaha. Keabsahan dan keakuratan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tercantum dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.



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.

Gambar 3.2

Surat Izin Usaha Mikro Kecil



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

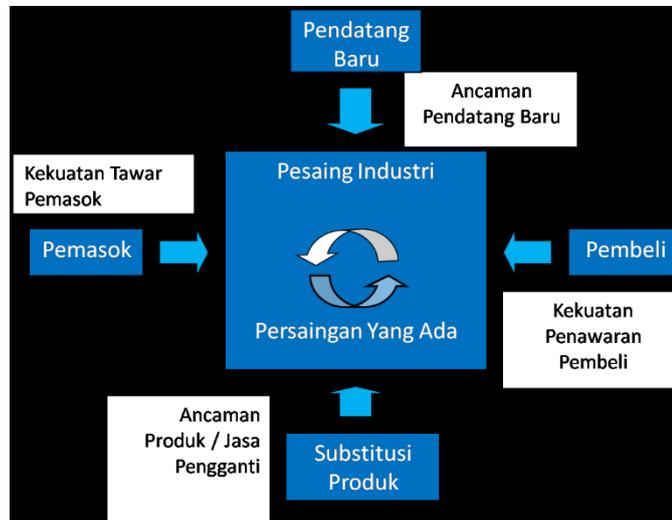
Lima kekuatan persaingan model Porter menurut Fred R. David (2017:229), “Porter’s five forces model of competitive analysis is a widely use approach for developing strategies in many industries”. Yang artinya adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industry. Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industry menurut Porter:



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

Porter Five Forces Business Model



Sumber: David (2017:229), Strategic Management

1) Ancaman Pendaftar Baru

Potensi masuknya pesaing baru untuk bisnis minuman ini cukup besar, mengingat besarnya peluang, dan proses perijinan yang semakin mudah untuk dilakukan ditambah lagi dengan modal untuk membuka bisnis sejenis ini tidak memerlukan modal yang terlalu besar, maka banyak pesaing baru yang akan bermunculan dengan menawarkan kelebihan dan keunikan produk masing-masing. Factor pemasaran sangat berperan penting, agar bisnis ini dapat diingat oleh para calon pembeli.

Untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat, penulis melakukan beberapa strategi pemasaran untuk dapat bersaing dan tetap bertahan dalam pasar yang persaingan ketat ini, yaitu dengan cara melakukan pemasaran melalui media social dan melakukan proses penjualan pada layanan online seperti GrabFood.



2. Kekuatan Penawaran Pembeli

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan selera mereka. Maka dari itu, 368 Jeruk Sonkit memerlukan adanya daya Tarik khusus untuk para pembeli, dengan cara memberikan layanan yang terbaik, karena para pembeli saat ini menjadi lebih teliti dan sensitive dalam hal membandingkan kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diberikan. 368 Jeruk Sonkit mengutamakan kualitas bahan baku dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pembeli.

3. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti

Pengembangan produk-produk pengganti menjadi sebuah ancaman yang besar untuk bisnis minuman seperti 368 Jeruk Sonkit, produk-produk pengganti ini memiliki peluang dan kesempatan yang besar untuk menggantikan produk 368 Jeruk Sonkit. Untuk bisnis minuman, ancaman dari produk pengganti sangat besar karena mungkin banyak bisnis-bisnis baru yang memiliki konsep bisnis yang lebih menarik dan menjual dengan harga yang bersaing. Sehingga strategi yang digunakan oleh 368 Jeruk Sonkit adalah selalu menjaga kualitas produk, menjaga kualitas pelayanan dan memiliki hubungan yang baik kepada para pembeli, serta meningkatkan promosi baik melalui media social maupun mengadakan diskon pada produk.

4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Peranan dan keberadaan pemasok sangatlah penting untuk sebuah bisnis terutama yang bergerak di bidang minuman seperti ini, karena tanpa hadirnya pemasok bahan-bahan baku utama, kegiatan operasional tidak dapat berjalan dengan baik. 368 Jeruk Sonkit saat ini memiliki beberapa pemasok untuk bahan

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.



baku dan perlengkapan yang diperlukan untuk proses operasional sehari-hari.

C Pemasok memiliki kemampuan untuk menurunkan dan menaikkan harga bahan baku dan memiliki kemampuan untuk membatalkan Kerjasama, sehingga penulis harus mampu menjaga hubungan baik kepada para pemasok demi mendapatkan bahan baku yang sesuai dengan kriteria dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh 368 Jeruk Sonkit.

5. Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan lain yang menawarkan atau menjual produk yang sejenis dalam bisnisnya. Persaingan antar perusahaan adalah salah satu kekuatan yang memiliki dampak pada 368 Jeruk Sonkit. Karena perusahaan harus memberikan dan menonjolkan keunggulan produk yang 368 Jeruk Sonkit miliki, sehingga masyarakat dapat melihat dan merasa tertarik mencoba produk yang kami jual.

E. Analisis Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix (CPM))

Competitive Profile Matrix menurut Fred R. David (2017:236), “ The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weakness in relation to a sample firm’s strategic position”. Yang artinya adalah CPM adalah alat yang mampu mengidentifikasi para pesaing berdasarkan indikator yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industry, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Faktor keberhasilan dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4= kekuatan utama, 3= kekuatan minor, 2= kelemahan minor, 1=



kelemahan utama. Beberapa factor kunci kelemahan penting yang dipertimbangkan oleh 368 Jeruk Sonkit adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix 368 Jeruk Sonkit

Faktor Kunci Sukses	Bobot	368 Jeruk Sonkit		Buavita		ABC Orange		Rejuve	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Cita Rasa Produk	0.15	4	0.6	3	0.45	2	0.3	3	0.45
Lokasi Strategis	0.142	4	0.568	4	0.568	3	0.426	2	0.284
Harga	0.144	4	0.576	3	0.432	3	0.432	1	0.144
Brand Terkenal	0.117	2	0.234	4	0.468	3	0.351	3	0.351
Tempat Nyaman	0.153	3	0.459	1	0.153	1	0.153	3	0.459
SDM Terlatih Baik	0.148	3	0.444	2	0.296	2	0.296	2	0.296
Pemasaran	0.146	3	0.438	2	0.292	2	0.292	2	0.292
TOTAL	1		3.319		2.659		2.25		2.276

Sumber: data diolah, 368 Jeruk Sonkit

Tabel *Competitive Profile Matrix (CPM)* diatas terdiri dari beberapa factor. Setiap factor 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 peringkat merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki control yang baik terhadap factor tersebut dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki control yang sangat baik terhadap factor tersebut. Lalu nilai merupakan perkalian antara bobot dan peringkat dari masing-masing perusahaan, perusahaan memiliki total *score* yang tinggi adalah perusahaan yang unggul.

Berdasarkan **Tabel 3.2**, 368 Jeruk Sonkit mendapatkan penilaian yang lebih unggul, yang artinya 368 Jeruk Sonkit memiliki peluang usaha yang besar. Namun, 368 Jeruk Sonkit tetap harus mempersiapkan strategi-strategi pemasaran yang mampu meningkatkan penilaian terhadap 368 Jeruk Sonkit lebih baik lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip atau menyalin dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak meru...
 2. Dilarang menggunakan...
 Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

SWOT menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), “An overall evaluation of the company’s strengths (S), weakness (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 segala 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 rangka Panjang.

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

Metode analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui adanya kekurangan atau permasalahan dari 4 sudut pandang. Hasil dari analysis ini dapat digunakan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hal cipta dilindungi undang-undang
IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

mempertahankan kekuatan atau mengembangkan kekuatan untuk menambah keuntungan sebuah perusahaan. Berikut adalah analisis SWOT 368 Jeruk Sonkit:

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Harga yang terjangkau;
- Memiliki rasa yang unik;
- Memiliki lokasi yang strategis;
- Kualitas produk.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Tidak memiliki toko *offline*;
- Belum ada pelatihan khusus untuk karyawan;
- Sistem pemasaran yang kurang baik;
- Merek atau *brand* belum dikenal.

3. *Opportunities* (Peluang)

- Mendapatkan kepercayaan dari konsumen;
- Dapat terjual di supermarket;
- Dikenal oleh banyak orang;
- Bahan baku yang relative mudah didapatkan;
- Bahan baku dengan harga yang terjangkau.

4. *Threats* (Ancaman)

- Pesaing yang menggunakan contoh model dan ide yang sama;
- Adanya percepatan perkembangan trend minuman;
- Pesaing dengan harga yang lebih murah dan bersaing;
- Keadaan ekonomi yang kurang stabil.





Tabel 3.3

Matrix SWOT 368 Jeruk Sonkit

Internal	Strenght (S)	Weakness (W)
	Eksternal	1. Memiliki harga yang terjangkau 2. Memiliki rasa yang unik 3. Memiliki lokasi yang strategis 4. Kualitas produk
Opportunity (O)		Strategi WO
1. Mendapatkan kepercayaan dari konsumen 2. Dapat terjual di supermarket 3. Dikenal oleh banyak orang 4. Bahan baku yang relatif mudah di dapatkan 5. Bahan baku dengan harga yang terjangkau		1. Meningkatkan promosi dan memberikan diskon (W1,W4,O1,O3) 2. Meningkatkan sistem pemasaran (W3,W4,O1,O3) 3. Membangun toko offline (W1,W4,O3) 4. Memberikan pelatihan kepada karyawan (W2,O1)
Threat (T)		Strategi WT
1. Pesaing menjual dengan harga yang lebih murah 2. Adanya perkembangan trend minuman 3. Pesaing menggunakan ide bisnis yang sama 4. Keadaan ekonomi yang kurang stabil	1. Menciptakan citra yang baik kepada masyarakat (W3,W4,T2) 2. Menjaga kepercayaan yang masyarakat berikan (W3,W4,T1,T3)	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau informasi yang terdapat dalam 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.