



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Pada saat menjalankan sebuah usaha tentunya perusahaan akan menghadapi berbagai persaingan dengan perusahaan-perusahaan lainnya, bisa dikatakan bahwa industri sangat erat dengan adanya persaingan. Dalam industri dibidang industri makanan tidak akan pernah mati dan memiliki potensi besar, karena makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Dengan munculnya suatu pesaing atau kompetitor dalam lingkungan bisnis tentu merupakan hal yang normal. Industri-industri tersebut dapat menyesuaikan dengan karakteristik, ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangan di masa yang akan datang.

Dengan adanya pesaing yang perlu kita lakukan sebagai pelaku pembisnis adalah berfikir bagaimana cara untuk mengubah strategi agar perhatian konsumen melirik kepada produk kita. Tingkat perubahannya diberbagai faktor seperti ekonomi, teknologi, pesaing, dan pasar. Dapat dikatakan tak jarang tidak adanya pesaing karena pesaing dapat mengambil kesempatan untuk menjadi seorang pembisnis.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Pada umumnya risoles merupakan makanan yang lumayan digemari oleh para pecinta makanan. Sehingga begitu banyak varian olahan risol, maka semakin naik pula tingkat kepuasan ada konsumen. Dengan makin berkembangnya zaman, masyarakat tidak hanya melihar dari kualitas makanan yang berupa harga, rasanya saja melainkan juga keunikan konsep, mulai dari packaging, promosi potongan harga. Dari hal tersebut akan menimbulkan perubahan-perubahan dari beberapa aspek yaitu aspek ekonomi dan sosial,



maka itu masyarakat Indonesia dapat menikmati makanan risol dengan varian isi nasi goreng dengan ide saya sendiri.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bisnis makanan dan minuman merupakan bisnis yang menjajikan dan diminati para pembisnis, karena merupakan bahan pangan bagi kebutuhan masyarakat. Munculnya berbagai jenis produk makanan yang unik, dan mengikuti tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, dan menjadi bukti bahwa bisnis makanan maupun minuman berkembang dengan cepat.

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor manufaktur yang masih mampu tumbuh positif pada triwulan II tahun 2020 setelah tertekan berat akibat dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan II-2020, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 0,22% secara tahunan. "<https://industri.kontan.co.id>" (diakses pada April 2021).

B. Analisis Pesaing

Didalam usaha dengan berbagai jenis usahanya pastinya memiliki pesaingnya masing-masing, bahkan pesaing itu merupakan hal yang akan dihadapi pada setiap pebisnis pastinya. Oleh karena itu, para pebisnis harus mencari inovasi-inovasi baru yang kreatif untuk mendukung bisnisnya sendiri agar tidak kalah saing dengan pesaingnya.

Pada saat ingin menjalankan usaha baru, pastinya membutuhkan informasi-informasi mengenai pesaing kita, apa saja keunikan dari pesaing bisnis kita. Hal ini kita dapat mengetahui kelemahan dan keunggulannya pesaing kita, mulai dari produk, promosi, harga, packaging, saluran distribusi.

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



Berikut merupakan hasil pengamatan dari pesaing-pesaing SOLASI.

1. Nama Toko : Ma'cik
Harga : Relatif Mahal
Lokasi : Jalan Boulevard Raya Blok TN 2 No. 34, Kelapa Gading, RT.10/RW.15, Klp. Gading Tim., Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14420
Kualitas : Biasa saja
Kontak : (021) 45876864
Promosi : mulut ke mulu masyarakat
2. Nama Toko : Verina Risoles Sunter Mall
Lokasi : Jl. Danau Sunter Utara No.Kav.II, RT.14/RW.13, Sunter Agung, Tanjung Priok, North Jakarta City, Jakarta 14350
Kualitas : Cukup baik
Promosi : Belum ada
3. Nama Toko : Morisoles, Mall Of Indonesia
Lokasi : Mall Of Indonesia, RT.18/RW.8, Pasar MOI, MORISOLES, Jakarta, 14240
Kualitas : Cukup Baik
Kontak : 0821-2211-1380
Promosi : Menggunakan media sosial berupa instagram

© 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.



Tabel 3.1

Perbandingan Pesaing *Solasi*

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Ma'cik	Memiliki varian banyak jenis risol. Sudah dikenal banyak orang dan memiliki outlet yang sudah tersebar dimana saja Kualitas produk terjamin	Memiliki harga yang kurang terjangkau.
Verina Risoles Sunter Mall	Produk mudah terjangkau atau mudah ditemukan. Produk sudah dikenal banyak orang. Harganya cukup terjangkau.	Kurangnya kebersihan dalam kualitas risol, packaging yang kurang menarik.
Morisoles	Mempunyai banyak varian isi risoles Tersedia di pusat belanja	Kurangnya dikenal banyak orang Kurang promosi

Sumber : data diolah, Solasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

C Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan metode analisa yang digunakan untuk mengetahui faktor lingkungan eksternal bisnis yang termasuk dalam ancaman-ancaman maupun peluang kepada suatu perusahaan. Termasuk faktor Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan dan Hukum. Analisa ini pun



bergantungan pada perusahaan termasuk lingkungannya. Berikut merupakan

analisa PESTEL dari Solasi yang dilakukan oleh penulis :

1. Politik (Politic)

Faktor politik yang meliputi kebijakan-kebijakan dari pemerintah, atau yang meliputi kegiatan politik atau mendukungnya kebijakan dari kegiatan bisnis Solasi.

Solasi mengikuti peraturan-peraturan pemerintah dalam menjalankan usaha. Berdasarkan uraian undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Maka usaha SOLASI tergolong dalam usaha mikro, yaitu kelompok usaha yang pemilik perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) atau yang memiliki hasil penjualan tahunan sebanyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2. Ekonomi (*Economic*)

Pada keadaan yang sekarang muncul wabah virus Covid-19 yang mengakibatkan dampak buruk kepada perekonomian negara. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami penurunan secara drastis. Konsumen masyarakat Indonesia lebih membutuhkan dan memprioritaskan barang-barang untuk kelangsungan hidupnya. Selama masa pandemi Covid-19 ini secara nyata aktivitas ekonomi mengalami krisis, angka kemiskinan dan pengangguran semakin meningkat. Untuk membangkitkan ekonomi secara normal ditengah pandemi ini, pemerintah menciptakan ide beragam regulasi dengan tujuan roda ekonomi nasional kembali normal.

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.



Menurut data yang saya dapatkan di internet bahwa selama pandemi ini Covid-19 telah berdampak buruk kepada perekonomian nasional sepanjang tahun 2020 lalu mendapati kendati mulai triwulan III 2020 yang sudah memulai membaik.

Tentunya penjualan Solasi masih terbilang sepi karna baru dijalankan. Sistem penjualan *Solasi* memakai sistem PO (*Pre Order*) pada masa pandemi ini, tidak memakan cukup besar untuk biaya-biaya lainnya.

3. Sosial (*Social*)

Pada faktor sosial ini dapat menimbulkan pengaruh keberlangsungan hidup pada suatu bisnis. Yang membuat menarik dari suatu produk Solasi ialah rasa makanan yang enak, sehat, bervariasi, dan pembelian bisa dilakukan dengan cara pesan online. Semakin jaman semakin canggih, jadi masyarakat dimanjakan oleh hal seperti ini. Terlebih pangsa pasar yang Solasi miliki cukup besar, dimana masyarakat yang menyukai risoles yang tidak mengenal usia mulai dari anak kecil hingga dewasa.

4. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi semakin hari semakin cepat berkembang, yang memberikan kemudahan bagi para masyarakat mengakses internet. Pemanfaatan media sosial ini biasanya digunakan oleh pengusaha untuk mempromosikan produk kita dan penjualan, dan bisa menjangkau lebih banyak konsumen yang menggunakan sosial media ini tanpa ada batasan ruang dan waktu. Kemajuan teknologi ini juga dapat dimanfaatkan untuk 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



apapun seperti bisnis Solasi untuk penjualan seperti menggunakan *shoppee*, *Go-Send* dan alat memasarkan produk *Solasi* menggunakan *Instagram*.

5. Lingkungan

Lingkungan dalam berbisnis *online* (*e-commerce*) perlu diperhatikan. Dengan memerhatikan lingkungan, kita sebagai pembisnis juga perlu mengetahui, menganalisis, dan pengambilan keputusan yang tepat untuk menjaga efektivitas bisnis Solasi. Kualitas-kualitas lingkungan bisnis tersebut apakah lokasi distributor dan lokasi produksinya cukup strategis atau mendukung dengan adanya kehadiran Solasi.

6. Legal

Untuk faktor legalnya, penulis harus memperhatikan dan mengikuti aturan-aturan pemerintah yang sudah diciptakan. Dalam bisnis, legalitas sangat dibutuhkan untuk mendukung bisnis tersebut, aspek legalitas ialah NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan), dan NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk membantu keberlangsungan kegiatan bisnis Solasi supaya berjalan dengan lancar.

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

Fred R. David (2017:229), "*Porter's five forces model of competitive analysis is a widely approach for developing strategies in many industries*".

Yang artinya pendekatan yang digunakan secara luas dan mendalam untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Dalam model ini dapat



dianalisis kompetitif secara mendalam yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi diberbagai industri. Terdapat lima kekuatan yang akan dianalisis, yaitu persaingan antar perusahaan yang sejenis, kekuatan tawar-menawar pembeli/konsumen, kemungkinan masuknya pesaing baru dan kekuatan tawar-menawar penjual/pemasok. Berikut ini merupakan lima kekuatan Porter :

Gambar 3.1

Porter Five Forces Business Model



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases Sixteenth Edition*, 2017:229

1. Persaingan Antar Perusahaan Sejenis

Cukup banyaknya jumlah pesaing dalam industri makanan sangat memiliki pesaing yang cukup tinggi. Dalam menghadapi pesaing tersebut, Solasi perlu menyusun adanya strategi-strategi yang tepat untuk menarik perhatian customer. Solasi akan menawarkan jenis risol dan pelayanan yang baik untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen. Maka dengan ini Solasi menggunakan rempah-rempah pilihan, dan menggunakan bahan yang berkualitas dan

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.



menawarkan harga yang terbilang murah dan sesuai dengan produk.

2. Masuknya Pesaing Baru

Yang kita ketahui bisnis didunia kuliner atau makanan ini tidak akan pernah akhirnya. Banyaknya pesaing dalam dunia kuliner membuat para pembisnis baru merintis ke bidang kuliner, setiap pemilik usaha pastinya harus mempunyai ide atau berinovasi untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lainnya agar dapat menarik perhatian calon customer kita. Dengan demikian, ancaman-ancaman masuknya pesaing baru cenderung tinggi karena para calon pelaku usaha mencari tahu perkembangan trend yang diminati oleh para masyarakat.

3. Pengembangan Produk Substitusi

Semua dunia perbisnisan pasti memiliki pesaing, dengan memiliki produk pengganti. Adanya produk pengganti yang berupa paper box untuk wadah makanannya yang cukup relatif murah dan mudah didapatkan di toko online. Dan untuk kemasannya berupa paper bag yang digunakan agar menarik perhatian para konsumen, supaya konsumen tidak beralih ketempat lain.

4. Kekuatan Tawar-menawar Pemasok

Daya tawa pemasok sangat memberikan pengaruh kepada suatu industri bisnis. Dalam berbisnis pastinya terdapat hubungan timbal balik yang menguntungkan. Solasi bekerja sama dengan beberapa pemasok bahan baku seperti telur, packaging, tepung, beras, dan lain-lainnya. Maka kita harus membentuk hubungan dengan supplier maka



akan terjaminnya persediaan bahan baku. Penulis sebelum bekerja sama pasti memeriksa kualitas bahan baku, ketika semua sudah sesuai dengan apa yang penulis inginkan maka terjalinlah sebuah hubungan dengan pemasok tersebut.

5. Kekuatan Tawar-menawar Pembeli

Setiap calon pembeli pasti mempunyai data tariknya sendiri. Produk yang menyerupai Solasi di pasaran sudah banyak tersebar, sehingga konsumen dengan mudah mendapatkan produk yang sama dengan Solasi. Maka dari itu penulis membuat Solasi ini lebih unik dan menarik perhatian para pembeli dengan harga yang lebih murah dan sesuai dengan kualitas Solasi.

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

Menurut Fred R. David (2016:236), "*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*". Yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Beberapa faktor kunci keberhasilan atau kelemahan penting yang dapat dipertimbangkan oleh Solasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Solasi



Faktor Kunci Sukses	Bobot	Solasi		Ma'cik		Verina Risoles Sunter Mall		Morisoles	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Varian Rasa	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36	4	0,48
Packaging	0,19	3	0,57	2	0,38	3	0,57	3	0,57
Harga	0,14	3	0,42	2	0,28	3	0,42	3	0,42
Pelayanan	0,17	3	0,51	3	0,51	3	0,51	3	0,51
Promosi	0,21	4	0,84	3	0,63	3	0,63	4	0,84
Tempat Strategis	0,16	3	0,48	4	0,64	2	0,32	3	0,48
TOTAL			3,18		2,8		2,81		3,3

Sumber : data diolah, Solasi.

Dari tabel 3.2 CPM diatas terdapat 6 poin yang penting dalam mempengaruhi sebuah keberhasilan dari Solasi. Keenam poin ini terdiri dari varian rasa, packaging, harga, pelayanan, promosi, tempat strategis. Data tersebut penulis dapatkan pada setiap keenam point ini merupakan hasil dari kuisioner dari 42 orang yang berbeda.

Setiap bobot setiap faktor kunci didapatkan, maka penulis akan memberikan peringkat kepada setiap merek berdasarkan pengamatan penulis. Setelah itu, melakukan perhitungan untuk setiap merek dengan cara mengalikan antara bobot dengan peringkat.

Dengan perhitungan tersebut, dapat dilihat bahwa total nilai Solasi sebesar 3,44; untuk Ma'cik sebesar 2,8; Verina Risoles Sunter Mall sebesar 2,81; dan Morisoles sebesar 3,3. Melalui analisis perhitungan CPM ini, maka didapatkan bahwa Solasi memiliki keunggulan dari pada pesaing-pesaing lainnya.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Philip Kotler dan Gray Armstrong (2017:79), "An overall evaluation of the company's strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T). "Strength" adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan diperlukan untuk organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan diperlukan untuk



membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik. *Weakness* adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya. *Opportunities* adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang. *Threats* adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Dengan adanya metode ini sangat berguna untuk mengetahui berbagai masalah dari empat sisi, maka membuat analisis ini akan memberikan kemudahan.

Berikut 4 faktor dari Solasi :

1. Kekuatan (*strengths*)
 - a. Harga yang terjangkau
 - b. Memiliki jenis varian rasa yang cukup menarik
 - c. Tanpa Pengawet
 - d. Memiliki promosi seperti *endorse* dan diskon pembelian
2. Kelemahan (*weaknesses*)
 - a. Tidak memiliki cabang dikarenakan usaha baru didirikan.

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.



- b. Solasi masih belum dikenal oleh masyarakat
 - c. Solasi belum memiliki toko offline sehingga konsumen harus membeli secara online
3. Peluang (*opportunities*)
- a. Membuka usaha ditengah daerah penduduk membuat menambah konsumen tetap.
 - b. Produk risol ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai produk baru.
 - c. Tingginya potensi bisnis risol isi nasi sebagai bahan makanan utama
 - d. Masyarakat cenderung memesan makanan untuk acara-acara kecil.
4. Ancaman (*Threats*)
- a. Banyak pesaing sejenis yang menjual risol dapat ditemukan dimana saja.
 - b. Adanya pesaing dengan isi bihun atau sayur yang sudah dikenal oleh masyarakat.
 - c. Lingkungan belum mendukung sepenuhnya

© 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.

Tabel 3.3

Matriks SWOT dari Solasi



© 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.

Internal	Kekuatan (S) : Harga Pelayanan Promosi	Kelemahan (W) : Tempat Varian Rasa Packaging
Eksternal	Peluang (O) : Masyarakat banyak yang menyukai risol Produk risol ini memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai produk baru. Teknologi mulai berkembang pesat yang memberikan media promosi bagi para pengusaha online. Masyarakat cenderung memesan makanan untuk acara-acara kecil.	Strategi (SO) : Menonjolkan keunikan pada produk Solasi (S1, S2, S3, O1, O2, O4) Mengikuti perkembangan market place agar memudahkan konsumen (S4, O4, O2) Memberikan testimoni dari beberapa endors yang terpilih sebagai bukti meyakinkan kepada calon pelanggan (S4, O3, O4)
	Ancaman (T) : Banyak pesaing sejenis yang menjual risol dapat ditemukan dimana saja. Pesaing lama telah memiliki pelanggan yang tetap atau produk yang sudah dikenal banyak orang	Strategi (WO) : Meningkatkan cara promosi dengan menggunakan media sosial (W1, W2, O1, O2,) Melakukan kerja sama dengan gofood,grabfood (W3, O3, O4)
	Strategi (ST) : Mengembangkan dan memperluas produk untuk mengimbangi pesaing lainnya (S1, S3, S4 T1, T2, T3) Melakukan survei terhadap harga, cita rasa (S2, T1, T3)	Strategi (WT) : Menawarkan keragaman produk yang bervariasi rasa isi yang lebih dari biasanya (W1, W2, T1, T2, T3) Menggunakan <i>influencer</i> terkenal untuk melakukan promosi (W2, T2)

Konsep dan produk mudah ditiru oleh pesaing baru		
--	--	--

Sumber : data diolah, Solasi.

Berdasarkan tabel 3.3 dapat kita lihat bahwa Solasi dengan adanya tabel Matrix SWOT bertujuan untuk melakukan pengembangan terhadap produk sesuai dengan kelemahan dan kelebihan produk Solasi.

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

Hak Cipta Didukungl 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.

