



BAB II

ANALISIS INDUSTRI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Gambaran Masa Depan dan Perkembangan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:79)

Fad adalah sesuatu yang tidak dapat diperkirakan, berumur pendek, dan tanpa signifikansi sosial, ekonomi, dan politik. *Trend* adalah arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. *Trend* lebih mudah diperkirakan dan lebih berlangsung lama dibanding *fad*. Sedangkan *megatrend* digambarkan sebagai perubahan besar dalam sosial, ekonomi, politik, dan teknologi yang lambat dibentuk dan setelah terjadi, perubahan itu akan mempengaruhi kita untuk sementara waktu antara tujuh tahun hingga sepuluh tahun, atau bahkan lebih lama.

Bisnis *food and beverage* merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Karena setiap manusia membutuhkan makanan setiap saat. Bukan hanya makanan pokok tetapi juga camilan yang sering disantap disela-sela waktu beristirahat. Kue sering dijadikan camilan oleh sebagian orang. Namun, gaya hidup masyarakat sekarang sangat modern. Sehingga konsumen dalam menyantap makanan melihat faktor kebersihan dan masyarakat mulai sadar akan faktor kesehatan yang dapat dipengaruhi oleh apa yang dikonsumsi. Terlebih lagi kebutuhan masyarakat akan kue camilan yang tidak membuat bobot badan orang yang mengkonsumsinya bertambah, sangat diperlukan. Hidup masyarakat modern saat ini dengan mobilitas yang tinggi menginginkan makanan yang memberi manfaat kesehatan, bercitarasa enak, mudah diperoleh, dan mudah dikonsumsi. Tuntutan masyarakat akan produk yang sehat mendorong pengusaha kue untuk menghasilkan produk yang *fresh*, tidak menggunakan bahan kimia berbahaya, dan menggunakan bahan baku yang baik bagi kesehatan (www.kulinologi.co.id diakses 14 Maret 2014).

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 persaingan dalam dunia *food and beverage* sangat ketat.

Diperlukan kreatifitas dan inovasi yang tinggi dari pebisnis agar dapat menang dalam persaingan.

Dalam analisis industri, gambaran masa depan menjadi faktor yang penting. Hal ini dibutuhkan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh pebisnis dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga pebisnis tahu strategi apa yang harus digunakan untuk menghadapi masalah tersebut. Menurut Michael Allison dan Wade Kaye (2013:3)

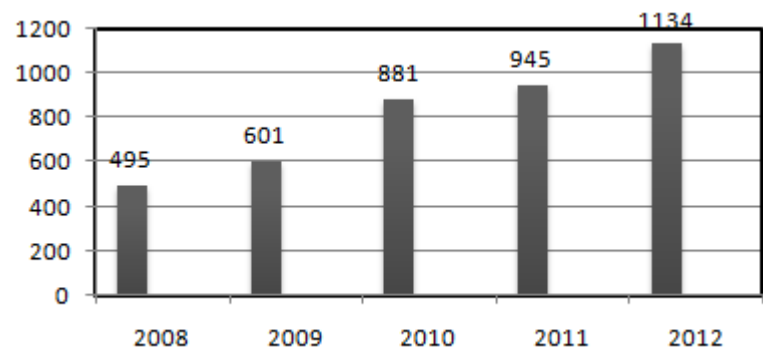
“Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi: strategi adalah pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi.”

Dengan mengetahui strategi perusahaan, maka perusahaan akan dapat mencapai misi organisasi atau akan dapat menang dalam persaingan di dalam suatu industri.

Berikut merupakan grafik pertumbuhan UMKM di kota Bekasi dan tabel laju pertumbuhan menurut lapangan usaha tingkat nasional yang akan dimasuki oleh penulis, Karena dengan melihat laju pertumbuhan tersebut menjadi peluang bagi penulis untuk memasuki industri.

Gambar 2.1

Grafik Pertumbuhan UMKM di Kota Bekasi



Sumber: Laporan keterangan Pertanggung Jawaban Kepala Daerah Kota Bekasi Tahun 2012 (<http://bekasikota.go.id>, diakses 13 Maret 2014)



Pertumbuhan UMKM yang ada di Kota Bekasi menjadi hal yang nyata. Jumlah UMKM Kota Bekasi tahun 2009 mencapai 601 atau mengalami pertumbuhan sebesar 21,4% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2010 jumlah UMKM sebesar 881 atau mengalami pertumbuhan sebesar 46,5% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2011 jumlah UMKM 945 atau mengalami pertumbuhan sebesar 7,26% dari tahun sebelumnya dan tahun 2012 jumlah UMKM sebanyak 1.134 atau mengalami pertumbuhan 20% dari tahun sebelumnya.

Tabel 2.1

Laju Pertumbuhan Menurut Lapangan Usaha

Lapangan Usaha	Laju Pertumbuhan				
	2009	2010	2011	2012	2013
1. Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	3,96	3,01	3,37	4,20	3,54
2. Pertambangan dan Penggalian	4,47	3,86	1,60	1,56	1,34
3. Industri pengolahan	2,21	4,74	6,14	5,74	5,56
4. Listrik, Gas, dan Air Bersih	14,29	5,33	4,71	6,25	5,58
5. Konstruksi	7,07	6,95	6,07	7,39	6,57
6. Perdagangan, Hotel dan Restoran	1,28	8,69	9,24	8,15	5,93
7. Pengangkutan dan Komunikasi	15,85	13,41	10,70	9,98	10,19
8. Keuangan, <i>Real Estate</i> , dan Jasa Perumahan	5,21	5,67	6,84	7,15	7,56
9. Jasa-jasa	6,42	6,04	6,80	5,25	5,46

Sumber : BPS (diakses 13 Maret 2014)

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 tabel data tersebut dapat dilihat bahwa terdapat pertumbuhan yang signifikan dari tahun 2009 ke tahun 2011 dalam industri restoran. Tahun 2009 ke tahun 2010 naik sebesar 7,41%. Dan pada tahun 2011 ke 2012 naik sebesar 0,55%.

Penulis memilih lokasi di Jalan Raya Jatiwaringin, Pondok Gede, Bekasi karena Jalan Raya Jatiwaringin merupakan daerah yang selalu ramai dilalui oleh banyak orang. Sebagai kota yang memiliki letak cukup strategis sebagai kota komersial merupakan potensi yang cukup besar untuk dapat membuka peluang investasi di bidang jasa dan perdagangan. Selain itu di sepanjang jalan raya Jatiwaringin terdapat banyak tempat makan sehingga setiap jam makan siang dan makan malam tempat ini selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat yang mencari makanan atau toko kue. Di kawasan Jatiwaringin juga terdapat tiga Universitas, yaitu Universitas Krisnadwipayana, Universitas Bina Sarana Informatika, dan Universitas Islam As-Syafiiyah sehingga peluang untuk mendapatkan konsumen lebih banyak, semakin terbuka lebar. Jumlah penduduk yang akan menjadi target konsumen dari Brownies Mocaffinette yang terletak di Jatiwaringin, Pondok Gede, Bekasi dapat dilihat dari tabel :

Tabel 2.2
Perkembangan Penduduk Kota Bekasi
Kurun Waktu 2008-2012

Tahun	Laki-laki		Perempuan		Jumlah Penduduk
	Jumlah	%	Jumlah	%	
2008	913.275	51	880.649	49	1.793.924
2009	959.026	51	923.843	49	1.882.869
2010	1.065.811	51	1.018.609	49	2.084.420
2011	1.250.435	51	1.197.495	49	2.447.930

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.

2012	1.189.733	51	1.144.409	49	2.334.142
------	-----------	----	-----------	----	-----------

Sumber : Laporan keterangan Pertanggung Jawaban Kepala Daerah Kota Bekasi Tahun 2012 (<http://bekasikota.go.id>, diakses 13 Maret 2014)

Pertambahan dan pertumbuhan penduduk baik secara alami maupun karena migrasi telah membawa pengaruh besar terhadap perkembangan kota Bekasi. Fungsi kota Bekasi yang pada awalnya sebagai wilayah penyangga kota Jakarta telah bergeser menjadi wilayah penyeimbang Ibu Kota Jakarta, sehingga Bekasi menjadi daya tarik bagi penduduk untuk mencari kerja maupun bertempat tinggal, yang mengakibatkan Kota Bekasi memiliki pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi. Kota Bekasi tergolong sebagai wilayah yang padat penduduknya, dimana rata-rata pertumbuhan penduduk pada tahun 2008-2012 mencapai angka 6,1% yang tersebar dalam 12 Kecamatan yaitu Kecamatan Bekasi Timur, Kecamatan Bekasi Barat, Kecamatan Bekasi Utara, Kecamatan Bekasi Selatan, Kecamatan Rawalumbu, Kecamatan Medan Satria, Kecamatan Bantargebang, Kecamatan Pondok Gede, Kecamatan Jatiasih, Kecamatan Jatisampurna, Kecamatan Mustika Jaya, dan Kecamatan Pondok Melati. Pertumbuhan jumlah penduduk yang cukup besar salah satunya diakibatkan karena migrasi yang cukup tinggi.

Berdasarkan tabel jumlah penduduk tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah penduduk di Kota Bekasi sehingga target konsumen yang dimiliki oleh Brownies Mocaffinette semakin bertambah juga. Penulis melihat masih terdapat peluang yang besar dari konsumen yang berasal dari Jakarta Timur yang memiliki jarak cukup dekat ke lokasi pendirian Brownies Mocaffinette.



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.



Selain jumlah penduduk di wilayah Bekasi, kelompok umur di Bekasi juga
mempengaruhi pembelian dari produk Brownies Mocaffinette. Indikator kependudukan

Kota Bekasi, dapat dilihat dalam tabel berikut :

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

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 2.3

Struktur Penduduk Menurut Kelompok Umur Tahun 2012

1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruhnya, atau untuk tujuan penyalinan, penjiwaan, menyalin, mengirim elektronik, atau untuk keperluan pribadi, atau untuk tujuan komersial, atau untuk tujuan publik, tanpa izin tertulis dari penerbit, kecuali diizinkan dalam bentuk dan dengan persyaratan yang tertera pada halaman judul buku ini.

2. Dilarang menggunakan dan mempublikasikan sebagian atau seluruhnya atau untuk tujuan komersial, atau untuk tujuan publik, tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis Kwik Kian Gie
Insitut Bisnis Kwik Kian Gie

Kecamatan	Bekasi Timur	Bekasi Barat	Bekasi Utara	Bekasi Selatan	Rawalumbu	Medan Satria	Bantar Gebang	Pandok Gede	Jatiasih	Jatisampurna	Mustika Jaya	Pondok Melati	Jumlah
0-4 thn	10.037	10.222	11.413	7.653	6.711	5.722	3.368	8.576	7.513	3.778	6.497	4.692	86.182
5-9 thn	10.996	21.764	25.567	17.015	15.741	13.745	8.264	18.115	16.960	8.190	15.851	10.914	192.122
10-14 thn	20.338	24.196	28.038	17.922	17.927	14.712	8.808	22.993	19.327	9.323	15.957	12.219	211.760
15-19 thn	20.842	23.153	27.357	17.119	18.306	13.650	7.208	21.044	16.186	8.547	12.243	11.157	196.809
20-24 thn	20.544	27.480	29.094	19.272	21.380	14.510	8.813	22.289	14.841	8.701	11.408	11.348	215.680
25-29 thn	30.720	32.256	30.911	23.260	22.487	15.995	10.876	26.891	16.376	9.078	12.528	13.470	245.848
30-34 thn	30.828	34.247	29.967	24.056	22.923	16.506	12.224	29.403	17.727	10.055	15.571	15.703	260.210
35-39 thn	20.661	27.844	26.191	19.182	18.914	14.322	10.384	25.214	16.893	8.976	16.037	13.762	221.380
40-44 thn	19.503	23.329	25.513	16.923	16.798	13.494	7.607	21.776	15.879	8.125	14.492	12.072	195.511
45-49 thn	11.428	19.433	22.593	14.016	14.626	11.280	4.412	17.036	12.542	6.735	9.624	9.230	158.955
50-54 thn	17.791	17.545	18.688	12.537	11.710	9.136	3.079	13.687	9.244	5.132	6.265	7.745	133.559
55-59 thn	13.459	13.048	11.363	9.661	6.808	5.551	1.924	11.746	6.274	3.080	3.759	6.324	92.997



60-64 thn	7.811	8.103	5.898	5.722	3.526	3.146	1.259	8.108	3.944	1.884	2.370	4.263	56.034
65-69 thn	3.600	4.311	3.010	2.900	1.821	1.744	702	4.282	2.665	1.112	1.428	2.430	30.005
70-74 thn	2.251	2.676	1.993	1.753	1.183	1.120	534	2.627	1.868	928	971	1.727	19.631
74 thn	2.113	2.408	1.782	1.506	1.082	957	565	2.318	1.492	840	935	1.461	17.459
Jumlah	209.922	292.015	299.378	210.497	201.943	155.590	90.027	256.105	179.728	94.484	145.936	138.571	2.334.142

Sumber : Laporan keterangan Pertanggung Jawaban Kepala Daerah Kota Bekasi Tahun 2012 (<http://bekasikota.go.id>, diakses 13 Maret 2014)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis

1. Diizinkan 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.
2. Diizinkan mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan struktur kependudukan menurut umur, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk menurut kelompok umur antara 15 – 39 pada tahun 2012 memiliki jumlah yang besar karena pada tingkatan umur tersebut merupakan target konsumen dari Brownies Mocaffinette. Artinya peluang Brownies Mocaffinette untuk mendapatkan konsumen lebih besar semakin terbuka luas. Karena menurut penulis pada dua kelompok usia itulah konsumen senang untuk berkumpul sambil mencicipi berbagai makanan bersama teman dan keluarga. Sehingga Brownies Mocaffinette berpeluang mendapat tempat tersendiri di hati konsumennya.

Pembelian Brownies Mocaffinette juga dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat, pendapatan masyarakat dapat meningkat seiring dengan perkembangan jumlah penduduk yang bekerja di Bekasi. Apabila jumlah penduduk yang bekerja meningkat maka kemampuan masyarakat untuk membeli Brownies Mocaffinette juga meningkat. Berikut ini merupakan tabel perkembangan angkatan kerja tahun 2008 sampai 2011:

Tabel 2.4
Perkembangan Angkatan Kerja Tahun 2008-2011

Tahun	Angkatan Kerja	Penduduk Bekerja
2008	1.039.026	901.041
2009	1.058.682	911.122
2010	1.015.941	892.876
2011	1.106.920	990.630

Sumber : Laporan keterangan Pertanggung Jawaban Kepala Daerah Kota Bekasi Tahun 2012 (<http://bekasikota.go.id>, diakses 13 Maret 2014)

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.



Jumlah perkembangan angkatan kerja Kota Bekasi juga didukung dengan menurunnya tingkat kemiskinan Kota Bekasi tahun 2010-2012:

Tabel 2.5

Jumlah Presentase Penduduk Miskin Kota Bekasi

Kota Bekasi	Jumlah (ribu jiwa)			Presentase (%)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
	148.000	145.929	138.718	6,30	6,12	5,55

Sumber: Laporan Keterangan Pertanggung Jawaban Kepala Daerah Kota Bekasi Tahun 2012 (<http://bekasikota.go.id>, diakses 13 Maret 2014)

Dengan menurunnya tingkat kemiskinan di Kota Bekasi artinya tingkat kesejahteraan masyarakat juga meningkat, dan daya beli masyarakat terhadap produk Brownies Mocaffinette juga akan meningkat. Data pada gambar grafik 2.1 mengenai pertumbuhan UMKM di Kota Bekasi, Tabel 2.4 mengenai perkembangan angkatan kerja tahun 2008 sampai 2011, dan Tabel 2.5 mengenai presentase penurunan jumlah penduduk miskin Kota Bekasi akan mendukung pertumbuhan ekonomi Kota Bekasi, berikut ini merupakan pertumbuhan Ekonomi Kota Bekasi tahun 2008 sampai tahun 2011

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

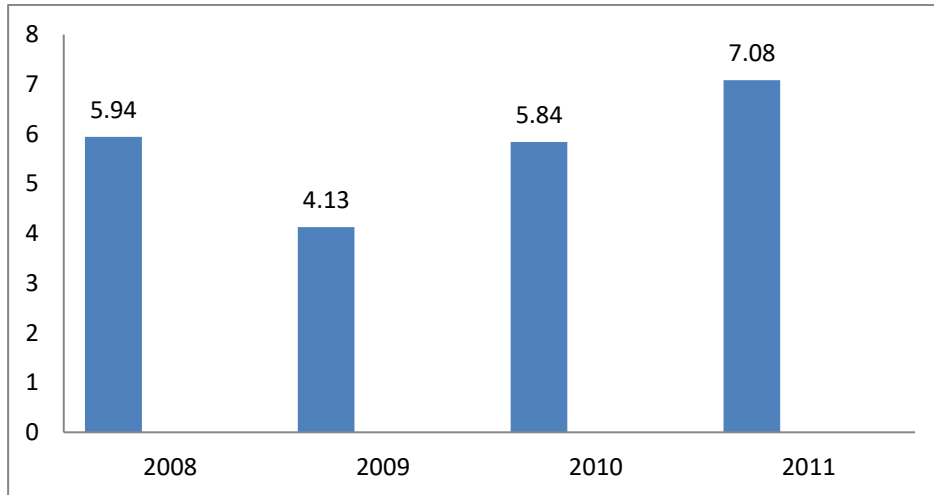


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Gambar 2.2

Grafik Pertumbuhan Ekonomi Kota Bekasi

Tahun 2008-2011



Sumber : Laporan keterangan Pertanggung Jawaban Kepala Daerah Kota Bekasi Tahun 2012 (<http://bekasikota.go.id>, diakses 13 Maret 2014)

Pertumbuhan perekonomian Kota Bekasi periode tahun 2008-2011 menunjukkan *trend* yang meningkat. Dimulai dengan laju pertumbuhan ekonomi 5,94% pada tahun 2008, kemudian krisis finansial global melanda dunia pada akhir 2008, hal ini mempengaruhi perekonomian seluruh dunia sehingga perekonomian melemah. Tahun 2009 laju pertumbuhan perekonomian semakin membaik. Begitupula yang terjadi di Kota Bekasi, pada tahun 2009 laju pertumbuhan perekonomian menjadi 4,13%. Di tahun berikutnya perekonomian kota Bekasi membaik dengan meningkatnya angka laju pertumbuhan tahun 2010 ke angka 5,84%, bahkan pertumbuhan ekonomi tahun 2011 menembus angka 7,08%.

Pada umumnya keinginan untuk bergaya hidup sehat, cenderung meningkat mengikuti naiknya pendapatan, dan hal itu mempengaruhi keputusan seseorang saat membeli untuk membeli sesuatu. Sebuah kecenderungan yang meningkat untuk



mempertimbangkan implikasi kesehatan, memicu *tren* baru dalam pencegahan penyakit atau keputusan pemilihan bahan pangan yang berorientasi kesehatan.

(www.marketing.co.id diakses 14 Maret 2014)

Berikut ini merupakan tabel presentase pengeluaran rata-rata sebulan makanan jadi:

Tabel 2.6
Presentase Pengeluaran Rata-Rata Sebulan Untuk Makanan Jadi
(dalam Persen)

Kelompok	Tahun				
	2009	2010	2011	2012	2013
Makanan Jadi	12,63	12,79	12,80	12,81	12,85

Sumber : BPS Indonesia (<http://bps.go.id> diakses 13Maret 2014)

Dengan melihat tabel tersebut maka dapat dilihat jumlah pengeluaran untuk makanan jadi meningkat setiap tahunnya, sehingga Brownies Mocaffinette memiliki peluang untuk masuk didalamnya.

Brownies Mocaffinette menggunakan tepung mocaf sebagai bahan dasarnya, mocaf merupakan tepung hasil modifikasi tepung singkong. Banyak manfaat yang didapatkan dengan menggunakan tepung mocaf sebagai pengganti tepung terigu sebagai bahan dasar pembuatan Brownies Mocaffinette. Jumlah kalori dalam makanan diperlukan untuk memperhitungkan keseimbangan energi. Apabila jumlah kalori yang dikonsumsi lebih kecil dari kalori yang digunakan, berat badan akan berkurang karena cadangan energi lemak akan digunakan. Sebaliknya, apabila jumlah kalori yang masuk

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



lebih besar dari kalori yang digunakan, berat badan akan meningkat. Kelebihan energy akan disimpan sebagai lemak. Dan penumpukan lemak yang berlebihan dapat meningkatkan resiko terjadinya hipertensi, obesitas, penyakit jantung, stroke, dan diabetes. (www.tropicanaslim.com diakses 14 Maret 2014) Berikut adalah data perbandingan kandungan gizi tepung mocaf dengan tepung lainnya :

Tabel 2.7
Perbandingan Gizi Tepung Mocaf Dengan Tepung Lainnya

Komposisi Kimia	Tepung Mocaf	Tepung Terigu
Kalori (kal)	146	365
Protein (g)	1,1	8,9
Lemak (g)	0,5	1,3
Karbohidrat (g)	88,2	77,3
Ca / calcium (mg)	84,0	16,0
P / Fosfor (mg)	125,0	106,0
Fe / zat besi (mg)	1,0	1,2
Vit A (SI)	0,0	0,0

Sumber : Direktorat Gizi Depkes RI (diakses 15 Maret 2014)

Dalam tabel yang disajikan dapat dilihat bahwa kandungan protein tepung mocaf jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan tepung terigu. Protein tidak boleh dikonsumsi oleh anak autis, sehingga dengan hadirnya Brownies Mocaffinette dengan bahan dasar tepung mocaf anak berkebutuhan khusus juga dapat mengkonsumsi Brownies Mocaffinette. Lemak dan kalori yang dimiliki oleh tepung mocaf juga lebih

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.



rendah jika dibandingkan tepung terigu sehingga dapat dikonsumsi oleh konsumen yang sedang menjaga berat tubuhnya.

Jumlah produksi singkong di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hal ini dapat menjadi peluang bagi bisnis brownies Mocaffinette yang menggunakan tepung singkong sebagai bahan dasar untuk produksi. Berikut merupakan data peningkatan produksi singkong di Indonesia:

Tabel 2.8
Tabel Luas Panen Produktivitas Produksi
Tanaman Ubi Kayu Indonesia

Jenis Tanaman	Tahun	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Ku/Ha)	Produksi (Ton)
Ubi Kayu	2009	1175666,00	187,46	22039145,00
Ubi Kayu	2010	1183047,00	202,17	23918118,00
Ubi Kayu	2011	1184696,00	202,96	24044025,00
Ubi Kayu	2012	1129688,00	214,02	24177372,00
Ubi Kayu	2013	1137210,00	224,18	25494507,00

Sumber : bps (diakses 24 Maret 2014)

Dalam tabel tersebut dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah produksi singkong setiap tahunnya di Indonesia, peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2009 ke tahun 2010 dengan jumlah produksi naik sebesar 1.878.973 ton. Dengan melihat peningkatan jumlah produksi singkong di Indonesia, artinya dapat menjadi peluang bagi bisnis ini untuk berkembang. Karena bisnis brownies Mocaffinette menggunakan tepung singkong sebagai bahan dasar pembuatan brownies.

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.



Dengan melihat manfaat yang sangat baik dari tepung mocaf bagi kesehatan dan belumlah banyak pesaing yang menggunakan tepung mocaf. Maka penulis yakin bisnis ini dapat berkembang cukup baik, bahkan tidak hanya di daerah Jakarta Timur tetapi juga dapat berkembang ke berbagai tempat di Jakarta dan Bekasi.

B. Analisis PESTEL

Salah satu alat untuk menganalisis lingkungan bisnis dengan menggunakan analisis PESTEL. PESTEL merupakan akronim dari : *Political, Economic, Social, Technological, Environment, dan Legal*.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap Brownies Mocaffinette yang dilakukan oleh penulis :

1. *Political*

Dalam berbisnis sangatlah penting untuk mempertimbangkan resiko politik dan pengaruhnya terhadap bisnis Brownies Mocaffinette. Resiko politik umumnya berkaitan dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu Negara. Jika situasi politik mendukung maka bisnis secara umum akan berjalan dengan lancar. Situasi politik yang kondusif akan membuat harga saham naik, sebaliknya, jika situasi politik tidak menentu, maka akan menimbulkan unsur ketidakpastian karena akan mempengaruhi permintaan dan penawaran yang tidak seimbang dan distribusi barang akan terganggu. Apabila hal ini berlanjut maka akan terjadi inflasi yang tinggi yang ditandai dengan kenaikan harga. Perubahan-perubahan kepemimpinan juga seringkali berakibat terjadinya perubahan dalam keputusan politik dan akhirnya



berdampak langsung terhadap kondisi bisnis. Pada tahun 2014 ini, Indonesia sedang berada pada tahun politik, dimana akan terjadi pemilu untuk pergantian presiden. Dikutip dalam harian Kompas, Selasa, 17 Juni 2014, IHSG dan Rupiah Melemah Bersamaan. Respons pasar atas debat calon presiden mempengaruhi IHSG dan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS. Hasil pilpres akan menentukan arah investasi dari para investor apakah akan menjual aset di Indonesia atau akan membeli aset di Indonesia.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. *Economic*

Salah satu faktor ekonomi yang mempengaruhi dalam menjalankan bisnis Mocaffinette adalah laju inflasi. Menurut Jumingan (2011:250) Inflasi merupakan salah satu fenomena ekonomi yang umumnya berfluktuasi sesuai dengan perkembangan ekonomi dan perkembangan situasi politik dari suatu Negara, pengaruhnya dapat berdampak negatif bagi kemajuan usaha pada saat ini dan dimasa yang akan datang. Inflasi dapat menyebabkan penghasilan riil masyarakat turun karena harus mengeluarkan uang lebih besar untuk membeli produk kebutuhan pokok. Inflasi dapat disebabkan karena masalah pasokan dan permintaan, namun dapat juga disebabkan karena distorsi dan spekulasi. Spekulasi dilakukan dengan cara mengurangi pasokan ke pasar atau menimbun persediaan, karena kebutuhan yang tersedia di pasar berkurang maka secara otomatis menaikkan harga.

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 2.9

Tingkat Laju Inflasi Nasional

Bulan	Tingkat Inflasi Nasional					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Januari	-0,07	0,84	0,89	0,76	1,03	1,07
Februari	0,14	1,14	1,03	0,81	0,75	0,26
Maret	0,36	0,99	0,70	0,88	0,63	0,08
April	0,05	1,15	0,39	1,09	-0,02	
Mei	0,10	1,44	0,51	1,15	2,30	
Juni	0,21	2,42	1,06	1,79	3,35	
Juli	0,66	4,02	1,74	2,50	6,75	
Agustus	1,22	4,82	2,69	3,48	7,94	
September	2,28	5,28	2,97	3,49	7,57	
Oktober	2,48	5,35	2,85	3,66	7,66	
November	2,45	5,98	3,20	3,73	7,79	
Desember	2,78	6,96	3,79	4,30	8,38	

Sumber : Badan Pusat Statistik (diakses 15 Maret 2014) dan Litbang Kompas, Inflasi Pada Triwulan I Dalam Dua Tahun Terakhir, Koran Kompas, Sabtu, 3 Mei 2014

Terjadi kenaikan inflasi dari tahun 2014 jika dibandingkan tahun 2013 inflasi pada bulan Januari disebabkan banjir yang merendam sebagian besar kota sehingga menyebabkan peningkatan pada harga komoditas pangan, namun angka inflasi mulai terkendali sampai bulan Maret 2014. Inflasi akan kembali terjadi menjelang Idul Fitri dan tahun ajaran baru sekolah, hal ini disebabkan karena ada kenaikan harga. Kenaikan inflasi dapat menyebabkan kenaikan harga barang-barang secara keseluruhan. Hal ini dapat mempengaruhi bisnis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Brownies Mocaffinette karena akan mempengaruhi harga bahan baku, sehingga harga produksi akan meningkat dan dapat meningkatkan harga jual. Peningkatan harga jual akan mengakibatkan daya beli masyarakat akan menurun. Dari perubahan ini diperlukan adanya penyesuaian pengaruh inflasi pada bisnis Brownies Mocaffinette agar tidak membawa dampak yang serius pada usaha. Maka perlu dinilai kembali kelayakan usaha dari arus kas masuk dan aliran kas keluar yang sudah disesuaikan dengan perkiraan rata-rata laju inflasi selama umur usaha Mocaffinette.

3. *Social*

Kebutuhan konsumen akan camilan tidak dapat dilepaskan. Dalam setiap acara camilan merupakan hal yang penting untuk disediakan untuk bersantai dan berbincang-bincang. Namun jumlah konsumsi dari produk Brownies Mocaffinette juga dipengaruhi oleh daya beli masyarakatnya. Dalam Tabel 2.4 dan Tabel 2.5 dapat dilihat perkembangan angkatan kerja tahun 2008 sampai tahun 2011 dan jumlah presentase penduduk miskin kota Bekasi.

Dalam data tersebut dapat dilihat bahwa tingkat orang yang bekerja di Bekasi semakin meningkat. Sehingga presentase jumlah penduduk miskin di Kota Bekasi semakin menurun. Artinya daya beli masyarakat terhadap produk juga akan semakin besar. Selain hal tersebut dewasa ini masyarakat semakin menyadari pentingnya bentuk tubuh yang ideal dan gaya hidup yang sehat. Karena ingin memiliki bentuk tubuh yang ideal, maka banyak orang yang menghindari untuk mengkonsumsi camilan termasuk kue brownies. Brownies Mocaffinette hadir untuk menjawab kebutuhan konsumen akan kue brownies yang enak dan tidak menambah bobot tubuh.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



4. *Technological*

Usaha bisnis Brownies Mocaffinette didukung oleh kemajuan teknologi. Penggunaan teknologi yang modern digunakan untuk mendukung berbagai proses bisnis karena teknologi menjangkau setiap aspek bauran pemasaran. Mulai dari pemasaran, bahan kemasan, serta metode dalam meningkatkan keuntungan dan efisien. Teknologi yang canggih untuk sistem keuangan dapat mengurangi resiko kesalahan jika dibandingkan dilakukan dengan manual. Teknologi yang canggih dalam informasi dapat mendukung proses pemesanan produk brownies Mocaffinette, serta dapat memudahkan Mocaffinette dalam melakukan promosi melalui *website*. Sehingga produk Mocaffinette dan manfaat yang dimiliki oleh produk brownies Mocaffinette dapat lebih cepat diketahui oleh banyak orang tanpa ada batas jarak dan waktu.

5. *Environment*

Lingkungan menjadi faktor yang menentukan pembelian dari produk brownies Mocaffinette. Brownies Mocaffinette berada di jalan Jatiwaringin, Pondok Gede karena Jalan raya tersebut setiap hari mulai dari pagi hingga sore hari selalu ramai dipadati oleh orang yang mau berangkat beraktifitas. Didukung dengan berdirinya tiga universitas yaitu Universitas Bina Sarana dan Informatika, Universitas Krisnadwipayana, dan Universitas As-Syafiiyah yang berdekatan disepanjang jalan Jatiwaringin membuat setiap jam makan siang atau makan malam rumah makan dan toko kue selalu ramai dikunjungi, terutama pada jam pulang kantor. Selain tempat lokasi usaha yang strategis, Jatiwaringin juga bebas dari banjir besar yang sering melanda Jakarta selama

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.



berminggu-minggu. Sehingga hal tersebut tidak terlalu mengganggu produksi dan penjualan Brownies Mocaffinette.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. *Legal*

Pemerintah Indonesia memiliki peraturan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 yang mengatur tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Sehingga dalam menjalankan bisnis brownies Mocaffinette penulis harus memperhatikan peraturan pemerintah tersebut. Undang-undang No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan. Instansi pemerintah dapat membuat peraturan yang mengatur tentang hak dan kesempatan kerja yang sama, jam kerja seorang karyawan, dan hak untuk mendapatkan upah juga harus diperhatikan sehingga bisnis Brownies Mocaffinette tidak melanggar hukum yang berlaku. Selain itu konsumen juga memiliki hak perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang harus diperhatikan dalam bisnis Mocaffinette. Kebijakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah harus dipenuhi oleh setiap pengusaha. Kebijakan pajak yang akan dikenakan sebesar 10% sesuai Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2011 Tentang Pajak Restoran. Serta setiap usaha yang melakukan kegiatan perdagangan diwajibkan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), kecuali perusahaan yang dibebaskan menurut undang-undang.

C. Analisis Pesaing

Dalam lingkungan bisnis pesaing merupakan hal yang paling signifikan dalam mempengaruhi jalannya bisnis. Salah satu kunci keberhasilan bisnis ditentukan oleh

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.



kemampuan pemilik bisnis dalam memahami pesaing. Dalam menjalankan bisnis, seorang pebisnis harus mengidentifikasi dan menganalisa kelebihan dan kelemahan dari pesaing agar bisnis yang dijalankan memiliki strategi supaya dapat unggul jika dibandingkan dengan pesaing untuk menghadapi ancaman dari pesaing.

Analisis pesaing menurut Robert D. Hisrich, Micahael P. Peters dan Dean A. Shepherd (2008: 304) adalah :

“Suatu proses memahami dan merumuskan strategi-strategi yang dihadapi oleh perusahaan dengan cara memetakan ide-ide yang tersembunyi di masa yang akan datang dan berusaha memahami perilaku pesaing masa yang akan datang.”

Dengan hasil analisis pesaing yang didapatkan oleh penulis maka penulis dapat memberikan keputusan dimana bisnis akan bersaing dan bagaimana proses diantara pesaing bisnis tersebut. Dengan mengetahui bagaimana pesaing melakukan pemasaran, menetapkan harga, produk yang ditawarkan oleh pesaing, saluran distribusi pesaing dan promosi yang dilakukan oleh pesaing. Maka, hal tersebut merupakan kunci untuk mengetahui tingkat persaingan yang akan dihadapi. Proses pencarian informasi mengenai pesaing Mocaffinette dilakukan dengan cara mengamati kelebihan dan kelemahan pesaing dengan melihat dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, pelayanan terhadap konsumen, fasilitas, dan loyalitas konsumen.

Dalam menganalisis pesaing juga ada satu teori dari Michael E. Porter yang terkenal dengan istilah *Five Forces Model*. Menurut Philip Kotler dan Keller (2009: 320) Michael Porter mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang intrinsik sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu : pesaing industri, pendatang baru potensial, ancaman produk pengganti, kekuatan pemasok, dan kekuatan pembeli.

1. Persaingan industri sejenis

Yang merupakan saingan Brownies Mocaffinette adalah brownies kukus Amanda, dan brownies Adinda yang menawarkan produk sejenis yaitu brownies. Pesaing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© 2008 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.



Brownies Mocaffinette yaitu brownies kukus Amanda dan brownies Adinda

berlokasi di jalan raya Jatiwaringin sama seperti lokasi Brownies Mocaffinette.

Maka kekuatan antar persaingan produk sejenis rendah karena hanya ada dua pesaing yang memiliki konsentrasi dalam produksi brownies. Sehingga Brownies Mocaffinette akan dapat unggul dibandingkan pesaing. Strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen adalah dengan menawarkan produk brownies dengan bahan dasar tepung mocaf yang berbeda dari produk yang ditawarkan pesaing.

2. Ancaman pendatang baru potensial

Bukan tidak mungkin akan datang banyak pesaing akan bermunculan dalam industri ini. Karena industri ini masih sangat potensial untuk dimasuki pesaing baru. Sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen adalah dengan menguatkan *brand image* terhadap konsumen. Dan melakukan inovasi produk sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk.

3. Ancaman produk pengganti

Ancaman produk pengganti merupakan ancaman yang paling besar. Karena di Jatiwaringin terdapat berbagai macam toko kue bolu, kue kering, dan kue jajanan pasar lainnya yang menawarkan produk yang berbeda dari produk brownies Mocaffinette. Maka ancaman produk pengganti dapat mengancam dari keberlangsungan bisnis brownies Mocaffinette. Strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen adalah dengan menjaga kualitas dari produk, memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

4. Kekuatan pemasok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Pemasok dapat mempengaruhi industri dengan kemampuan mereka untuk menaikkan atau menurunkan harga dan kualitas bahan baku. Sehingga manajemen harus menjaga hubungan baik dengan *supplier* demi mendapatkan kualitas bahan baku yang terbaik dan harga yang stabil. Oleh karena itu untuk menghindari kurangnya persediaan bahan baku dari *supplier* maka Brownies Mocaffinette memiliki dua pemasok untuk bahan baku utama tepung mocaf.

5. Kekuatan pembeli

Konsumen memiliki daya perbandingan untuk membandingkan harga, kualitas produk, dan layanan. Hal tersebut yang menyebabkan daya tawar konsumen tinggi. Sehingga konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Brownies Mocaffinette hadir sebagai pelengkap diantara banyaknya pilihan konsumen. Sehingga manajemen harus menjaga kualitas dari produk brownies Mocaffinette dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan hasil pengamatan penulis mengenai pesaing dalam industri bisnis ini, terdapat beberapa pesaing yang akan dihadapi oleh Mocaffinette. Berikut adalah data pesaing dari Mocaffinette yang sudah cukup diterima oleh masyarakat luas :

1. Nama perusahaan : Brownies Adinda

Alamat : Jalan Jatiwaringin Raya No. 91 Pondok Gede, Bekasi

Kelebihan :

- a. Harga produk cukup murah dan terjangkau.
- b. Produk telah dikenal oleh banyak masyarakat Jatiwaringin dan sekitarnya.

Kekurangan :

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.



- a. Brownies Adinda tidak memiliki tempat parkir yang cukup sehingga menyulitkan konsumen dalam memarkirkan kendaraan.
- b. Tempat bangunan Brownies Adinda sangat sederhana dan tidak nyaman.
- c. Kurang dalam inovasi produk

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Nama perusahaan : Brownies Kukus Amanda

Alamat : Jalan Jatiwaringin Raya No. 105 Pondok Gede, Bekasi

Kelebihan :

- a. *Brand* “Amanda Brownies” merupakan *brand* brownies yang berasal dari Bandung yang sudah dikenal di Indonesia dan memiliki banyak *outlet* di Jakarta.
- b. “Amanda Brownies” mempunyai banyak pilihan rasa.
- c. Lokasi “Amanda Brownies” letaknya sangat strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen, baik itu dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

Kekurangan :

- a. Bangunan outlet yang kecil membuat konsumen tidak nyaman.
- b. Harga produk yang cukup mahal.

D Segmentasi Pasar

Agar produk yang dibuat tepat sasaran dan berhasil di pasar. Seorang pebisnis harus mampu membuat segmentasi pasar karena sebuah bisnis tidak dapat berhubungan dengan semua konsumen yang besar, luas, dan beragam. Karena adanya keberagaman di masyarakat menimbulkan kebutuhan dan keinginan yang berbeda dari setiap konsumen.

Segmentasi pasar menurut Marian Burk Wood (2009:78)



“Segmentasi adalah proses untuk mengelompokkan pelanggan dalam sebuah pasar sesuai dengan kebutuhan, perilaku atau sikap yang sama, yang dapat dilakukan melalui pemasaran yang berbeda.”



Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Kota Dindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Keputusan Mocaffinette untuk membagi pasarnya berdasarkan segmentasi yang tepat akan mempengaruhi jenis-jenis konsumen yang menjadi target dari Mocaffinette.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:234) segmentasi pasar dibagi menjadi empat variabel segmentasi utama yaitu :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis memerlukan pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti Negara, Negara bagian, wilayah, kabupaten, kota atau lingkungan sekitar. Segmentasi geografis dari Mocaffinette adalah wilayah sekitar Bekasi Selatan dan Jakarta Timur terutama daerah Jatiwaringin. Karena Jalan Raya Jatiwaringin merupakan jalan raya yang setiap hari mulai dari pagi hingga malam selalu ramai oleh orang yang melalui jalan ini. Daerah Jatiwaringin pun sangat ramai oleh pertokoan dan universitas yang berada di sepanjang jalan raya Jatiwaringin, sehingga pertokoan dan rumah makan yang berada di sepanjang jalan raya selalu ramai oleh pengunjung pada jam makan siang atau makan malam.

2. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, kita membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel, seperti :

a. Umur dan tahap daur hidup

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda. Fokus segmentasi Mocaffinette adalah semua umur. Khususnya anak muda dan keluarga muda dengan rentang usia 15-39 tahun. Karena produk 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ditawarkan oleh brownies Mocaffinette adalah produk yang dapat dikonsumsi oleh semua usia. Bahkan dapat dikonsumsi oleh anak autis yang tidak boleh mengonsumsi tepung terigu.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Jenis kelamin

Yaitu membagi segmentasi pasar berdasarkan jenis kelamin. Mocaffinette tidak memiliki fokus segmentasi kelamin, karena semua jenis kelamin menyukai makanan dan dapat mengonsumsi produk Brownies Mocaffinette.

c. Penghasilan

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. Brownies Mocaffinette memiliki fokus pada konsumen yang memiliki penghasilan minimal Rp. 2.400.000,00 perbulan. Dengan penghasilan minimal Rp. 2.400.000,00 keluarga kecil dapat menikmati kue ini sebagai camilan yang lezat dan sehat. Begitu pula dengan mahasiswa yang berada disekitar brownies Mocaffinette, dengan orang tua yang berpenghasilan minimal Rp. 2.400.000,00 yang menjadi segmentasi dari brownies Mocaffinette karena kebanyakan mahasiswa belum bekerja dan masih mendapatkan uang dari orang tua.

d. Generasi

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok generasi yang berbeda. Brownies Mocaffinette dapat dinikmati oleh semua generasi. Namun segmentasi khusus dari Brownies Mocaffinette adalah generasi muda dan keluarga muda.

e. Kelas sosial

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok kelas sosial yang berbeda. Mocaffinette hadir untuk kalangan kelas sosial menengah keatas yang suka

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.



mencicipi berbagai makanan baru, dan kalangan yang sadar akan makanan yang sehat.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis pembeli dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat gaya hidup, psikologis/kepribadian, nilai dan perilaku.

Mocaffinette melakukan segmentasi psikografis sebagai berikut :

a. Gaya hidup

Dalam mengkonsumsi makanan, apa yang dimakan oleh konsumen menunjukkan gaya hidup konsumen. Khususnya di Bekasi yang tidak lagi menjadi penyangga ibu kota tetapi sebagai penyeimbang kota Jakarta, makan menjadi gaya hidup baru yang modern, banyak masyarakat yang terdiri dari berbagai kalangan usia gemar untuk berkumpul dan berbincang-bincang dengan teman dan keluarga di tempat makan. Konsumen yang memiliki gaya hidup yang modern lah yang menjadi segmentasi brownies Mocaffinette.

b. Kepribadian

Fokus segmentasi brownies Mocaffinette yaitu konsumen yang menginginkan pengalaman baru dalam bidang kuliner. Perilaku konsumen juga akan menjadi perhatian penulis dalam bisnis yang akan dijalankan ini. Perilaku konsumen yang diperhatikan oleh penulis konsumen pada hari biasa akan lebih ramai jika dibandingkan dengan hari libur. Hal ini disebabkan aktifitas dan keramaian di sekitar Jatiwaringin lebih ramai dari mulai hari Senin sampai hari Sabtu.

c. Nilai

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.



Fokus segmentasi dari Mocaffinette adalah menciptakan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen atas produk yang dihasilkan oleh brownies Mocaffinette.



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

4. Perilaku

Dalam segmentasi perilaku, pemasar membagi pembeli menjadi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respons terhadap sebuah produk. Fokus segmentasi Mocaffinette adalah yang juga akan menjadi perhatian penulis dalam bisnis yang akan dijalankan ini. Perilaku konsumen yang diperhatikan oleh penulis konsumen pada hari biasa akan lebih ramai jika dibandingkan dengan hari libur. Hal ini disebabkan aktifitas dan keramaian di sekitar Jatiwaringin lebih ramai dari mulai hari Senin sampai hari Sabtu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Matrix Profil Kompetitif

Menurut Fred R. David (2013 : 102)

“The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm major competitors and it's particular strength and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position.”

Maksud dari Fred R. David adalah mengidentifikasi pesaing bisnis brownies dari kekuatan dan kelemahannya dalam kaitannya dengan posisi strategis bisnis brownies Mocaffinette dibandingkan dengan posisi pesaing. Matrix profil kompetitif terdiri dari komponen-komponen, yaitu :

1. *Critical Success Factor*

Merupakan faktor-faktor penentu keberhasilan yang mencakup isu internal dan eksternal usaha yang akan dijalankan. *Critical Success Factor* yang memiliki peringkat lebih tinggi dibandingkan pesaing menunjukkan bahwa strategi bisnis

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



terhadap faktor penentu keberhasilan merupakan kekuatan perusahaan. Sedangkan peringkat yang lebih rendah menggambarkan bahwa sebuah bisnis kurang berhasil dalam menerapkan strategi perusahaan untuk mendukung faktor tersebut.

2. *Weight*

Bobot dalam *Critical Success Factor* menunjukkan kepentingan relatif suatu faktor untuk menentukan keberhasilan perusahaan. Semua bobot jika ditotal harus berjumlah 1,00. Semakin penting faktor tersebut dalam mendukung keberhasilan bisnis maka bobot semakin mendekati angka 1,00. Semakin tidak penting faktor tersebut bobot semakin mendekati angka 0,0

3. *Rating*

Rating dalam *Critical Success Factor* menunjukkan respons perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan. Peringkat berkisar antara 1 – 4, apabila suatu bisnis merespon faktor dengan 4 dimana 4 merupakan kekuatan utama artinya suatu bisnis tanggap dan merespon faktor tersebut dengan baik sehingga dapat menjadi keunggulan suatu bisnis, 3 merupakan kekuatan minor, 2 merupakan kelemahan minor, dan 1 merupakan kelemahan utama artinya suatu bisnis tidak merespon faktor yang dapat menjadi keunggulan suatu bisnis.

4. *Score*

Jumlah perkalian antara bobot dengan rating dari setiap perusahaan.

5. *Total Score*

Jumlah *score* dari setiap perusahaan. Dengan jumlah skor tersebut dapat dilihat posisi bisnis dalam persaingan. Nilai total skor berada di rentang 1,00 sampai 4,00. Suatu usaha dengan nilai tertimbang kurang dari 2,5 memiliki posisi yang lemah. Sedangkan bisnis yang berada pada posisi lebih dari 2,5 memiliki posisi yang kuat dalam persaingan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Untuk mengetahui matrix profil kompetitif dari Brownies Mocaffinette, penulis mencoba melakukan *Competitive Profile Matrix*, sebagai berikut:

Tabel 2.10
Tabel *Competitif Profile Matrix*

<i>Critical Success Factor</i>	<i>Weight</i>	Mocaffinette (plan)		Brownies Kukus Amanda		Brownies Adinda	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Kualitas produk	0,20	4	0,8	4	0,80	3	0,60
Harga	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
<i>Packaging</i>	0,125	4	0,50	4	0,50	2	0,25
Fasilitas	0,15	4	0,60	3	0,45	2	0,60
<i>Promotion</i>	0,20	4	0,80	3	0,60	3	0,60
<i>Service</i>	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Reputasi	0,075	1	0,075	4	0,30	4	0,30
Total	1,00		3,625		3,5		3,2

Sumber : Data diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel CPM tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Mocaffinette secara keseluruhan akan dapat berpeluang unggul, terutama dalam promosi dan fasilitas yang diberikan. Bisnis Brownies Mocaffinette unggul dalam promosi karena bisnis Brownies Mocaffinette merupakan bisnis baru sehingga diperlukan promosi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan pesaing yang produknya sudah dikenal di daerah Jatiwaringin. Tetapi Mocaffinette memiliki kelemahan dalam reputasi karena Brownies Mocaffinette belum dikenal, sehingga Brownies Mocaffinette sangat cepat dapat merespon promosi agar Brownies Mocaffinette cepat dikenal oleh banyak orang dan memiliki reputasi yang patut diperhitungkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



F. Analisis SWOT



Menurut Freddy Rangkuti (2013:19-20)

“Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.

1. Analisis Lingkungan Eksternal (*Opportunities* dan *Threats*)

Usaha bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran untuk menelusuri *trend* dan perkembangan penting serta semua peluang dan ancaman.

a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang dimiliki oleh Mocaffinette yaitu :

- (1) Belum banyak pesaing yang menyajikan brownies dengan bahan dasar tepung mocaf khususnya di Bekasi. Sehingga berpeluang untuk berkembang tidak hanya di Jatiwaringin saja tetapi juga berpeluang untuk berkembang di beberapa wilayah Bekasi dan Jakarta lainnya.
- (2) Kebutuhan masyarakat akan camilan yang enak namun tetap dapat menjaga berat tubuhnya.
- (3) Harga bahan baku tepung mocaf lebih murah jika dibandingkan dengan tepung terigu.
- (4) Produksi singkong di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang dimiliki oleh Mocaffinette adalah :



- (1) Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil, sehingga mempengaruhi harga bahan baku.
- (2) Pada musim hujan panen singkong terganggu sehingga *supply* tepung mocaf di pasar menipis.
- (3) Banyaknya penjual brownies lain.
- (4) Perubahan selera konsumen berpengaruh terhadap pembelian produk.

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

Analisis Lingkungan Internal (*Strengths* dan *Weaknesses*)

Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan bisnis brownies Mocaffinette adalah :

- (1) Produk brownies Mocaffinette menggunakan bahan dasar tepung mocaf, yang aman bagi lambung dan anak penderita autis. Tepung Mocaf merupakan tepung yang rendah lemak namun tinggi karbohidrat sehingga cocok untuk konsumen yang ingin mengonsumsi brownies enak tetapi tetap dapat memiliki berat tubuh yang ideal.
- (2) Mocaffinette memiliki tekstur brownies yang lebih lembut dari pada brownies pesaing yang menggunakan tepung terigu.
- (3) Jangka waktu penyimpanan tepung mocaf sebagai bahan baku lebih lama dibandingkan dengan tepung terigu.
- (4) Produk brownies yang ditawarkan bervariasi.
- (5) Harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan.
- (6) Pelayanan yang cepat dan ramah didukung dengan adanya *wi-fi*.

Kelemahan (*Weaknesses*)

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.



Kelemahan yang dimiliki oleh Brownies Mocaffinette adalah :

- C** (1) Produk dan *brand* brownies Mocaffinette juga belum dikenal oleh masyarakat luas sehingga penulis harus melakukan promosi dengan lebih efektif.
- (2) Tidak mengetahui kapan harga bahan baku akan naik.
- (3) Pelayan kurang berpengalaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lebih lanjut Freddy Rangkuti (2013: 20-21) analisis SWOT membandingkan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*). Dan terdapat empat kuadran dalam analisis SWOT, yaitu :

a. S-O strategies

Sebuah bisnis memiliki peluang dan kekuatan sehingga strategi yang harus diterapkan adalah dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut peluang.

Strategi S-O yang akan dijalankan oleh brownies Mocaffinette adalah :

- (1) Menjalani kerjasama dengan *supplier* (S1, S2, S3, O3 dan O4)
- (2) Menawarkan produk brownies dengan harga yang terjangkau. (S5, dan O3).

Dengan harga bahan baku mocaf yang lebih murah dibandingkan tepung terigu maka harga brownies yang disajikan akan dapat dijangkau oleh berbagai kalangan.

- (3) Menawarkan produk dengan berbagai varian pada brownies. (S4, O1 dan O2).
Brownies yang disajikan lebih bervariasi sehingga lebih unik dan menarik.

- (4) Memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan pemesanan *delivery order* dan pelayanan yang baik. (S6 dan O1). Brownies Mocaffinette memberikan pelayanan terbaik dengan pelayanan yang ramah dan cepat, serta pelayanan *delivery* sehingga konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.



(5) Memperluas pangsa pasar dengan promosi *online*. (S5, O2)

b) S-T strategies

Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan cara menghindari ancaman.

Strategi S-T yang akan dijalankan oleh brownies Mocaffinette adalah :

- (1) Memberikan *product knowledge* kepada masyarakat tentang manfaat tepung mocaf melalui *website* dan kemasan produk. (S1, S2, dan T3). Penulis akan memberikan pengetahuan tentang manfaat produk dan bahan dasar produk yang digunakan oleh Mocaffinette berupa testimoni di dalam *website* maupun di kotak kemasan Mocaffinette, sehingga produk Mocaffinette menjadi produk pilihan bagi masyarakat yang ingin tetap sehat. Dengan demikian ancaman dari pesaing brownies lain dapat diminimalkan.
- (2) Melakukan inovasi terhadap produk brownies yang disajikan. (S4, dan T4). Mocaffinette mencari tahu apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya. Memberikan berbagai macam varian, dan Brownies Mocaffinette dapat disajikan dengan dekorasi yang diinginkan.
- (3) Pada musim hujan menyuplai bahan baku lebih banyak. (S3, dan T2). Pada musim hujan panen singkong terganggu sehingga *supply* di pasar tipis, karena bahan baku tepung mocaf dapat disimpan lebih lama, maka penulis perlu menyuplai bahan baku lebih banyak untuk menjaga ketersediaan bahan baku.
- (4) Memberikan kepuasan konsumen dalam pelayanan dengan *delivery order*. (S6, dan T3). Dengan adanya pesaing dalam produk brownies maka kepuasan konsumen dalam pelayanan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankan bisnis brownies Mocaffinette.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



- (5) Menjaga hubungan baik dengan *supplier*. (S5, dan T1). Dengan kondisi ekonomi Indonesia yang tidak stabil maka menjaga hubungan baik dengan *supplier* menjadi penting, agar kualitas bahan baku yang diberikan tetap baik namun harga tidak mengalami perubahan yang signifikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. W-O strategies

Fokus strategi perusahaan adalah memanfaatkan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

Strategi W-O yang akan dijalankan oleh brownies Mocaffinette adalah :

- (1) Melakukan promosi dengan berbagai media cetak dan elektronik. (W1, O1 dan O2). Promosi melalui media cetak yang akan dilakukan oleh penulis dengan melalui *facebook, twitter, dan website*. Promosi melalui media cetak dengan memberikan *produk knowledge* kepada masyarakat tentang bahan baku yang digunakan pada kemasan produk, dengan *flyer*.
- (2) Memberikan pengetahuan tentang manfaat tepung mocaf di kemasan produk untuk meningkatkan *brand image*. (W1, O1 dan O2). Memberikan pengetahuan tentang perbedaan bahan baku produk dan kandungan gizi di dalamnya serta perbedaan produk dengan brownies lainnya.
- (3) Mengendalikan harga dan kualitas bahan baku. (W2, O3, dan O4). Penulis akan melakukan kontrol terhadap kualitas bahan baku yang digunakan agar produk yang dihasilkan merupakan produk yang baik bagi konsumen dengan harga yang relatif stabil.
- (4) Memberikan *training* kepada karyawan baru. (W3, dan O1)

d. W-T strategies

Strategi yang harus dilakukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

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.



Strategi W-T yang akan dijalankan oleh brownies Mocaffinette adalah :

- (1) Bekerjasama dengan ahli gizi untuk memberikan testimoni mengenai manfaat tepung mocaf melalui *website* dan kemasan produk. (W1, T3, dan T4)
- (2) Menjaga hubungan baik dengan *supplier* agar kualitas yang diberikan tetap baik dan harga stabil. (W2, T1, dan T2). Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil penulis akan menjaga hubungan baik dengan konsumen agar bisnis Brownies Mocaffinette tetap mendapatkan bahan baku terbaik dengan harga yang relatif stabil.
- (3) Memberikan evaluasi karyawan setiap satu minggu sekali. (W3, dan T3)

Berikut adalah matrix analisis SWOT :

Tabel 2.11

Tabel SWOT Matrix

	STRENGTH	WEAKNESSES
SWOT MATRIX	<p>1. Produk brownies Mocaffinette menggunakan bahan dasar tepung mocaf, yang aman bagi lambung dan anak penderita autisme. Tepung Mocaf merupakan tepung yang rendah lemak namun tinggi karbohidrat sehingga cocok untuk konsumen yang ingin mengonsumsi brownies enak tetapi tetap dapat memiliki berat tubuh yang ideal.</p> <p>2. Mocaffinette memiliki tekstur brownies yang lebih lembut dari pada brownies pesaing yang menggunakan tepung terigu.</p> <p>3. Jangka waktu penyimpanan tepung mocaf sebagai bahan baku lebih lama dibandingkan dengan tepung terigu.</p> <p>4. Produk brownies yang ditawarkan bervariasi.</p> <p>5. Harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan.</p> <p>6. Pelayanan yang cepat dan ramah didukung dengan adanya <i>wi-fi</i>.</p>	<p>1. Produk dan <i>brand</i> brownies Mocaffinette juga belum dikenal oleh masyarakat luas.</p> <p>2. Tidak mengetahui kapan harga bahan baku akan naik.</p> <p>3. Pelayan kurang berpengalaman.</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



OPPORTUNITIES	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<p>1. Belum banyak pesaing yang menyajikan brownies dengan bahan dasar tepung mocaf khususnya di Bekasi. Sehingga berpeluang untuk berkembang tidak hanya di Jawa Barat saja tetapi juga berpeluang untuk berkembang di beberapa wilayah Bekasi dan Jakarta lainnya.</p> <p>2. Kebutuhan masyarakat akan camilan yang enak namun tetap dapat menjaga berat tubuhnya.</p> <p>3. Harga bahan baku tepung mocaf lebih murah jika dibandingkan dengan tepung terigu.</p> <p>4. Produksi singkong di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.</p>	<p>1. Menjalin kerjasama dengan <i>supplier</i> (S1, S2, S3, O3 dan O4)</p> <p>2. Menawarkan produk brownies dengan harga yang terjangkau. (S5, dan O3)</p> <p>3. Menawarkan produk dengan berbagai varian pada brownies. (S4, O1 dan O2)</p> <p>4. Memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan pemesanan <i>delivery</i> dan pelayanan yang baik. (S6, dan O1)</p> <p>5. Memperluas pangsa pasar dengan promosi <i>online</i>. (S5, O2)</p>	<p>1. Melakukan promosi dengan media cetak dan elektronik. (W1, O1 dan O2)</p> <p>2. Memberikan pengetahuan tentang manfaat tepung mocaf di kemasan produk. Untuk meningkatkan <i>brand image</i> (W1, O1 dan O2)</p> <p>3. Mengendalikan harga dan kualitas bahan baku. (W2, O3, dan O4)</p> <p>4. Memberikan <i>training</i> kepada karyawan baru. (W3, O1)</p>
THREATS	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
<p>1. Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil, sehingga mempengaruhi harga bahan baku.</p> <p>2. Pada musim hujan panen singkong terganggu sehingga <i>supply</i> tepung mocaf di pasar menipis.</p> <p>3. Banyaknya penjual brownies dengan bahan baku yang berbeda dari brownies Mocaffinette.</p> <p>4. Perubahan selera konsumen berpengaruh terhadap pembelian produk.</p>	<p>1. Memberikan <i>product knowledge</i> kepada masyarakat tentang manfaat tepung mocaf melalui <i>website</i> dan kemasan produk. (S1, S2 dan T3)</p> <p>2. Melakukan inovasi terhadap produk brownies yang disajikan. (S4, dan T4)</p> <p>3. Pada musim hujan menyuplai bahan baku lebih banyak. (S3, dan T2)</p> <p>4. Memberikan kepuasan konsumen dalam pelayanan dengan <i>delivery order</i>. (S6, dan T3)</p> <p>5. Menjaga hubungan baik dengan <i>supplier</i>. (S5, dan T1)</p>	<p>1. Bekerjasama dengan ahli gizi untuk memberikan testimoni mengenai manfaat tepung mocaf melalui <i>website</i> dan kemasan produk. (W1, T3, dan T4)</p> <p>2. Manjaga hubungan baik dengan <i>supplier</i> agar kualitas yang diberikan tetap baik dan harga stabil. (W2, T1, dan T2)</p> <p>3. Memberikan evaluasi karyawan setiap satu minggu sekali. (W3, T3)</p>