



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Industri di bidang *food & beverage* sekarang ini merupakan industri yang sedang mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal tersebut mengalami peningkatan dikarenakan penyedia dari makanan tersebut selalu memiliki penawaran yang menarik yang membuat konsumen menjadi tertarik. Meningkatnya industri dibidang ini mengalami peningkatan dan membuat banyak dilirik oleh para pengusaha. Banyak nya para pengusaha yang mendirikan bisnis di bidang *food & beverage*, yang membuat banyak persaingan di bidang tersebut. Sekarang ini banyak dari para pembeli yang tidak hanya membeli karena rasa dan harga, akan tetapi sekarang banyak dilihat mulai dari kualitas bahan dari makanan tersebut, konsep makanan yang dibuat oleh pengusaha, *promo* yang diberikan, dan juga *packaging* sangat mempengaruhi penjualan. Oleh karena itu banyak dari pengusaha sektor *food & beverage* berlomba – lomba untuk membuat konsep yang unik, dan inovasi dari makanan yang sudah ada, hal itu bertujuan untuk dapat menarik perhatian dari calon konsumen dan tetap bisa bersaing.

B. Analisis Pesaing

Setiap usaha yang dijalankan biasanya selalu memiliki pesaing. Pesaing sendiri adalah sebuah perusahaan atau pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa yang sama kepada pelanggan dan harga yang hampir sama. Pesaing juga merupakan hal yang sudah biasa didunia bisnis. Oleh sebab itu kita harus dapat bersaing di dunia bisnis seperti selalu melakukan inovasi produk, promosi yang menarik, selalu membuat konsep menarik seperti



packging. Sebagai kita menjadi pembisnis kita harus selalu memiliki ide-ide yang bagus untuk produk yang kita jual seperti menambahkan rasa baru yang belum ada di miliki pesaing. Lalu melakukan *promo* seperti dengan memberikan gratisan setiap membeli produk agar pembeli selalu tertarik dengan apa yang diberikan.

Kompetitor dari usaha es krim gelato ini sendiri adalah North Pole Gelato dan Gaya Gelato. Untuk setiap masing-masing produk memiliki kelebihannya. Seperti North Pole Gelato yang sudah memiliki varian rasa cukup banyak dan rasa yang unik. North Pole Gelato sendiri sudah memiliki toko fisik dimana – mana seperti di *mall – mall* besar di Jakarta seperti di Kelapa Gading, Kemang, Puri, Karawaci, dan mereka juga memiliki gerai di Bekasi. Untuk harga yang ditawarkan oleh North Pole Gelato cukup bervariasi mulai dari Rp. 28.000-Rp. 125.000. North Pole Gelato ini berbeda karena sudah menjual produknya melalui website, juga ada di tokopedia dan sophee yang dapat di antarkan langsung kerumah konsumen.

Kemudian untuk pesaing selanjutnya adalah Gaya Gelato. Gaya Gelato sendiri memiliki pasar yang cukup besar dan memiliki 4 cabang yang tersebar di Jakarta. Menjadi pembeda antara Gaya Gelato dengan North Pole Gelato adalah, Gaya Gelato memiliki *cafe* sendiri yang dimana pelanggannya dapat langsung mengkonsumsi di tempat. Mereka juga terbilang unik karena mereka memiliki konsep yang menarik seperti menambahkan menu rasa baru di setiap bulannya yang dimana membuat pelanggan tidak cepat bosan dengan rasa yang sudah ada. Harga yang di tawarkan oleh Gaya Gelato sendiri cukup tinggi di mulai dari Rp. 42.000-Rp. 189.000.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penulisan 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



Tabel 3.1

Daftar Pesaing Relato Gelato

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
North Pole Gelato	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki cabang dimana saja yang dapat membuat pelanggan bisa membeli di <i>mall</i> terdekat. Menjual produk mereka secara <i>online</i> yang orang lain tanpa harus datang ke <i>mall</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> Tidak memiliki varian rasa yang baru. Jika membeli secara <i>online</i> memiliki jangkuan jarak yang di tetapkan.
Gaya Gelato	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki tempat sendiri atau <i>Cafe</i> yang cukup nyaman jika datang bersama keluarga. Memiliki konsep yang menarik dimana tiap bulannya selalu memiliki rasa baru. 	<ol style="list-style-type: none"> Harga yang dijual cukup lumayan tinggi untuk kantong pelajar.

Sumber : data diolah oleh Relato Gelato

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah analisis terhadap lingkungan eksternal yang dapat menyadari adanya sebuah kesempatan bagi usaha untuk dapat meningkatkan, dan juga dapat melihat adanya sebuah ancaman yang dapat berdampak untuk kelangsungan usaha. Analisis PESTEL berguna untuk dapat mengetahui faktor-faktor resiko dan peluang yang dimiliki oleh usaha. Faktor eksternal PESTEL di bagi menjadi enam bagian, yaitu :

1. Politik

Kondisi politik sebuah negara sangat memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan sebuah bisnis yang berada di negara yang memiliki kondisi yang kurang baik. Biasanya politik yang terjadi pada suatu negara adalah terjadinya perubahan undang-undang atau kebijakan dari negara tersebut yang dapat membuat masyarakatnya



dan para pengusaha menjadi terbebani oleh kebijakan baru tersebut. Pengusaha yang memiliki pengalaman yang baik dan handal biasanya sudah dapat menganalisa kondisi politik yang terjadi dan dapat juga mempertahankan usahanya tersebut. Untuk saat ini kondisi politik di Indonesia sedang baik yang dimana keadaan yang terjadi tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap usaha Relato Gelato. Terlebih lagi usaha ini masih tergolong ke dalam UMKM dimana tidak adanya pungutan untuk membayar pajak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Ekonomi

Faktor ekonomi dari suatu negara sangat memiliki pengaruh terhadap sebuah usaha yang sedang berjalan. Suatu negara yang memiliki perekonomian baik dapat dilihat dari nilai daya beli konsumen yang tinggi. Nilai daya konsumen yang tinggi dapat membuat usaha kecil dapat mengalami peningkatan karena memiliki penjualan yang baik. Keadaan ekonomi Indonesia saat ini dapat dikatakan sedang stabil karena daya nilai beli orang Indonesia selalu meningkat tiap tahunnya. Relato Gelato melakukan peningkatan produksi dengan tujuan agar dapat meningkatkan penjualan. Dari penjualan tersebut Relato Gelato mendapatkan keuntungan yang nantinya untuk menambah/meningkatkan produksi es krim gelato.

3. Sosial

Faktor sosial sangat memiliki pengaruh terhadap daya konsumsi seseorang dan kebutuhan yang harus dipenuhi adalah makanan. Terlebih lagi pangsa pasar yang dimiliki oleh Relato Gelato cukup besar dimana orang-orang sangat menyukai es krim gelato yang tidak mengenal usia mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Target pasar yang ingin dituju oleh Relato Gelato adalah orang-orang yang menyukai es krim gelato yang dapat mengkonsumsinya dimana saja.

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. Teknologi

Faktor teknologi yang mengalami peningkatan tiap saatnya yang sekarang dapat digunakan manfaatnya. Berkembangnya teknologi ini para pengusaha banyak memanfaatkan peluang tersebut untuk dapat memperkenalkan dan memasarkan produknya. Seperti dengan menggunakan media sosial yang menjadi sarana pengusaha digunakan. Relato Gelato sendiri menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mengenalkan dan memasarkan produk, menggunakan media sosial sekarang ini lebih mudah dan juga lebih efisien.

5. Lingkungan

Faktor lingkungan memiliki pengaruh terhadap suatu usaha yang sedang dijalankan seperti dekat dengan bahan baku dan juga biasanya dekat pemukiman warga yang banyak pembeli. Relato Gelato sendiri berada dekat dengan jalan raya karena bertujuan agar saat ingin mengirim gelato ke calon konsumen dapat dengan cepat terkirim. Relato Gelato juga belum memiliki toko fisik dan masih rumah karena produksi masih terbilang sedikit. terlebih di area yang di tempati oleh Relato Gelato tidak ada *cafe* dan *mall* terdekat dan membuat orang malas untuk keluar rumah dan menjadi peluang.

6. Legal/Hukum

Faktor hukum sangat memiliki peran yang penting seperti ijin usaha yang sangat dibutuhkan pada saat ingin mendirikan sebuah usaha, tujuannya untuk kelancaran usaha. Usaha yang dijalankan Relato Gelato berada di sektor *food & beverage* yang membutuhkan ijin seperti yang sudah ditetapkan dalam Perpres No. 98 Tahun 2014. Ijin yang dibutuhkan seperti pengajuan ke RT sekitar area, selanjutnya membutuhkan Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Izin Usaha Industri (IUI), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Tanda Daftar Industri (TDI) yang semuanya diurus atau dibuat di Dinas



Penanaman Modal. Agar nantinya dapat di pertanggung jawabkan jika terjadi sesuatu yang tidak di ingin nantinya.

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

Fred R.David (2009:145) menjelaskan bahwa Lima Kekuatan Porter adalah sebagai analisis kompetitif merupakan pendekatan yang banyak digunakan untuk dapat mengembangkan strategi di banyak industri.

Porter Five Forces Model dapat memberikan kita gambaran sebagai pembisnis yang pandai untuk dapat menguasai dan menganalisa dari daya tarik pasar yang ingin dituju seperti persaingan sejenis didalam industri, pengembangan potensi produk pengganti, daya tawar konsumen, potensi masuknya pesaing baru, daya tawar pemasok.

Gambar 3.1

Porter Five Forces Model



Sumber : Fred R.David Strategic Management A Competitive Advantage Approach (2009)

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



tidak ketinggalan jaman agar tetap dapat bersaing dengan pesaing baru yang ada nantinya.

3. *Potential Development of Substitute Products (2009:149)*

Semua Industri yang berada di bidang barang maupun jasa pasti ada memiliki produk pengganti agar tetap dapat bersaing. Terlebih lagi industri di sektor makanan seperti es krim gelato yang banyak memiliki ancaman produk pengganti. Relato Gelato dapat mengatasi ancaman yang ada untuk sekarang karena produk yang ditawarkan masih belum ada seperti rasa yang ditawarkan berbeda dan memiliki khas seperti pemberian *topping cone* es krim yang dapat menambahkan cipta rasa yang membuat produk pengganti masih belum dapat bersaing.

4. *Bargaining Power of Suppliers (2009:150)*

Daya tarik dari pemasok sangat memiliki pengaruh intensitas persaingan yang berada dalam suatu industri. Daya kekuatan yang dimiliki pemasok dapat dikatakan tinggi jika perusahaan yang membutuhkan dana biaya yang cukup lumayan tinggi jika ingin melakukan perpindahan pemasok yang lama ke pemasok baru. Sebaliknya jika daya kekuatan yang dimiliki pemasok rendah dikarenakan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perpindahan pemasok tidak mengeluarkan biaya yang cukup tinggi.

Terlebih lagi pemasok dari sektor industri makanan khususnya es krim gelato memiliki banyak pemasok yang ada. Dapat dikatakan mudah untuk mencari pemasok-pemasok baru yang memiliki harga dikatakan lebih murah atau rendah dari yang lainnya. Biaya pemasok dapat mempengaruhi produksi dari es krim gelato karena jika yang dikeluarkan lebih rendah tingkat produksi dapat ditingkatkan dan harga produknya dapat lebih murah dan bersaing.

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.



perusahaan yang memiliki nilai CSF yang rendah dari perusahaan pesaingnya maka perusahaan tersebut memiliki kelemahan dari pesaing.

2. Rating (Peringkat)

Rating dalam *Competitive Profile Matrix* mengungkapkan respon dari perusahaan terhadap faktor dari keberhasilan tersebut. Jika perusahaan memiliki *rating* yang tinggi dapat dikatakan respon yang dimiliki cukup baik terhadap *Critical Success Factors*, sebaliknya jika perusahaan memiliki *rating* yang rendah maka perusahaan tersebut memiliki respon yang kurang baik. Peringkat yang diberikan antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan ke setiap faktor yang ada. Ada beberapa poin penting terhadap pemberian *rating* di CPM, sebagai berikut:

- Rating* yang didapat nantinya akan diterapkan ke setiap *Critical Success Factors*.
- Respon perusahaan yang kurang baik maka diberikan nilai 1,0. Dapat diartikan bahwa faktor tersebut merupakan kelemahan utama perusahaan.
- Respon perusahaan yang memiliki rata-rata maka diberikan nilai 2,0. Diartikan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor perusahaan.
- Respon perusahaan yang memiliki di atas rata-rata maka akan diberikan nilai 3,0. Diartikan faktor tersebut merupakan kekuatan minor dari perusahaan.
- Respon perusahaan yang tinggi/superior maka diberikan nilai 4,0.

3. Weight (Bobot)

Bobot dalam *Critical Success Factors* menunjukkan seberapa pentingnya sebuah faktor kesuksesan dari perusahaan. Bobot biasanya berkisar di angka 0,0 (tidak penting) dan 1,0 (penting). Jumlah semua bobot masing-masing adalah sebanyak 1,0.

4. Total weight Score (Jumlah Nilai Tertimbang)

Total dari seluruh nilai tertimbang. Nilai akhir dari Jumlah Nilai Tertimbang harus berada di antara nilai 1,0 (Rendah) sampai 4,0 (Tertinggi). Rata-rata nilai CPM



berada di 2,5, dimana perusahaan yang memiliki nilai di angka 2,5 dapat dikatakan perusahaan tersebut berada di posisi yang lemah. Sedangkan perusahaan yang memiliki nilai di atas 2,5 perusahaan tersebut merupakan pemenang dari persaingan. Demikian, angka-angka tersebut merupakan nilai total tertimbang yang berdasarkan kekuatan relatif dari perusahaan yang di bandingkan. Tujuannya adalah untuk dapat membantu pengambilan keputusan yang menjadi pertimbangan perusahaan.

Dibawah ini adalah tabel *Competitive Profile Matrix* yang dibuat penulis untuk dapat membandingkan Relato Gelato dengan 2 pesaingnya, sebagai berikut:

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix (CPM)

Relato Gelato, North Pole Gelato, Gaya Gelato

No	Faktor Keberhasilan	Bobot	Relato Gelato		North Pole Gelato		Gaya Gelato	
			Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
1	Kualitas Rasa	0,19	4	0,76	4	0,76	4	0,76
2	Varian Rasa	0,17	2	0,34	4	0,68	4	0,68
3	Harga	0,16	4	0,64	2	0,32	2	0,32
4	Packaging	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45
5	Media Promosi	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
6	Pelayanan	0,18	4	0,72	3	0,54	3	0,54
	Total	1		3,36		3,35		3,2

Sumber: kuesioner Relato Gelato 2021, data diolah.

Berdasarkan Tabel 3.2 akan di jelaskan mengenai faktor-faktor yang menjadi kunci keberhasilan dan bobot yang di dapatkan oleh ketiga produsen es krim gelato.

Kualitas rasa menjadi faktor paling utama dalam sebuah keberhasilan penjualan es krim gelato. Kualitas rasa es krim yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen. konsumen yang puas dengan rasa es krim biasanya akan kembali dan menceritakan ke teman – teman mereka dan menjadi promosi yang baik. Relato Gelato

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



memberikan peringkat 4 dikarenakan bahan yang digunakan memiliki kualitas yang terbaik dan selalu berusaha meningkatkan rasa di setiap produksinya.

Varian rasa menjadi faktor yang paling penting dalam usaha es krim gelato. Karena banyak orang yang biasanya membeli es krim gelato karena memiliki varian rasa yang banyak dan orang – orang tidak bosan untuk membelinya. Relato Gelato memberikan peringkat 2 karena varian rasa yang ditawarkan masih terbilang sedikit tetapi banyak orang yang mencari dan membeli rasa tersebut.

Setelah varian rasa, yang menjadi hal penting adalah harga. Karena banyak konsumen yang melihat harga setelah melihat varian rasa, jika harga yang terbilang tidak cocok maka konsumen enggan untuk membeli dan beralih ke toko lain. Relato Gelato memberikan peringkat 4 karena harga yang ditawarkan lebih rendah dari kompetitor.

Packaging juga menjadi hal penting selanjutnya karena biasanya orang-orang yang membeli es krim ingin memposting ke sosial media mereka masing-masing dan menjadi daya tarik pelanggan. Relato Gelato memberikan peringkat 3, karena *packaging* yang digunakan dapat dikatakan menarik dengan ditambah stiker *brand* yang dapat membuat semakin menarik.

Media promosi, sangat penting agar perusahaan atau produk dapat diketahui oleh calon konsumen yang dapat memungkin potensi untuk membeli. Relato Gelato memberikan peringkat 3 karena masih sangat baru dan media promosi yang digunakan hanya baru instagram, sedangkan kompetior sudah melakukan promosi cukup lama dan sudah tidak hanya menggunakan media sosial.

Pelayanan menjadi kunci utama kepuasan dari pelanggan. Terlebih jika pelayanan yang diberikan baik dan sopan, maka para konsumen akan merasa puas dan dapat meningkatkan rasa kepercayaan terhadap barang yang dijual tersebut. Relato



Gelato memberikan peringkat 4 karena semua segala kegiatan mengenai penjualan masih di pegang oleh pemilik usaha.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT adalah sebuah perencanaan strategi perusahaan terdiri dari *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* yang memiliki manfaat agar dapat mengevaluasi sebuah lingkungan yang ada di dalam perusahaan secara eksternal dan maupun internal. Nantinya hasil dari analisis ini sangat penting untuk kelangsungan sebuah perusahaan karena dapat menentukan strategi apa yang cocok untuk digunakan agar perusahaan tetap dapat berkembang dan maju. Nantinya juga pengusaha akan dituntut untuk dapat memanfaatkan peluang agar persahaan dapat mudah berkembang.

Berikut hasil analisa yang dibuat oleh Relato Gelato dengan menggunakan analisa SWOT:

1. *Strength*

- Kualitas rasa es krim gelato yang di jual menggunakan bahan yang berkualitas
- Pelayanan yang diberikan oleh Relato Gelato dengan membalas cepat, menggunakan bahasa yang sopan, dan kami menerima kritik yang di berikan oleh para pelanggan.
- Harga yang ditawarkan oleh Relato Gelato dapat di katakan jauh lebih murah dari para pesaing yang ada.

2. *Weakness*

- Varian rasa yang dimiliki oleh Relato Gelato masih sedikit dimana baru memiliki 4 rasa.
- Packaging yang digunakan oleh Relato Gelato masih kurang baik dan kedap udara, karena es krim gelato masih dapat mencair.



- c. Media promosi yang dilakukan oleh Relato Gelato masih terbilang baru dan masih banyak orang yang belum tau atau belum mengenal *brand*.

3. Opportunity

- a. Pesaing yang ada di daerah Bekasi, khususnya di tambun dapat dikatan masih sangat jarang yang menjual es krim gelato.
- b. Gaya hidup yang semakin berubah banyak orang yang melakukan aktivitasnya dengan melakukan update di sosial media.

4. Threat

- a. Para pesaing yang ada dengan bentuk usaha yang sama dan memiliki pasar yang cukup luas dan usaha yang sudah lebih besar
- b. Usaha yang terbilang masih kecil dan produksi es krim yang masih terbilang masih cukup sedikit membuat pembatasan terhadap penjualan.
- c. Harga dan *supplier* bahan baku yang bisa saja naik secara tiba-tiba dapat membuat harga jual bisa naik secara tiba-tiba juga.

Berikut adalah matriks SWOT yang dapat dijadikan sebagai alat untuk membantu usaha agar dapat berkembang kedepannya dan strategi tersebut di kembangkan menjadi 4 jenis yaaitu strategi SO (*strengths-opportunies*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*).

Berikut adalah matriks SWOT dari Relato Gelato :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 3.3

Matriks SWOT Relato Gelato

<p>Matriks SWOT</p>	<p>Strengths :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Pelayanan yang baik 3. Harga yang terjangkau 	<p>Weakness :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Varian Rasa 2. Packaging 3. Media Promosi
<p>Opportunities :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toko es krim gelato yang masih sedikit di tambun 2. Gaya hidup seseorang yang semakin bergantung ke media sosial 	<p>Strategi S-O :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat memperluas pangsa pasar yang lebih besar 2. Memberikan promo-promo menarik 3. Memiliki tempat berjualan yang strategis agar konsumen dapat mudah datang untuk membeli 	<p>Strategi W-O :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memasarkan melalui media sosial 2. Melakukan modifikasi terhadap packing yang lebih kedap 3. Melakukan inovasi – inovasi baru pada menu
<p>Threats :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing yang ada merupakan usaha yang besar 2. Produksi yang masih sedikit 3. Harga <i>supplier</i> yang tinggi 	<p>Strategi S-T :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan free ongkir dengan jarak yang ditentukan 2. Menambah varian rasa baru yang kekinian 3. Selalu melakukan evaluasi terhadap produk 	<p>Strategi W-T :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. bekerja sama dengan <i>supplier</i> jangka panjang 2. Membuat kerja sama dengan usaha kuliner lain (restoran) dengan menjualkan produk di tempat 3. Terus melakukan inovasi baru agar bisnis terus berjalan

Sumber : Data diolah oleh Relato Gelato

Berikut ini beberapa penjelasan yang sudah dibuat dimatriks SWOT yang terdapat pada tabel 3.2

1. Strategi *strengths-opportunities*
 - a. Relato Gelato ingin memperluas pasar ke berbagai daerah sekitar yang sebelumnya hanya di tambun saja selanjutnya ingin ke Bekasi, hingga sampai ke Jakarta.



- b. Memberikan promosi-promosi dengan seperti potongan harga, memberikan *topping cone* dan *buy 1 get 1* di hari besar seperti lebaran, kemerdekaan, natal, dan juga tahun baru.
- c. Relato Gelato memiliki tempat strategis dimana berada langsung di jalan besar dimana para pelanggan dapat datang langsung.

2. Strategi *weakness-opportunities*

- a. Menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, dan tiktok untuk dijadikan media promosi yang sekarang ini banyak di gunakan oleh anak muda maupun orang dewasa dan target pasar yang dituju lebih luas.
- b. Menggunakan aluminium foil yang dibungkus ke *packaging* tujuannya adalah untuk dapat tetap menjaga suhu es krim gelato, dan juga dengan menaruh *ice pack* gel agar suhu es krim gelato tetap terjaga dan trus dingin agar tidak mudah cair. Tujuan dari hal ini agar dapat melakukan pengiriman es krim gelato ke luar Bekasi.
- c. Melakukan inovasi pada varian rasa agar para pelanggan tidak bosan pada saat membeli es krim gelato di Relato.

3. Strategi *strengths-threats*

- a. Setiap pembelian es krim gelato di Relato Gelato memberikan gratis biaya kirim dengan jarak paling jauh 4 km. Agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian dan juga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap pembeli
- b. Membuat varian rasa baru es krim gelato dengan rasa yang sedang naik atau sedang banyak peminatnya seperti boba, milo, dan *green tea* tujuannya agar menarik perhatian dari pelanggan dan tidak merasa bosan dengan rasa yang itu-itu saja.
- c. Selalu melakukan evaluasi produk yang dijual agar kualitas yang dimiliki selalu sama atau lebih baik



4. Strategi *weakness-threats*

- a. Melakukan kerja sama dengan *supplier* yang baru dengan harga yang lebih rendah dan melakukan kontrak kerja sama jangka panjang agar harga bahan baku nantinya tidak mengalami kenaikan drastis yang dapat membuat produksi nantinya tidak terlalu memakan biaya.
- b. Bekerja sama dengan *restaurant* makanan dengan melakukan penjualan es krim gelato dengan menggunakan kulkas pendingin di tempat agar banyak calon konsumen yang tertarik setelah habis makan.
- c. Selalu melakukan inovasi produk baru agar para pelanggan tidak lari atau bosan dengan produk yang di tawarkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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.