

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

#### A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Trend dalam pertumbuhan industri saat ini ada berkembangnya dunia kuliner yaitu makanan, yang dimana makanan ini sebagai kebutuhan dasar bagi manusia oleh karena itu banyak sekali bisnis makanan didalam kuliner yang sedang bertumbuh dengan pesat (meningkat) dari tahun ke tahun berikutnya yang menjadikan sebagai peluang bisnis didalam industri makanan sama halnya dengan bisnis cemilan sekarang bisnis cemilan ini pun mulai berkembangnya dan serta inovasi.

Seiring berkembangnya bisnis cemilan yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini menjadikan kekhawatiran bagi masyarakat apalagi dalam produk makanan cemilan tersebut mengandung banyak pengawet dan bahan pewarna yang dapat mempengaruhi kesehatan masyarakat yang mengkonsumsi makanan cemilan dan juga akan berdampak bagi kalangan anak-anak dan dewasa.

Untuk menciptakan sebuah pandangan atau trend terbaru bisnis dapat dilaksanakan sesuai minat permintaan masyarakat dalam hal menciptakan atau menghasilkan sebuah atau beberapa produk yang dapat dikonsumsi semua masyarakat di segala umur dan golongan. Agar semakin banyak peminat produk maka semakin banyak pengusaha lain yang akan meniru inovasi yang kita kelola, kegiatan itu dapat menjadi sebuah penghasilan

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.



tambahan karena jika inovasi yang kita ciptakan sudah memiliki hak cipta maka semua pihak yang meniru wajib membayarkan *royalty*/dana bagi hasil kepada pemilik hak cipta.

Dibawah ini terdapat grafik pertumbuhan industri penyedia makanan dan minuman yang dapat dijadikan acuan dan menjadi keyakinan bahwa industri penyedia makanan dan minuman diyakini akan terus bertumbuh mengikuti perkembangan dari tahun ke tahun.

Gambar 3.1

Data Pertumbuhan Industri Makanan Minuman Restoran



Menurut grafik diatas pertumbuhan industri penyedia makanan minuman, restaurant dan sejenisnya menunjukkan pergerakan stabil sejak tahun 2011 sampai dengan tahun 2013 kemudian mengalami penurunan sedikit pada tahun 2014 yang terus berlanjut hingga tahun 2015, pada tahun 2016 terjadi pertumbuhan dari tahun sebelumnya yang sejajar dengan tahun 2012 dan terus mengalami pertumbuhan hingga tahun 2019, lalu terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2020 karena dampak dari kebijakan pemerintah atas penanggulangan pandemik di tahun 2020.

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



Untuk memahami pergerakan yang terjadi pada tiap quartal dapat dilihat pada table selanjutnya dibawah ini, yang menunjukkan pergerakan antara masing-masing quartal tiap tahun, yang diketahui Q1/Quartal 1 menunjukan hasil selama bulan Januari sampai dengan Maret, Q2/Quartal 2 menunjukan hasil dari selama bulan April sampai dengan Juni, Q3/Quartal 3 menunjukan hasil dari bulan Juli sampai dengan September dan Q4/Quartal 4 yang menunjukan hasil dari bulan Oktober sampai dengan Desember.

Gambar 3.2

Data Pertumbuhan Industri Makanan, Minuman, Restoran



Menurut grafik diatas pergerakan kenaikan atau penurunan pada grafik penyedia makanan dan minuman dinilai stabil sejak Quartal 1 tahun 2014 hingga quartal 4 tahun 2019, namun sejak quartal 1 tahun 2020 mengalami penurunan hingga masuk quartal 2 tahun 2020, kemudian melonjak naik memasuki quartal 3 tahun 2020 kemudian turun kembali di quartal 4 tahun 2020.

Grafik garis merah menunjukkan jumlah penyedia jasa yang menyediakan/menjual makanan dan minuman, ketidak setabilan pada tahun 2020 diakibatkan karena ada kebijakan pemerintah terkait penanggulangan pandemik yang memaksa banyak pemilik industri makanan dan minuman harus menutup gerai/kedai/restaurant mereka sesuai aturan pemerintah.

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



Namun ada hal yang menarik dapat dilihat pada grafik warna biru yaitu yang menunjukkan tingkat PDB industri makanan dan minuman, dapat dilihat bahwa sejak kuartal 1 tahun 2010 hingga kuartal 3 tahun 2019 terus mengalami kenaikan, yang kemudian mengalami penurunan mulai dari kuartal 4 tahun 2019 hingga kuartal 2 tahun 2020. Pada kuartal 2 tahun 2020 dapat dilihat bahwa walaupun banyak penurunan jumlah penyedia makanan dan minuman jumlah PDB pada masa itu tetap tinggi sejajar dengan kuartal 1 tahun 2016, yang artinya tingkat pengeluaran atau minat pembelian masyarakat akan tetap tinggi walaupun ada penurunan tingkat industri makanan dan minuman, sehingga karena masih tingginya nilai PDB pada masa itu menyebabkan peningkatan industri pada kuartal 3 tahun 2020.

Dua grafik diatas pada gambar 3.1 dan gambar 3.2 yang bersumber dari <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-penyediaan-makanan-minuman-restoran-dan-sejenisnya/> dapat menjadi keyakinan bagi seluruh pemilik modal untuk dapat melancarkan atau membuka usaha dibidang makanan dan minuman.

## B. Analisis Persaingan

Persaingan ini maka diperlukan untuk menganalisis didalam menjalankan sebuah bisnis baru atau bisnis yang akan dikembangkan, serta menganalisis persoalan persaingan bukanlah hal baru dalam dunia bisnis dan juga menghasilkan baik produk atau jasa. Hal ini dalam perkembangan dunia bisnis maka pelaku bisnis khususnya didalam persaingan yang membutuhkan adanya kreativitas dan inovasi dalam mendirikan maupun sedang dijalankan dengan tujuan dalam pengambilan keputusan.



Bisnis kuliner di Indonesia apalagi dibidang bisnis makanan cemilan (ringan)

didominasi oleh skala usaha *UKM* ( Usaha Kecil Menengah) hingga skala perusahaan. Para pelaku bisnis didalam menghadapi persaingan dilingkup usaha kecil dan menengah untuk industri ini lebih ketat dikarenakan banyak pemain baru tidak adanya *barriers exit and entry* dan kemudahan dalam mencari bahan baku menjadikan bisnis ini sangat kompetitif.

Usaha kuliner khususnya bidang bisnis cemilan banyak pelaku bisnis yang memilih untuk dikembangkan bisnis cemilan ini karena dianggap jenis bisnis lebih mudah melakukan dari pada bisnis lainnya. Hal itu bisnis kuliner khususnya bisnis cemilan termasuk bisnis yang tergolong rumit dikarenakan membutuhkan kreativitas dan inovasi berkelanjutan. Hal ini penting untuk strategi yang dapat berperan penting dalam untuk dapat berkembang serta bersaing didalam industri ini, meski dalam lingkup usaha kecil.

Terlebih dalam industri kuliner khususnya bidang cemilan membutuhkan kreativitas terhadap *SDM* (Sumber Daya Manusia) seperti pengetahuan, keterampilan yang akan gunakan untuk meningkatkan produk bisnis cemilan yang akan dihasilkan dan juga memiliki ciri khas kemasan yang unik. Para pelaku bisnis bidang bisnis cemilan ini dituntut untuk memenuhi keinginan pelanggan serta pelayanan yang akan diberikan. Berdasarkan pengamatan penulis yang dapat dilakukan dalam pesaing dengan adanya faktor kelemahan dan kelebihan yang dapat menjadikan acuan bagi para pelaku yang sedang dikembangkan bisnis yang dijalankan dengan antara lain faktor yaitu varian produk lokasi. Berikut ini berdasarkan pengamatan penulis untuk pesaing-pesaing potensial dari *Kedai Mikul*

*Dhuwur :*

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



**© 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. Cakwe Xi Deli

Jenis Produk	: Makanan
Produk Unggulan	: Cakwe
Segmentasi Harga	: <i>Middle low</i>
Jumlah Outlet	1
Lokasi	: Jl. Green Lake City. Food city 87 88 duri kosambi, Jakarta, Indonesia
Kontak	: 0811-1922-885

2. Cakwe Galaxy

Jenis Produk	: Makanan
Produk Unggulan	: Cakwe
Segmentasi Harga	: <i>Middle High</i>
Jumlah Outlet	5
Lokasi	: Jl. Casabla Raya Kav 88, RT 16 RW 5, Menteng Dalam, Kec Tebet, Kota Jakarta Selatan
Kontak	: +6281314855500

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

Analisis Kompetitor *Kedai Mikul Dhuwur*

	<i>Kedai Mikul Dhuwur</i>	<i>Cakwe Galaxy</i>	<i>Cakwe Xi Deli</i>
<b>Varian Menu</b>	11 Varian	2 Varians	5 Varian
<b>Harga</b>	Rp. 20.000	Rp.15,000	Rp.25.000
<b>Kekuatan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk Makanan noMsg</li> <li>- Bentuk unik yang membuat ciri khas Tersendiri</li> <li>- Dijual secara Online</li> <li>- Di produksi dengan standar food grade</li> <li>- Varian rasa Kekinian</li> <li>- Kemasan menarik dan Elegan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merek yang sudah terkenal</li> <li>- Memiliki jenis makanan yang lebih lengkap</li> <li>- Harga yang lebih murah</li> <li>- Pelayanan yang ramah serta pelayanan cepat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempunyai sistem Takeway, Dine-in, Delivery</li> <li>- Sudah berdiri sejak lama</li> <li>- Produk Makanan cukup bervariasi</li> <li>- Lahan parkir cukup luas</li> <li>- Menggunakan e-commerce dalam penjualan</li> <li>- Dijual secara online</li> </ul>
<b>Kelemahan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merek belum terlalu terkenal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lahan parkir yang sempit</li> <li>- Memiliki Peralatan yang lebih canggih</li> <li>- Kurang inovasi terhadap produk cakwe</li> <li>- Tidak menggunakan <i>e-commerce</i> dalam penjualannya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelayanan lumayan ramah namun penyajian makanan yang agak lama</li> <li>- Harga produk makanan yang lumayan mahal</li> <li>- Kurangnya varian rasa</li> </ul>

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

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



Tabel 3.2

Tabel Perbandingan Pesaing

Kriteria	Kedai Mikul Dhuwur	Cakwe Galaxy	Cakwe Xi Deli
Merek	Belum dikenal	Cukup terkenal	Cukup terkenal
Produk	Cukup Beragam	Kurang Beragam	Sangat Beragam
Harga	Cukup Terjangkau	Cukup terjangkau	Cukup terjangkau
Lokasi	Strategis	Strategis	Strategis
Cita Rasa	Enak	Cukup baik	Cukup baik
Pelayanan	Sangat baik	Cukup baik	Sangat baik
Promosi	Cukup baik	Cukup baik	Cukup baik
Kenyamanan	Nyaman	Cukup nyaman	Nyaman
Lahan Parkir	Luas	Kurang Luas	Luas
Fasilitas	Lengkap	Kurang Lengkap	Lengkap

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

**C Analisis PESTEL ( Political, Economy, Social, Technology, Enviroment, dan legal )**

Analisis PESTEL merupakan analisis lingkungan eksternal yang menjadi suatu peluang untuk berkembangnya suatu bisnis yang sedang dijalankan. Dapat mempengaruhi suatu keunggulan dalam persaingan dapat mengetahui bahwa segala resiko yang menyebabkan dengan adanya potensi suatu bisnis yang sedang dijalankan terutama dalam pesaing. Dimana analisis ini dapat diambil suatu peluang atau ancaman baru bagi *Kedai Mikul Dhuwur*.

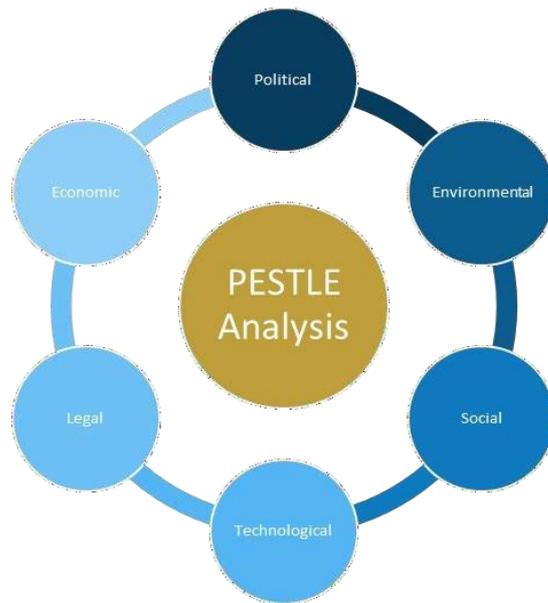
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

**Gambar 3.3**

**Analisis PESTEL**



Sumber : Fred R. David (2017:219) analisis PEST

Berikut adalah hasil Analisis PESTEL *Kedai Mikul Dhuwur* yang akan dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

1. *Politic* ( Politik )

Dengan adanya faktor politik ini sangat pengaruh bagi terhadap suatu bisnis terutama di bidang *café*, kedai, rumah makan, restoran atau bisa dibilang pengaruh dalam berlangsung hidup pada suatu bisnis yang dijalan/ dikembangkan dikarenakan akan berdampak bagi suatu perekonomian. Selain itu juga dalam politik tersebut juga faktor paling penting adalah dengan adanya kebijakan pemerintah atau bisa dikatakan aturan-aturan yang sudah di tetapkan oleh pemerintah sendiri berdasarkan undang-undang terhadap para pelaku industri makanan dan minuman ataupun bidang *café*, kedai, restoran, rumah makan, dengan adanya hukum yang berlaku ini kebijakan pemerintah dalam mengenai kebijakan pemerintah atau bisa dikatakan aturan secara formal atau informal yang akan berdampak/ mempengaruhi alur atau proses bisnis yang sedang dijalankan atau bisa dikatakan berkembang. Yang sudah penulis



dijelaskan sebelum memulai ada baik nya tau tentang kebijakan pemerintah ataupun aturan-aturan yang sudah ditetapkan berdasarkan informal dan formal dengan adanya peraturan maka dapat bisa melakukan proses bisnis yang dijalankan ataupun alur berkembangannya bisnis yang dijalankan.

## 2. *Economy* (Ekonomi)

Pertumbuhan ekonomi menjadikan salah satu faktor yang paling penting bagi para pengusaha maupun para *UMKM*. Seperti halnya pertumbuhan ekonomi jika pertumbuhan pasar meningkat maka naiknya pertumbuhan ekonomi pun meningkat/naik yang akan berdampak positif bagi suatu negara salah satunya adalah pendapatan/ penghasilan, sama hal dengan dunia bisnis semakin bisnis meluas maka juga akan menaikkan daya beli kepada konsumen yang akan berdampak dengan pendapatan bagi suatu negara. Selain itu semakin pertumbuhan ekonomi semakin rendah maka pendapatan bagi suatu negara akan rendah dengan asumsikan dengan bisnis jika bisnis tidak meluas maka akan berdampak bagi daya beli/ minat para calon konsumen terhadap produk bisnis yang sedang dijalankan dengan cara antisipasi seperti memberikan *Responsiveness, Tangibles, Empaty* dengan hal ini mempermudah para calon bisnis dalam berkomunikasi dengan calon konsumen.

Dalam hal seperti wabah *COVID-19* yang sedang digencar diseluruh dunia yang akan berdampak bagi perekonomian di Indonesia khususnya para pekerja/ karyawan seperti pengganguran dan PHK, dengan adanya wabah *COVID-19* selain disebutkan oleh penulis adapun peluang salah satunya bagi *UMKM* adalah dapat membuka peluang dengan cara membuka bisnis seperti *café*, kedai dll dengan tujuan agar para pekerja dapat menghasilkan penghasilan/ dapat bekerja kembali. Sama seperti halnya *Kedai Mikul Dhuwur* ini dengan menciptakan *Kedai Mikul Dhuwur* ini sebagai membuka peluang untuk berkembang akan usahanya dengan cara merekut kembali para pekerja sehingga dapat

### © 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.

meningkatkan kebutuhan konsumen atau masyarakat yang akan menjadikan sumber kekuatan dalam peningkatan daya beli masyarakat atau konsumen.

### 3. *Social* ( Sosial )

Dalam kehidupan sosial dapat dilihat dari keberlangsungan hidup manusia yang akan berubah semakin cepat serta berkembangnya dengan adanya pertumbuhan teknologi yang semakin canggih/ cepat, salah satunya akan menjadikan tolak ukur bagi keberlangsungan hidup bagi manusia ataupun dunia bisnis. Tolak ukur disini mempunyai unsur-unsur budaya meliputi mulai gaya hidup, budaya pekerjaan, teknologi dengan adanya tolak ukur yang sudah disebutin sangat mempengaruhi pola pikir bagi keberlangsungan hidup bagi manusia.

Dapat dilihat faktor sosial ini dapat memberi kesempatan untuk menjadikan peluang untuk berkembangnya yang terdapat adanya perubahan lingkungan bagi *Kedai Mikul Dhuwur*, kesempatan disini dapat melihat peluang untuk menjalankan *Kedai Mikul Dhuwur* ini dapat dilihat dari lingkungan didaerah PIK (Pantai Indah Kapuk) terdapat adanya kelas sosial dan harga yang akan berpengaruh terhadap *Kedai Mikul Dhuwur*. Oleh karena itu *Kedai Mikul Dhuwur* ini terdapat adanya kelas menengah kebawah dikarenakan harganya terjangkau relatif serta menawarkan produk hingga praktis, dan terdapat dari perkembangannya disuatu lingkungan atau kondisi lingkungan sosial diIndonesia pada saat ini.

### 4. *Technology* (Teknologi)

Perkembangan di dunia digital dan informasi yang memberikan berbagai kemudahan untuk masyarakat banyak yang saat ini sangat mudah diakses dari berbagai platform digital mulai dari HP (*Handphone*) hingga PC (Komputer).



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.



Kemajuan teknologi tidak hanya untuk pertukaran informasi tetapi juga sebagai pusat informasi yang dapat diakses kapanpun oleh penggunaan jasa, sehingga banyak pelaku usaha yang memanfaatkan perkembangan digital untuk memasarkan produk seperti website, aplikasi smartphone, dan layanan *hotline/call center*.

Dengan adanya kemajuan teknologi untuk memudahkan para pelaku bisnis didalam bidang kuliner seperti halnya *Kedai Mikul Dhuwur* untuk mempromosikan agar meningkatkan penjualan melalui *platform digital* seperti *Tokoko, Amazon, GO-FOOD, GRAB FOOD dan Shoppe Food* sangat membantu pemilik usaha kuliner dan konsumen yang mempermudah mereka dalam proses pemesanan dan pengirimann produk sehingga tidak perlu mengantri dilokasi dan hanya menunggu ditempat diinginkan, dan juga ada alternatif untuk proses pembayaran yang begitu inovasi seperti *GO-PAY, Dana, OVO*, dan juga *Caashless* agar mempercepat proses transaksi pada tiap tahun penjualan oleh karena itu ketepatan dalam proses transaksi pada tiap penjualan oleh karena itu ketepatan dalam proses transaksi. Dengan adanya kemajuan teknologi semakin cepat dari tahun ke taahun maka memudahkan para pelaku bisnis untuk mengembangkan usaha yang sedang dijalankan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 5. *Enviroment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan merupakan faktor yang paling penting untuk melakukan aktivitas pelaku bisnis serta berkembangnya bisnis yang sedang dijalankan terhadap proses usaha cemilan, dikarenakan adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis bagi keberlangsungan hidup dalam menjalankan suatu bisnis yang akan dikembangkan seperti halnya dalam lokasi strategis ini dengan tujuannya memudahkan para calon konsumen. Sama halnya *Kedai Mikul Dhuwur* ini dalam sebelum memulai bisnis maka harus memilih lokasi strategis serta memadai

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.



seperti lahan parkir serta dekat dengan akses jalan para wisata dan kuliner atau bisa dibidang pusat keramaian, selain lahan parkir, jalan akses/lokasi adapun bangunan dalam *Kedai Mikul Dhuwur* ini dikarenakan bagi para calon konsumen dapat merasakan aman, nyaman selain itu juga dapat bertanggung jawab menciptakan kebersihan secara konsisten terhadap pelayanan para konsumen dan terdapat produk yang berkualitas secara bermutu. Dengan cara ini maka *Kedai Mikul Dhuwur* tetap dijaga lingkungannya dengan menggunakan *SOP (Standart Operational Procedure)*, *SOP* yang dimaksud disini adalah memperhatikan bahan baku berkualitas, dan bersterilisasi alat masak yang baik, memperhatikan kesehatan dan kerapihan pegawai serta memilih metode pengemasan yang baik agar tujuannya meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap kesehatan dan higienisitas dan melakukan pendaftaran BPOM untuk dilakukan sertifikasi halal Ke MUI agar masyarakat semakin yakin bahwa produk yang dijual sudah memenuhi kesehatan, kebersihan dan sesuai dengan ketepatan sertifikasi halal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 6. Legal ( Hukum )

Dengan adanya *UU Ciptaker* untuk aspek legal adalah Undang-Undang (UU) Omnibus Law Cipta Kerja (Ciptaker) akan memberikan banyak kemudahan serta manfaat bagi para pelaku *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)* juga koperasi. *UU Ciptaker* ini telah memberikan banyak proteksi dan peluang kepada penguatan UMKM di Indonesia, terutama dalam kegiatan *Usaha Mikro Kecil (UMK)*. Bagi pelaku usaha membutuhkan adanya legalitas untuk membuat usaha oleh karena itu hukum bersifat mutlak bagi para pelaku usaha didalam menjalankan usaha dikarenakan memiliki kontrak hukum didalam suatu bisnis seperti dokumen legalitas mulai dari pembuatan badan usaha, perizinan usaha, pendaftaran merek. Sama seperti halnya *Kedai Mikul Dhuwur* dalam sebelum memulai bisnis maka harus mematuhi peraturan pemerintah yang telah dibuat

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.



berdasarkan undang-undang seperti berikut harus membuat legalitas yang namanya NIB (Nomor Induk Berusaha) ini sama halnya dengan SIUP ( Surat Izin Usaha Perdagangan) dengan adanya NIB (Nomor Induk Berusaha) maka dipermudahkan untuk mengurus surat perizinan dengan melalui aplikasi OSS ( *Online Single Submission*) ini bagi Lembaga OSS ini tidak diperlukan lagi untuk izin seperti halnya urus izin *IUI, TDP, SIUP* ke pemerintah sebagai legalitas. Maka dari itu dalam sistem OSS (*Online Single Submission*) ini sebagai tanda legalitas secara sah oleh pemerintah, selain itu *NIB* ( Nomor Induk Berusaha) berfungsi sebagai Tanda Daftar Perusahaan ( *TDP*) atau bisa dibilang *NIB* ( Nomor Induk Berusaha) itu merupakan identitas para pelaku bisnis/usaha yang diterbitkan langsung oleh *Lembaga OSS (Online Single Submission)* setelah melakukan pendaftaran maka perlaku usaha bisa dapat digunakan.

Selain dengan surat pengizinan melalui sistem OSS ( *Online Single Submission*) maka *Kedai Mikul Dhuwur* ini merupakan bidang industri makanan khususnya makanan cemilan harus diperoleh sertifikasi halal dari *BPOM MUI (Badan Pengawasan Obat dan Makanan)* dengan sertifikasi ini akan berguna dalam menjalankan *Kedai Mikul Dhuwur* untuk dijalankan suatu usaha, kalau tidak ada sertifikasi ini maka akan berdampak bagi *Kedai Mikul Dhuwur* sebagai ancaman kedai ini dalam menjalankan usaha.

#### **D Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter ( Porter Five Forces Bussiness Model)**

Ramalan Industri dibutuhkan guna untuk memperkirakan jumlah permintaan dimasa yang akan datang, hal ini digunakan untuk mengantisipasi perubahan permintaan yang mungkin saja akan terjadi. Dari hasil data yang lengkap dan akurat maka akan menghasilkan ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi di masa depan yang akan mendorong usaha tersebut agar dapat menguasai pasar

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

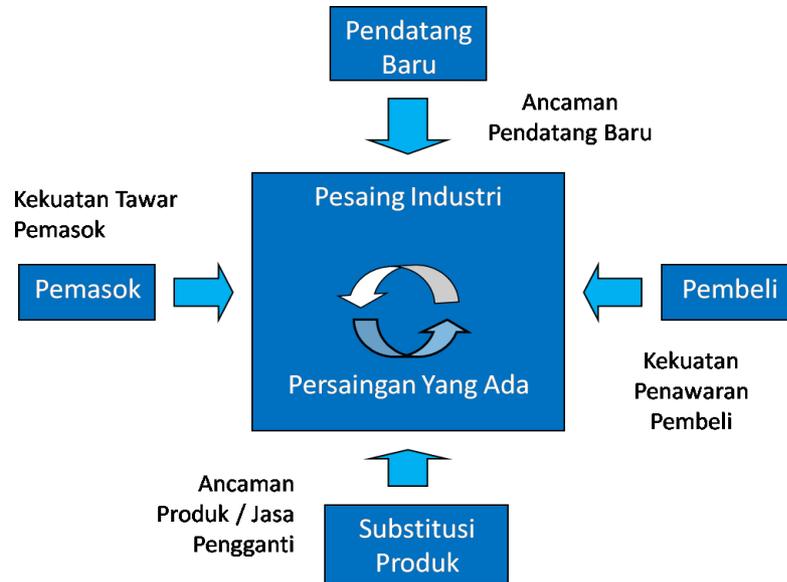
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dengan lebih mudah dan percaya diri.

Gambar 3.4

### Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



Dalam menjalankan suatu usaha terdapat lima cara menganalisis para pesaing dan berkembang dalam strategi bisnis yang diterapkan. Dengan menggunakan lima kekuatan, analisa Porter dalam menentukan kemampuan *Kedai Mikul Dhuwur* menjalankan bisnis. Semua terangkum dalam lima kekuatan *Kedai Mikul Dhuwur* sebagai berikut :

#### 1) Persaingan antara perusahaan dalam industri yang sama

Persaingan yang ketat dalam bisnis kedai berfokus pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang berkunjung ke kedai serta diketahui bahwa tingkat persaingan tersebut semakin tinggi dari tahun ke tahun. Untuk mengatasi tantangan tersebut maka diperlukan inovasi baru serta peningkatan pelayanan yang dapat mengambil hati konsumen serta terus menjamin kenyamanan area kedai dan kesehatan dari produk-produk yang diolah.

Persaingan ketat dalam bisnis kedai terutama kedai yang menyediakan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



makanan dan minuman sudah terjadi sejak lama dengan kehadiran kedai-kedai terdahulu yang sudah mulai melayani dan menghadirkan produk makanan dan minuman mereka secara *dine-in*. *Kedai Mikul Dhuwur* dalam menghadapi persaingan tersebut adalah dengan meningkatkan dan menambah *service* yang ada di kedai serta memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan serta terus melakukan inovasi pada varian menu dan menjamin kesehatan bahan baku hingga menjadi hidangan yang disajikan ke konsumen.

## 2) **Kekuatan Tawar Menawar Pemasok**

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok merupakan strategi *backward* dikarenakan adanya keberadaan dan peranan pemasok utama sangatlah penting bagi keberlangsungan dalam bisnis yang sedang dijalankan dengan merupakan bahan baku dan perlengkapan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini pemilik usaha menentukan *supplier* yang ditetapkan untuk dapat memenuhi kebutuhan bahan baku dan perlengkapan disetiap kedai sesuai tanggal yang ditentukan oleh pemilik usaha untuk melakukan *drop-off* barang-barang tersebut.

Bahan baku *Kedai Mikul Dhuwur* merupakan bahan baku dari *supplier* yang sudah ditentukan (sesuai dengan perjanjian awal) yang artinya akan bertambah pemasok terhadap bahan baku sesuai diterapkan (sesuai dengan perjanjian awal) tanpa harus takut akan bahan baku habis.

Adapun hambatan dalam penawaran dalam pemasok dikarenakan makin banyak pemasok yang menjual bahan baku yang sama semakin pula kesempatan kita untuk tawar menawar sisi lain, ketika pemasok dalam

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.



menjual bahan baku sedikit maka disitulah sedikit kita untuk tawar menawar.

### 3) Daya Tawar Pembeli

Permintaan konsumen terhadap jenis makanan cemilan semakin berkembang tahun ke tahun serta tetap terkenal dikalangan masyarakat disegala umur, karena produk yang ditawarkan jenis kuliner yang sudah lama ada dan diminati oleh banyak masyarakat khususnya di perkotaan padat adapun tekanan persaingan didalam industri cemilan ini seperti para konsumen dengan membandingkan produk cemilan kami yang dijual dengan pesaing lain yang memiliki harga produk hampir sama dengan produk yang ditawarkan.

Daya tawar pembeli maka *Kedai Mikul Dhuwur* ini dapat ditingkatkan pelayanan kepada pelanggan, dengan menggunakan kerja sama terhadap pelanggan seperti memberikan diskon khusus contohnya konsumen yang dapat pesanan dalam jumlah besar akan diberikan diskon (potongan harga) dengan itulah yang sudah dijelaskan maka dapat memiliki daya tawar tinggi.

### 4) Ancaman Pendetang Baru

Banyak potensi terhadap pendatang baru merupakan ancaman bagi kita yang harus waspada terhadap dunia industri kuliner apalagi bisnis cemilan dikarenakan dapat mudah ditiru oleh pesaing lain. Dengan cara ini untuk bertahan dari pesaing dengan cara pengembangan substitusi dan serta strateginya adalah dilakukan inovasi menu, pendatang baru yang memasuki industri kuliner, khususnya makanan cemilan (ringan) seperti *Kedai Mikul Dhuwur*, menghadapi kendala besar. Modal awal 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dibutuhkan relatif sedang, namun dibutuhkan modal yang besar dalam perkembangannya, termasuk izin usaha dan fasilitas lain menunjang usaha. Namun, tidak mudah untuk bertahan dalam persaingan di industri kuliner, oleh karena itu para pelaku bisnis khususnya cemilan (makanan ringan) harus berjuang kembali berjuang untuk merebut pasar yaitu memasarkan produk dimedia sosial dan menyediakan produk terbaik, serta memanfaatkan teknologi digital. Dalam hal menarik pangsa pasar dan pelanggan baru, pemasaran atau media sosial adalah pilihan tepat.

### 5) Ancaman Produk Penganti

Banyak industri persaingan ketat dengan produsen produk pengganti di industri lain, kehadiran produk penggantinya menempatkan batas tertinggi (*Platfon*) untuk harga yang bisa diisi daya sebelum konsumen berahli ke produk pengganti. Tekanan peningkatkan daya saing produk substitusi meningkat ketika harga produk pengganti relatif turun dan saat mengganti biaya konsumen juga jatuh (turun), kekuatan kompetitif produk pesaing dapat diukur dengan meneliti pangsa pasar yang telah dicapai produk dan juga rencana perusahaan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penetrasi pasar.

Untuk produk makanan cemilan terutama cakwe dengan dibentuk yang unik belum terlalu banyak di Jakarta dan sekitarnya, karena kebanyakan pelaku usaha cakwe menggunakan bentuk panjang serta saus original (saus cabai merah) yang sudah tidak asing lagi di benak konsumen. Maka dari itu untuk menarik minat calon konsumen, penjualan cakwe menyajikan produk dengan tampilan berbeda yaitu

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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



dengan memotong kecil-kecil makanan cakwe yang disajikan dalam *paper box* yang kemudian dituangkan saus sesuai dengan selera konsumen adapun makanan selain cakwe terdapat adanya jenis-jenis menu makanan cemilan.

Masyarakat di Indonesia khususnya di Jakarta merupakan tipe masyarakat yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi di dunia bisnis kuliner. Membangun bisnis kuliner sangat sulit mati/gagal karena dengan berbagai inovasi dan kreatifitas bisnis kuliner dapat terus bertahan dalam bidang kuliner tertentu yang punya cara tersendiri dalam proses pelayanan dan pengolahannya. Dunia bisnis kuliner tidak lepas dengan target pasar yang di kelompokkan dari berbagai macam konsumen, target pasar dalam bisnis kuliner tidak menentukan kalangan masyarakat bawah atau kalangan masyarakat atas tetapi lebih banyak menargetkan kalangan pelajar dan anak muda yang *hobby* mencoba varian produk makanan baru yang sedang trend/viral dan banyak di cari. Maka dari itu jika pengusaha bisnis kuliner terus menggeluti dan fokus dalam bidang kuliner tertentu maka merupakan hal mudah bagi dia untuk menciptakan trend terbaru untuk menarik pelanggan baru dari golongan pelajar dan anak muda.

### B Analisis Faktor – faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Menurut Fred R. David (2016:160), Matriks Profil Kompetitif mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis dari perusahaan sampel. Total nilai dapat dilihat pada bagian akhir kolom, dimana perusahaan yang memiliki angka paling besar merupakan perusahaan yang memiliki posisi

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.



kompetitif paling kuat, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai terendah memiliki posisi kompetitif yang paling lemah.

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

*Competitive Profile Matrix* adalah faktor penentu dari sebuah keberhasilan/sukses yang mempunyai keunggulan tinggi didalam organisasi yang untuk mencapai kesuksesan didalam industri serta menggunakan untuk alat untuk analisis strategis serta perbandingan perusahaan dengan pesaing utama dalam industri yang merupakan sumber kekuatan dan kelemahan perusahaan, Potensi peluang pasar, pengambilan keputusan strategis, mengartikulasikan proposi yang dinilai, proposi nilai pesaing yang mengalami terhadap pesaingnya.

Ramalan industri dibutuhkan guna untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang, hal ini digunakan untuk mengantisipasi perubahan permintaan yang mungkin saja akan terjadi. Dari hasil data yang lengkap dan akurat maka akan menghasilkan ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi di masa depan yang akan mendorong usaha tersebut agar dapat menguasai pasar dengan lebih mudah dan percaya diri.

Penilaian CPM (*Competitive Profile Matrix*) dapat diukur dari faktor penentuan keberhasilan yang dimana faktor ini sebagai menunjukan titik kuat dan titik lemah terhadap pesaing dalam kondisi skala lingkungan eksternal ataupun internal dapat di lihat dari peringkat yang beraneka ragam, dalam analisis ini dapat memberikan dampak baik dan dampak buruk bagi suatu pesaing. Jika rating-nya lebih tinggi bahwa dapat dikatakan faktor penentuan keberhasilan disebut telah berhasil baik bisa dikatakan faktor penentuan keberhasilan disebut telah berhasil baik, bisa dikatakan sebagai sumber kekuatan, sebaliknya jika rating-nya turun

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



bahwa faktor-faktor mendukung disebut masih berkurang atau bisa dikatakan kelemahan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Dalam analisis CPM yang dimiliki oleh penulis dapat mengukur atau memudahkan melihat kondisi pesaing terlihat dari faktor lingkungan eksternal dan internal secara keseluruhan. Berikut ini merupakan komponen CPM/*Competitive Profile Matrix*:

1. *Key Success Factor*

*Key success factor* merupakan faktor-faktor kunci yang menentukan keberhasilan setelah mendalami analisis dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal, pada setiap usaha terdapat keuntungan dan kerugian yang berasal dari lingkungan eksterna dan lingkungan internal. Jika rating faktor kunci mendapat nilai tinggi maka langkah yang diambil pemilik usaha sangat baik sedangkan jika mendapat nilai rendah maka langkah yang diambil belum cukup baik atau kurang.

2. *Weight*

Bobot pada CPM menjadi alat bantu dalam membaca relasi antara faktor kunci kesuksesan dengan bisnis yang dijalankan, penilaian terhadap bobot harus berjumlah 1.0 (satu) yang artinya jumlah seluruh bobot dari masing-masing faktor harus berjumlah 1.0 (satu) karena penilaian dari masing-masing faktor berkisar Antara 0.0 sampai dengan 1.0 dengan maksud jika mendapat nilai mendekati 0.0 maka dianggap tidak penting sedagkan jika mendapat nilai mendekati 1.0 dianggap sangat penting.

3. *Rating*

Peringkat dalam CPM menunjukan respon atau tindakan yang diambil pemilik usaha dalam mengolah faktor kunci keberhasilan usaha. Semakin tinggi

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.



peringkat menunjukkan respon pemilik usaha yang baik dalam mengolah faktor kunci keberhasilan usaha sedangkan semakin rendah peringkat menunjukan respon yang kurang baik. Peringkat dapat diberikan pada semua jenis faktor dengan kisaran angka 1,0 hingga 4.0 yang memiliki makna penting terkait perhitungan CPM yaitu sebagai berikut:

- a. Peringkat diberikan untuk masing-masing faktor yang masuk dalam CPM.
- b. Tanggapan paling rendah dapat diberikan dengan angka 1 yang artinya merupakan kelemahan utama terhadap usaha yang dijalankan.
- c. Tanggapan rata-rata dapat diberikan dengan angka 2 yang artinya merupakan kelemahan kecil yang terdapat pada usaha yang dijalankan.
- d. Tanggapan di atas rata-rata dapat diberikan dengan angka 3 yang artinya merupakan kelebihan kecil yang terdapat pada usaha yang dijalankan.
- e. Tanggapan keunggulan dapat diberikan dengan angka 4 yang artinya merupakan kelebihan besar yang terdapat pada usaha.

#### 4. *Score*

*Score* merupakan hasil perkalian dari bobot dengan rating pada masing-masing faktor serta masing-masing usaha pesaing.

#### 5. Total Weight Score

Total wight score dari masing-masing usaha harus berkisar antara 1.0 sampai dengan 4.0 dengan nilai rata-rata CPM sebesar 2.5 menunjukkan bahwa jika usaha yang dijalankan mendapat total nilai dibawah 2.5 dianggap lemah sedangkan usaha yang mendapat nilai lebih dari 2.5 dianggap kuat. Perbandingan total weight score pada masing-masing usaha menunjukan

### © 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.



keberhasilan pada usaha yang mendapat nilai paling tinggi serta dianggap pemenang di antara para pesaingnya.

Di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan *Competitive Profile Matrix* (CPM) dari *Kedai Mikul Dhuwur* terhadap 2 pesaing utama yaitu *Cakwe Xi Deli* dan *Cakwe Galaxy*, sebagai berikut:

**Tabel 3.3**

*Competitive Profile Matrix*

Key Success Factor	Bobot	Mikul Dhuwur		Cakwe Galaxy		Cakwe Xideli	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Varian Menu	0,23	3	0,69	2	0,46	3	0,69
Harga	0,14	4	0,56	4	0,56	2	0,28
Promosi	0,12	3	0,36	3	0,36	2	0,24
Kualitas Bahan Baku	0,11	3	0,33	3	0,33	4	0,44
Kualitas Produk	0,17	4	0,68	4	0,68	4	0,68
Pelayanan	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
<b>TOTAL RESPON</b>	<b>1.00</b>		<b>3,22</b>		<b>2,99</b>		<b>2,93</b>

Sumber : *Kedai Mikul Dhuwur*

Pada tabel diatas terdapat penilaian dari masing-masing kedai pesaing beserta penilaian *Kedai Mikul Dhuwur*, penilaian ini dilihat dari *Key Success Factor* / Faktor kunci keberhasilan berupa *weight (bobot)* yang menunjukkan faktor kunci dari operasi usaha, jika bobot semakin besar maka semakin besar dampak yang diberikan faktor tersebut terhadap kesuksesan usaha. Selanjutnya terdapat *Rating* yaitu angka yang menunjukkan kemampuan setiap kedai untuk pengendalian dan pemanfaatan *Key Success Factor* yang diukur mulai dari *1 point* sampai dengan *4 point*, semakin tinggi

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.



angka rating yang didapat pada *Key Success Factor* menunjukan semakin baik suatu kedai melaksanakan dan memanfaatkan faktor kunci tersebut dan jika semakin rendah angka yang didapat menunjukan kelemahan atau ketidakmampuan suatu kedai untuk mengeksekusi faktor kunci diatas. Dengan demikian untuk mendapat akumulasi penilaian peluang dari suatu kedai maka dapat dihitung nilai perolehan CPM dengan cara presentase dari bobot dikalikan dengan perolehan angka *rating*, kemudian nilai dari masing-masing rating di jumlahkan.

Tabel diatas dapat menunjukan kelemahan dan kelebihan masing-masing kedai tetapi tidak menjadi patokan bahwa kedai yang mendapat nilai rendah akan gagal dan kedai yang mendapat nilai tinggi akan berhasil. Jika dilihat pada tabel diatas maka hasil penilaian masing-masing kedai dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Varian Menu

Setiap pelanggan dipastikan memiliki minat dan kesukaan masing-masing terhadap segala hal termasuk dalam memilih makanan dan minuman, sehingga jika suatu kedai memiliki banyak macam pilihan / varian menu menjadikan setiap pelanggan lebih mudah memilih produk sesuai dengan minat masing-masing. Dilihat pada tabel diatas varian menu mendapatkan bobot tertinggi sebesar 0.23 yang artinya faktor varian menu sangat berpengaruh dalam bisnis kedai. Dilihat pada data rating setiap kedai, dapat diketahui bahwa Kedai Mikul Dhuwur dan Cakwe Xi Deli mendapat nilai yang lebih tinggi dari Cakwe Galaxy yaitu sebesar 3 point atau senilai 0.69 sedangkan Cakwe Xi Delimendapat 2 point dengan nilai sebesar 0.46 yang artinya pilihan produk di Cakwe Galaxy tidak lebih banyak dari pada pesaingnya.

#### 2. Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Faktor harga merupakan faktor penting yang harus diformulasikan secara tepat oleh pemilik kedai untuk dapat menetapkan harga yang sesuai dengan target pelanggan dengan tetap menghasilkan profit pada tiap penjualan. Jika dilihat pada tabel faktor kompetitif harga mendapat bobot sebesar 0.14 serta menunjukkan *Kedai Mikul Dhuwur* dan *Cakwe Xi Deli* mendapat rating tertinggi yaitu 4 point dengan nilai 0.56 sedangkan *Cakwe Galaxy* hanya mendapat 2 point dengan nilai 0.46, penilaian ini menunjukkan bahwa harga dari *Kedai Mikul Dhuwur* dan *Cakwe Xi Deli* sangat sesuai dengan keadaan keuangan pelanggan dengan tidak menetapkan harga menu yang terlalu tinggi seperti *Cakwe Galaxy*.

### 3. Promosi

Promosi merupakan kegiatan wajib yang harus dilaksanakan setiap pemilik kedai dengan tujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan eksistensi usaha serta menarik lebih banyak pelanggan baru. Promosi sangat baik jika dilaksanakan secara rutin dengan jangkauan informasi promo yang lebih luas menurut data tabel diatas faktor promosi ini mendapat bobot sebesar 0.12 yang artinya promosi merupakan hal yang harus serius direncanakan dan dieksekusi oleh pemilik kedai, jika dilihat pada tabel *Kedai Mikul Dhuwur* dan *Cakwe Xi Deli* mendapat rating 3 point dengan nilai 0.36 sedangkan *Cakwe Galaxy* mendapat 2 point dengan nilai 0.24, ini menunjukkan bahwa *Kedai Mikul Dhuwur* dan *Cakwe Xi Deli* lebih unggul terkait pemanfaatan faktor promosi dalam usahanya.

### 4. Bahan Baku

Faktor yang turut menjadi kunci kesuksesan usaha adalah faktor bahan baku, faktor ini sangat berhubungan erat dengan ketersediaan menu terhadap kecepatan pembuatan hidangan karena jika bahan baku selalu tersedia maka staff dapur akan lebih mudah dan cepat dalam mendapatkan bahan-bahan yang dibutuhkan. Dilihat pada tabel diatas *Kedai Mikul Dhuwur* bersama dengan *Cakwe Xi Deli* mendapat 3 point dengan nilai 0,33



sedangkan Cakwe Galaxy mendapat angka lebih tinggi yaitu 4 point dengan nilai 0,44 yang artinya Cakwe Galaxy memiliki perencanaan dan eksekusi faktor kunci tersebut lebih baik dari Kedai Mikul Dhuwur dan Cakwe Xi Deli yang dengan demikian harus ada perubahan rencana terkait pemanfaatan faktor bahan baku.

## 5. Kualitas Produk

Faktor kunci yang tidak kalah penting adalah faktor kualitas produk, faktor ini membantu para pemilik usaha untuk terus memperbaiki komposisi, proses masak dan cita rasa produk untuk lebih baik dari sebelum, karena jika dilihat pada tabel diatas faktor kualitas produk mendapat bobot sebesar 0,17 yang diketahui bahwa Kedai Mikul Dhuwur, Cakwe Xi Deli dan Cakwe Galaxy mendapat rating yang sama berjumlah 4 point dengan nilai 0.68, maka dari itu ketiga kedai yang disebutkan sangat membutuhkan kestabilan harga pada masing-masing produk.

## 6. Pelayanan

Pelayan merupakan garis terdepan yang diminta untuk terus dapat berpenampilan menarik serta selalu bersikap ramah, baik dan sopan, faktor pelayanan ini mendapat bobot sebesar 0,20. Dan jika dilihat pada table diatas Kedai Mikul Dhuwur, Cakwe Xi Deli dan Cakwe Galaxy mendapat rating yang sama yaitu 3 point dengan nilai 0.60. nilai bagus ini dapat dijadikan senjata untuk menarik pelanggan baru menjadi pelanggansetia sehingga dibutuhkan keseriusan dalam hal pelayanan pegawai dan kecepatan prosesantar produk ke meja pelanggan.

## F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Rangkuti (2016:10) Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek



atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats). Dalam melaksanakan suatu bisnis diperlukan pemahaman mengenai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan Tantangan (*Threats*), maka dari itu setiap pelaku bisnis perlu menyadari pentingnya analisis SWOT ketika menjalankan suatu bisnis dengan membaca situasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Kedua situasi lingkungan ini memiliki faktor positif dan negatif dilihat dari lingkungan internal faktor positif dari lingkungan ini dapat berupa pemahaman mengenai Kekuatan (*Strength*) yang ada di bisnis tersebut sedangkan faktor negatif dapat berupa pemahaman mengenai Kelemahan (*Weakness*). Sedangkan pada lingkungan eksternal dapat dipahami faktor positif berupa pemahaman terkait Peluang (*Opportunity*) dan Tantangan/Ancaman (*Threat*), faktor-faktor tersebut harus dapat dibaca dan dikuasai oleh pelaku bisnis untuk dapat menentukan akibat dari penggabungan antara faktor internal dengan eksternal agar dapat segera mengambil tindakan untuk mengatasi segala hal yang bersifat merugikan demi meningkatkan kualitas pelayanan dan tingkat penjualan.

Analisa terhadap Kekuatan (*Strength*) dilakukan dengan melihat potensi internal bisnis yang berjalan mulai dari sumber daya dan situasi lingkungan yang memberikan dampak positif terhadap berjalannya suatu bisnis sehingga target bisnis dapat tercapai. Analisa terhadap Kelemahan (*Weakness*) merupakan pemahaman dalam memahami situasi yang kurang mendukung dan menghambat kinerja bisnis yang dijalankan. Kemudian pelaku bisnis dapat melihat Peluang (*Opportunity*) yang merupakan faktor-faktor dan keadaan yang dapat dimanfaatkan lebih lanjut untuk meningkatkan laju penjualan yang berasal dari lingkungan eksternal bisnis. Selain itu terdapat Ancaman (*Threat*) yang berupa pengaruh atau

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.



faktor lingkungan eksternal yang dapat merugikan kinerja bisnis dan harus ditemukan solusi dari ancaman tersebut agar target bisnis dapat terus terpenuhi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Rangkuti (2016:83) Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Kedai Mikul Dhuwur telah melakukan analisa lingkungan dalam menentukan cara terbaik untuk pemasaran produk dengan membaca situasi keuatan dan peluang yang dapat digabungkan untuk peningkatan kinerja serta untuk menghilangkan dampak dari kelemahan dan ancaman.

Dengan demikian analisis SWOT dari *Kedai Mikul Dhuwur* sebagai berikut:

1. *Strength (S)*, Kekuatan adalah beberapa faktor yang dimiliki *Kedai Mikul Dhuwur* yang melebihi kemampuan dari pesaingnya dalam persaingan pasar yaitu berupa:
  - a. Penyediaan bahan baku tersedia disemua kota
  - b. Variasi menu disukai segala usia
  - c. Lokasi strategis dan ramai
  - d. Harga produk terjangkau
  - e. Fasilitas kedai lengkap
  - f. Pelayanan cepat berbasis teknologi
2. *Weakness (W)*, Kelemahan adalah beberapa faktor terkait keterbatasan atau kekurangan di *Kedai Mikul Dhuwur* yang menghambat kinerja penjual yang berupa:
  - a. Merek belum dikenal
  - b. Kekurangan kesadaran masyarakat akan kehadiran kedai baru dilingkungan



mereka

c. Tidak ada tenaga kerja khusus yang berfokus pada pemasaran produk yang dijual.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. *Opportunity (O)*, Peluang adalah keadaan di lingkungan *Kedai Mikul Dhuwur* yang menjadi kesempatan untuk dapat dimanfaatkan pada masa sekarang atau waktu yang akan datang untuk pemenuhan target penjualan produk yang berupa:

- Tingkat konsumsi makanan ringan yang tinggi
- Perkembangan teknologi digital untuk pelayanan online
- Banyak masyarakat senang berkumpul di kedai/*café*
- Tren yang terus berganti setiap tahun
- Banyak penyedia jasa promosi digital murah

4. *Threath (T)*, Ancaman adalah keadaan situasi atau lingkungan yang tidak mendukung dan mengganggu kinerja *Kedai Mikul Dhuwur* serta dapat mengganggu stabilitas penjualan di masa sekarang atau masa depan yang berupa :

- Produk mudah di tiru
- Perubahan harga bahan baku
- Kegagalan operasi pelayanan secara online
- Muncul pedagang makanan dan minuman baru di sekitar lokasi

Dengan demikian hasil analisa matriks SWOT *Kedai Mikul Dhuwur* yang telah diuraikan diatas dapat diringkas pada Tabel yang berisikan tentang strategi yang dilakukan *Kedai Mikul Dhuwur* dalam menghadapi hubungan-hubungan pada SWOT.

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 3.4

Tabel SWOT *Kedai Mikul Dhuwur*

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

<i>Internal</i>	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan bahan baku tersedia disemua kota</li> <li>2. Variasi menu disukai segala usia</li> <li>3. Lokasi strategis dan ramai</li> <li>4. Harga produk terjangkau</li> <li>5. Fasilitas kedai lengkap</li> <li>6. Pelayanan cepat berbasis teknologi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek belum dikenal</li> <li>2. Kurang kesadaran masyarakat akan kehadiran kedai baru dilingkungan mereka.</li> <li>3. Tidak ada tenaga khusus yang berfokus pada pemasaran produk yang dijual.</li> </ol>
<i>Eksternal</i>	<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>S-O Strategies</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat konsumsi makanan ringan yang tinggi</li> <li>2. Perkembangan teknologi digital untuk pelayanan online</li> <li>3. Banyak masyarakat senang berkumpul di kedai/cafe.</li> <li>4. Tren yang terus berganti setiap tahun.</li> <li>5. Banyak penyedia jasa promosi digital murah.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjamin setiap produk yang ada di menu untuk selalu tersedia setiap saat (S1,S2,O1)</li> <li>2. Membuka online store pada aplikasi Gofood,Grab Food, dan Shopee Food (S4,S6,O2,O5)</li> <li>3. Melatih pegawai untuk dapat melayani dengan Baik ,Cepat dan Tepat (S6,S5,O1,O3)</li> </ol>	<b>W-O Strategies</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat promosi berupa konten foto dan video menarik yang di upload ke media sosial (W1,O2,O5)</li> <li>2. Menyebarkan kupon potongan harga pada hari pertama kedai dibuka.(W2,O3,O4)</li> <li>3. Mengundang bintang tamu untuk mengisi live musik dan mempromosikan produk disela-sela pertunjukan (W3,O3,O4)</li> </ol>

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



<b>Threats (Ancaman)</b>	<b>S-T Strategies</b>	<b>W-T Strategies</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk mudah di tiru</li> <li>2. Perubahan harga bahan baku</li> <li>3. Kegagalan operasi pelayanan secara online</li> <li>4. Muncul pedagang makanan dan minuman baru di sekitar lokasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memastikan proses memasak di dapur tidak dilihat oleh pengunjung (S1,S2,T1)</li> <li>2. Menggunakan kemasan yang murah tetapi kuat untuk pelayanan online dan take away (S4,S6,T3)</li> <li>3. Melakukan pencatatan buku kas yang rapi dan lengkap setiap hari (S1,S4,T2)</li> <li>4. Melaksanakan perawatan rutin seluruh inventaris area dine in serta menata ulang dekorasi (S3,S5,T4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kolaborasi konten promosi dengan topik yang viral di masyarakat (W1,W2,T4)</li> <li>2. Bekerjasama dengan pemilik aplikasi Gofood, Grabfood, Shopee Food, Tokko untuk memasukan potongan harga.(W3,T3)</li> <li>3. Memilih satu orang pegawai khusus untuk mengolah konten digital di media sosial kedai.(W3,T1,T4)</li> </ol>

Sumber : Kedai Mikul Dhuwur

Berikut penjelasan atas Matrix SWOT:

1. Tindak lanjut strategi S-O

a. S1,S2,O1

Karena menu yang ditawarkan *Kedai Mikul Dhuwur* sangat bervariasi serta disukai oleh segala usia, maka kedai menjamin setiap menu selalu tersedia untuk memenuhi setiap pesanan konsumen. Didukung dengan ketersediaan bahan baku yang mudah di dapat dari pemasok terpercaya sehingga kegiatan penjualan dapat terus mengikuti tingkat konsumsi yang tinggi di masyarakat.

b. S4,S6,O2,O5

Dengan terus berkembangnya teknologi digital serta lahir banyak penyedia jasa promosi murah, *Kedai Mikul Dhuwur* turut memanfaatkan perkembangan

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.



tersebut dengan mendaftar kedai ke aplikasi-aplikasi penyedia jasa online store yang dapat membantu proses pelayanan konsumen menjadi lebih cepat dan mudah serta murah sehingga harga pada menu selalu terjangkau ke seluruh masyarakat baik dari pemesanan langsung atau secara online.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

c. S6,S5,O1,O3

*Kedai Mikul Dhuwur* selalu melatih dan memperhatikan kinerja pegawai untuk menjamin pelayanan yang baik, cepat dan tepat dengan dibekali alat bantu digital seperti mesin kasir dan tablet sehingga seluruh konsumen dapat memesan dengan mudah serta menikmati hidangan di area kedai yang nyaman dan berfasilitas lengkap.

2. Tindak lanjut Strategi W-O

a. W1,O2,O5

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kehadiran *Kedai Mikul Dhuwur* yang baru saja dibuka, kedai memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi untuk melakukan promosi melalui media sosial dengan menampilkan konten video dan foto menarik terkait produk dan suasana di dalam kedai, sehingga masyarakat akan lebih mengenal nama *Kedai Mikul Dhuwur*.

b. W2,O3,O4

*Kedai Mikul Dhuwur* sangat menginginkan adanya pelanggan baru sejak pertama kali buka, dengan demikian kedai akan melakukan penyebaran kupon potongan harga/promosi agar masyarakat yang belum pernah berkunjung dapat mengetahui suasana kedai, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan serta mengikuti trending topic atau hal viral yang ada di masyarakat.

c. W3,O3,O4

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.



Agar penjualan dapat terus meningkat Kedai Mikul Dhuwur mengundang bintang tamu untuk pertunjukan seperti live musik / band pada saat kedai ramai kunjungan yaitu saat akhir pekan atau libur nasional sehingga acara live musik / band dapat menjadi alat promosi langsung dari pihak kedai oleh pengisi acara kepada konsumen yang ada di area *dine in*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

3. Tidak lanjut strategi S-T

a. S1,S2,T1

Karena produk yang bervariasi dengan bahan baku yang mudah didapatkan berpotensi produk mudah ditiru oleh konsumen atau pesaing usaha dengan demikian *Kedai Mikul Dhuwur* melatih semua pegawai untuk menjaga kerahasiaan resep dari menu yang ada di *Kedai Mikul Dhuwur* salah satu caranya adalah dengan memastikan seluruh kegiatan di dalam dapur tidak terlihat oleh pengunjung.

b. S4,S6,T3

Kedai Mikul Dhuwur yang sejak awal membuka pelayanan *online order* dan *take away* menjamin setiap produk yang diantar oleh *driver* mitra dari aplikasi layanan *online shop* atau produk yang akan dibawa pulang untuk tetap utuh dan bersih, sehingga produk terhindar dari kerusakan yang menyebabkan produk menjadi tidak layak konsumsi, cara untuk menjamin hal tersebut salah satunya adalah menggunakan kemasan yang berbahan kuat namun tetap murah agar tidak perlu ada biaya tambahan untuk pelayanan *online order* atau *take away*.

c. S1,S4,T2

*Kedai Mikul Dhuwur* melakukan pencatatan arus kas setiap hari secara rapi dan lengkap dengan tujuan dapat terus melancarkan kegiatan operasional kedai

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.



terutama pada bagian dapur agar stok bahan baku dapat terus terpenuhi dan pencatatan ini diperlukan untuk memudahkan manajemen dalam mengambil tindakan terhadap munculnya perubahan harga bahan baku agar harga jual pada menu dapat terus terjangkau oleh semua masyarakat.

d. S3,S5,T4

Walaupun *Kedai Mikul Dhuwur* berlokasi pada tempat yang strategis dan ramai, tidak menjamin semua masyarakat akan berkunjung ke kedai, sehingga untuk menjamin pelanggan tetap setia menikmati hidangan di *Kedai Mikul Dhuwur* dilakukan usaha yang wajib dilaksanakan secara rutin oleh seluruh pegawai salah satunya dengan melakukan perawatan rutin seluruh inventari dan fasilitas yang ada di kedai serta melakukan dekorasi pada event-event tertentu seperti bulan ramadhan dan hari raya nasional.

4. Tindak lanjut strategi W-T

a. W1,W2,T4

Suatu hal yang sedang trend atau viral dapat menjadi daya tarik untuk peningkatan minat berbelanja masyarakat, dengan demikian *Kedai Mikul Dhuwur* akan selalu mengkolaborasikan suatu hal yang sedang trend atau viral dengan konten yang ditampilkan pada media sosial terkait konten promosi serta layout terkait dekorasi area *dine in* agar dapat lebih banyak pelanggan yang datang ke kedai karena *Kedai Mikul Dhuwur* mengangkat hal yang sedang viral tersebut.

b. W3,T3

Untuk menjangkau lebih banyak pelanggan maka *Kedai Mikul Dhuwur* melakukan kerja sama dengan pemilik aplikasi *Gofood*, *Grabfood*, *ShopeeFood*, dan *Tokko* untuk menjamin dan memperlancar operasi pelayanan secara online,

© 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.

karena para pemilik aplikasi tersebut telah memiliki pengguna aktif yang banyak memudahkan Kedai Mikul Dhuwur untuk menitipkan konten promosi atau potongan harga melalui aplikasi-aplikasi tersebut sehingga terjadi kegiatan promosi yang lebih efektif dan murah.

c. W3,T1,T4

Untuk meningkatkan eksistensi dan penjualan di *Kedai Mikul Dhuwur* manajemen menunjuk satu orang yang khusus mengolah konten digital berupa foto atau video menarik serta bertanggung jawab atas tampilan menu pada tiap aplikasi online store dengan tetap menjaga kerahasiaan internal *Kedai Mikul Dhuwur* sehingga penjualan dapat terus mencapai target melalui hasil kerja dari admin *online store*.

**© 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.