



Bab II

ANALISIS INDUSTRI

Bisnis di kota-kota besar seperti Jakarta dan kota lainnya masih diisi oleh beberapa bisnis kreatif, dimana termasuk di dalamnya adalah Bisnis kuliner. Dalam bisnis kuliner membutuhkan strategi yang baik agar mampu bersaing dengan pemain-pemainnya. Alasan kebutuhan manusia akan makanan menjadi dasar kenapa bisnis ini tidak pernah mati. Para pebisnis dalam industri kuliner hanya perlu melihat pangsa pasar apa yang diinginkan. Biasanya para pengusaha kuliner jeli melihat peluang dan berusaha semakin kreatif untuk menawarkan produk andalannya. Beberapa produk kuliner mendapat perhatian khusus bagi para pecintanya. Secara otomatis, hal ini membuat bisnis kuliner semakin hidup. Meskipun menu sama, bahan baku pun sama. Namun, ketika dikemas lewat kreativitas dan inovasi, pangsa pasarnya masih terbuka lebar. Perhatikan saja, sebuah restoran menawarkan menu yang sesungguhnya tak jauh berbeda dengan restoran lainnya, hanya saja dikemas sedikit kreatif, tetapi tetap diminati oleh banyak orang. Sumber: <https://ilmusdm.wordpress.com/2009/07/15/pengenalan-pada-pestle-analysis-tool/> (Diakses 5 Maret 2015).

Pernyataan tersebut dikaitkan dengan industri makanan yang akan dimasuki, sangat sesuai bahwa adanya peluang dalam bisnis kuliner yang akan dijalankan. Dengan melihat bahwa industri kuliner di Indonesia semakin berkembang, bahkan semakin kreatif dan inovatif. Oleh karena itu restoran cepat saji Homemade Patty Burger

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.



membantu dalam memahami gambaran lingkungan secara menyeluruh serta dapat melihat peluang maupun ancaman yang ada disekitarnya.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL yang telah dilakukan oleh penulis terhadap restoran cepat saji Homemade Patty Burger:

1. Faktor Politik

Restoran cepat saji Homemade Patty Burger harus memperhatikan hal-hal penting seperti upah minimum sehingga tidak melanggar undang-undang yang berlaku, kesempatan kerja bagi semua orang dimana semua orang layak untuk mendapatkan kesempatan bekerja yang sama, perlindungan konsumen, perpajakan yang akan dilakukan restoran cepat saji Homemade Patty Burger, serta persaingan antar pesaing. Hal ini membuat penulis harus memperhatikan setiap hal yang berkaitan dengan karyawan mulai dari upah minimum sampai kesempatan kerja yang sama.

2. Faktor Ekonomi

Pada faktor ekonomi yang perlu diperhatikan adalah laju inflasi yang terjadi di Indonesia, dengan kata lain meningkatnya harga-harga secara umum dan terus-menerus. Inflasi akan mengakibatkan kenaikan harga secara meluas. Kestabilan inflasi merupakan syarat bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan yang nantinya akan memberikan manfaat bagi peningkatan



kesejahteraan masyarakat. Jika inflasi meningkat maka akan berpengaruh pada pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat akan menjadi turun sehingga standar hidup masyarakat pun turun dan akhirnya menjadikan semua orang menjadi miskin, terutama orang miskin semakin miskin. Inflasi yang tidak pasti juga menyebabkan ketidakpastian bagi pelaku ekonomi dalam mengambil keputusan. Inflasi yang tidak stabil dapat mengakibatkan membuat masyarakat menjadi sulit dalam melakukan konsumsi, investasi, dan produksi, yang akhirnya akan membuat pertumbuhan ekonomi menjadi turun. Jika tingkat inflasi domestik lebih tinggi dari pada inflasi di negara tetangga maka akan mengakibatkan tingkat bunga domestik riil menjadi tidak kompetitif sehingga dapat mengakibatkan tekanan terhadap nilai rupiah. Inflasi dapat menjadi ancaman dari luar yang dapat berpengaruh pada pangsa dan daya beli konsumen, karena jika inflasi tinggi maka harga barang–barang juga akan meningkat. Hal tersebut dapat berpengaruh pada bahan makanan yang akan digunakan karena jika inflasi terus–menerus meningkat maka modal yang dibutuhkan pun akan semakin tinggi dan dapat berdampak pada harga jual makanan yang juga akan semakin tinggi dan dapat mengakibatkan berkurangnya daya beli konsumen. Berikut adalah tabel mengenai laju inflasi Indonesia.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Tabel 2.1

Tabel Laju Inflasi Indonesia

Bulan, Tahun	Tingkat Inflasi (%)
Januari 2014	8,22
Februari 2014	7,75
Maret 2014	7,32
April 2014	7,25
Mei 2014	7,32
Juni 2014	6,70
Juli 2014	4,53
Agustus 2014	3,99
September 2014	4,53
Oktober 2014	4,83
November 2014	6,23
Desember 2014	8,36
Januari 2015	6,96
Februari 2015	6,29
Maret 2015	6,38
April 2015	6,79
Mei 2015	7,15
Juni 2015	7,26

Sumber : www.bi.go.id (diakses pada 3 Juli 2015)

© 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. Faktor Sosial

Pada faktor sosial ini, masyarakat di daerah perumahan Galaxy memiliki daya beli yang bagus, dapat terlihat dari banyaknya jumlah penduduk yang tinggal di daerah perumahan Galaxy. Pertumbuhan ekonomi saat ini sangat signifikan sehingga akan menjadikan pasar dari restoran cepat saji Homemade Patty Burger menjadi lebih luas. Perubahan gaya hidup masyarakat yang mulai suka mencari makan di luar rumah dan pola hidup yang sehat mulai banyak terlihat. Hal ini terjadi karena banyak orang yang

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



sibuk bekerja sehingga tidak sempat untuk menyiapkan makanan di rumah sehingga mereka akan memilih mencari makan di luar rumah.

Penduduk di daerah perumahan Galaxy dan sekitarnya menjadi target pangsa pasar yang menjadi sasaran bagi penulis untuk memilih bisnis kuliner yang akan dimulainya. Berikut adalah tabel penduduk di daerah perumahan Galaxy dan sekitarnya:

Tabel 2.2

Tabel Jumlah Penduduk di Perumahan Galaxy dan Sekitarnya

Tahun	Jumlah Penduduk
2011	2.422.922
2010	2.334.871
2009	2.319.518

Sumber: <http://bekasikota.bps.go.id/> (diakses pada 12 Maret 2015)

Melihat pertumbuhan penduduk yang tiap tahunnya meningkat dan ada pertumbuhan penduduk untuk jumlah penduduk daerah perumahan Galaxy. Membuat restoran cepat saji Homemade Patty Burger menetapkan lokasi berada di daerah perumahan Galaxy sebagai lokasi usahanya. Didukung juga dengan banyaknya rumah makan di daerah perumahan Galaxy yang bermacam-macam.



4. Faktor Teknologi

Pada faktor ini, perencanaan strategi yang efektif adalah dengan cara meneliti lingkungan untuk mencari perubahan teknologi yang dapat berpengaruh pada bahan baku, operasi, dan produk serta pelayanan yang diberikan perusahaan. Perubahan teknologi dapat menjadi peluang besar untuk meningkatkan produktivitas, tujuan atau bahkan dapat menjadi ancaman bagi kedudukan perusahaan.

Dukungan pemerintah melalui kebijaksanaan pajak dan undang-undang juga memainkan peran dalam perubahan teknologi. Kemauan dalam mengambil risiko dan melakukan inovasi secara terus-menerus terlihat merupakan komponen yang penting.

5. Legal

Pada faktor ini kita dalam menjalankan bisnis kuliner harus memperhatikan kebijakan- kebijakan yang berlaku dan harus mengikuti aturan main yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Kebijakan dalam menetapkan pajak rumah makan yang berlaku saat ini adalah pemerintah mengenakan pajak sebesar 10%. Hal ini sesuai dengan Perda No.8 Tahun 2003 tentang pajak restoran wilayah Kota Bekasi. Pemerintah mengeluarkan SK menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No : KM 73/PW 105/MPPT-

© 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.



85 tentang Peraturan Urusan Rumah Makan. Berdasarkan SK tersebut menunjukkan bahwa pembinaan dan pengawasan rumah makan dilakukan oleh Gubernur sebagai Kepala Daerah Tingkat I, sehingga untuk menjalankan bisnis rumah makan harus memiliki ijin lokasi dan ijin usaha yang masing–masing ditetapkan oleh Gubernur sebagai Kepala Daerah Tingkat I.

Menurut SK Direktorat Jendral Pariwisata No. 15/U/11/88 tentang pelaksanaan ketentuan dan penggolongan restoran mewujudkan bahwa perijinan dalam bidang usaha restoran ini secara umum dibagi menjadi dua jenis, yaitu : (1) Ijin Sementara Usaha Restoran dan Ijin Tetap Usaha Restoran. Ijin sementara Usaha Restoran merupakan ijin yang sifatnya hanya sementara yang hanya berlaku selama 3 tahun dan diberikan oleh Direktur Jendral untuk membangun restoran, sedangkan Ijin Tetap Usaha Restoran merupakan ijin yang diberikan oleh Direktur Jendral untuk mengusahakan restoran. Penyediaan jasa–jasa lainnya dilingkungan Restoran yang tidak menjadi bagian dari ijin tetap usaha restoran, wajib diselenggarakan atas peraturan perundang–undangan yang berlaku. Pembinaan dan pengawasan terhadap pembangunan dan pengusahaan restoran dilakukan oleh direktur Jendral atau pejabat yang ditunjuk dan juga terhadap pemindahan hak kepemilikan restoran atau perubahan nama dan lokasi juga wajib dilaporkan secara tertulis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dalam menjalankan bisnis kuliner harus memiliki ijin dari Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, dan untuk memperoleh ijin tersebut setiap rumah makan dan restoran wajib memiliki sertifikat laik *hygiene* sanitasi dari Dinas Kesehatan Kabupaten atau Kota. Setiap rumah makan maupun restoran wajib mempekerjakan orang yang ahli dalam bidang *hygiene* sanitasi makanan. Para pekerja yang berurusan langsung dengan makanan wajib melakukan pemeriksaan kesehatan secara berkala minimal 2 kali dalam setahun, mereka harus memiliki sertifikat khusus penjamah makanan yang dapat diperoleh dari instansi penyelenggaraan kursus sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Namun sejak tahun 1999 Pemerintah Indonesia melalui UU No. 22 tahun 1999 telah membuat program Kebijakan Otonomi Daerah yang pelaksanaannya dimulai sejak tahun 2001. Kebijakan tersebut membuat beberapa instansi pemerintah yang berkompeten dibidang restoran dan rumah makan, seperti: Kanwil Pariwisata, seni dan budaya melebur menjadi Dinas Pariwisata Daerah. Hal tersebut membuat yang awalnya kewenangan menjadi milik Kantor Wilayah menjadi milik kantor Dinas dan segala bentuk perijinan, khususnya dibidang restoran dan rumah makan, mulai tahun 2001 telah dialihkan secara bertahap kepada Pemerintah Daerah Tingkat II.

© 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.



6. Faktor Lingkungan

Pada faktor lingkungan, penulis melihat adanya peluang dalam bisnis kuliner yang akan dijalankan, karena lingkungan di daerah perumahan Galaxy yang semakin berkembang ditandai dengan mulai berkembangnya restoran kelas menengah di daerah tersebut, sehingga banyak masyarakat yang tinggal di daerah perumahan Galaxy dan sekitarnya yang mencari makan di daerah tersebut.

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.

B Analisis Persaingan

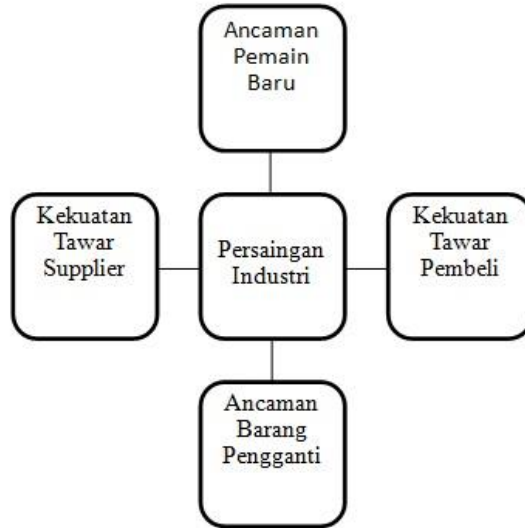
Porter sangat terkenal dalam menganalisis persaingan. Teorinya terkenal dengan sebutan *Five Porter Forces Model* yang menjelaskan tentang bagaimana perusahaan secara nyata tidak hanya bersaing dengan perusahaan yang ada dalam industri saat ini. Kita sering tidak memiliki visi yang jelas sehingga terjebak dalam *competitor oriented*.

Sumber: David (2013:105)

Five Porter Forces Model juga menjelaskan bahwa kita juga bersaing dengan pesaing potensial kita, yaitu mereka yang akan masuk, para pemasok atau supplier, para pelanggan, dan produsen produk-produk pengganti, sehingga kita harus mengetahui ada lima kekuatan yang dapat menentukan karakteristik yaitu intensitas persaingan antar bisnis yang sejenis, ancaman masuknya pesaing baru, kekuatan tawar-menawar pemasok, daya tawar-menawar konsumen dan potensi produk pengganti.

Gambar 2.1

Five Porter Forces



Sumber : David (2013:106)

1. Persaingan antar restoran yang sejenis

Pesaing dari restoran cepat saji Homemade Patty Burger adalah Burger pinggiran. Menu yang ditawarkan burger pinggiran adalah burger dengan dua variasi *sauce* saja yaitu *sauce* sambal dan *sauce* tomat.

Manajemen strategi yang akan pemilik gunakan adalah menyajikan makanan cepat saji yang berkualitas tinggi dimana daging yang digunakan untuk isian serta *sauce* nya diolah sendiri dan tanpa adanya bahan pengawet, sehingga makanan yang disajikan sehat dan berkualitas tinggi. Hal tersebut dapat membuat restoran cepat saji Homemade Patty Burger mampu bersaing

© 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 memiliki keunggulan tersendiri, sehingga dapat disimpulkan bahwa kekuatan persaingan antar restoran cepat saji saingan dapat dikatakan rendah.

2. Potensi masuknya pesaing baru

Ancaman ini dapat menimbulkan pesaing baru yang memiliki konsep restoran cepat saji yang lebih menarik lagi. Hal ini memungkinkan pesaing untuk mendirikan restoran cepat saji dengan konsep *homemade* juga di daerah perumahan Galaxy dikarenakan belum ada restoran cepat saji yang menggunakan konsep homemade di daerah perumahan Galaxy. Selain itu besarnya peluang membuat bisnis pada sektor ini terus diminati oleh banyak orang dengan demikian maka secara otomatis akan banyak bermunculan pesaing.

Manajemen strategi yang digunakan adalah menguatkan *brand image* dimata konsumen di daerah perumahan Galaxy. Jadi dapat disimpulkan, potensi masuknya pesaing baru dapat dikatakan tinggi disebabkan industri kuliner ini masih memiliki peluang yang besar dan juga memiliki potensi yang dapat terus berkembang.

3. Potensi produk pengganti

Adanya potensi produk pengganti yang dapat menjadi ancaman yang sangat besar karena di daerah perumahan Galaxy begitu banyak restoran–

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



restoran yang menawarkan berbagai macam menu makanan yang berbeda–
beda, sehingga hal tersebut dapat menjadi ancaman yang besar bagi restoran
cepat saji Homemade Patty Burger.

Manajemen strategis yang digunakan adalah dengan memberikan
kualitas pelayanan yang baik serta menjaga kualitas masakan yang disajikan.
Jadi dapat disimpulkan bahwa potensi produk pengganti untuk mengancam
keberlangsungan usaha restoran cepat saji Homemade Patty Burger cukup
tinggi.

4. Daya tawar pemasok

Restoran cepat saji memiliki pemasok yang berasal dari pasar
swalayan yang berada di Kota Bekasi, sehingga harga yang ditawarkan relatif
murah karena pemilik memesan dalam jumlah yang tidak sedikit. Hal ini juga
dapat membuat restoran cepat saji Homemade Patty Burger mudah dalam
mencari bahan baku. Selain itu, karena bahan baku yang digunakan mudah
untuk dicari dan banyak suplier yang menjualnya, Homemade Patty Burger
dapat berganti suplier jika ia merasa tidak cocok dengan suplier yang
sekarang.

© 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.



Manajemen strategis yang digunakan: mencari pemasok yang menjual bahan baku yang berkualitas namun biaya yang dikeluarkan tidak banyak (*low cost*), sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok rendah.

5. Daya tawar konsumen

Konsumen akan mencari makanan yang sesuai keinginannya serta harganya pun masuk akal. Jika makanan yang dijual terlalu mahal dan tidak sesuai dengan makanan yang dijual/tidak masuk akal maka konsumen tidak akan kembali lagi. Karena konsumen dalam memutuskan sesuatu memiliki berbagai faktor-faktor perbandingan yang dapat dipakai untuk menentukan harga, mutu, pelayanan, dan rasa masakan yang dapat dijadikan perbandingan dalam memutuskan restoran mana yang akan dipilih. Selain itu dengan adanya berbagai macam restoran yang menawarkan berbagai macam menu makanan di daerah perumahan Galaxy dapat membuat konsumen memiliki daya tawar lebih karena memiliki banyak pilihan.

Manajemen strategis yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik, kualitas terbaik dan harga yang bersaing. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tawar konsumen tinggi.

© 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.



C. Analisis *Competitive Profile Matrix*

C *Competitive Profile Matrix* adalah pesaing-pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya yang berhubungan dengan posisi strategis dari sebuah perusahaan sample. *Weight* dan *total weight* dari CPM dan EFE memiliki arti yang sama. Meski demikian, *Critical Success Factors* dari CPM berisi baik isu internal dan eksternal, maka dari itu rating mengacu pada *strength* dan *weakness*. (David, 2013:113)

Salah satu *tools* manajemen strategis yang mampu membantu manajemen untuk menganalisa serta memetakan posisi pesaing utama dibandingkan dengan perusahaan adalah Matrix Profile Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*–CPM).

Matrix Profile Kompetitif terdiri dari komponen–komponen berikut ini:

1. *Critical Success Factors*

Critical Success Factors atau faktor penentu keberhasilan merupakan faktor-faktor terpenting yang dapat mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor-faktor tersebut digambarkan secara luas tanpa memasukan data yang spesifik dan faktual. Faktor–faktor tersebut didapat setelah melakukan analisis yang mendalam mengenai kondisi eksternal serta kondisi lingkungan internal perusahaan. Hal ini dilakukan karena dalam lingkungan eksternal maupun



internal terdapat banyak faktor yang memberikan dampak baik maupun buruk bagi keberlangsungan perusahaan.

Jika *critical success factor* berada dalam peringkat yang lebih tinggi dibanding pesaingnya maka strategi yang digunakan oleh perusahaan terhadap faktor–faktor penentu keberhasilan tersebut berhasil dijalankan dengan baik serta dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan. Tetapi jika masuk ke peringkat yang lebih rendah berarti strategi perusahaan dalam mendukung faktor–faktor tersebut masih kurang serta menjadi kelemahan bagi perusahaan.

2. *Rating*/Peringkat

Rating/peringkat dalam CPM digunakan untuk menunjukkan tanggapan perusahaan terhadap faktor–faktor penentu keberhasilan. Jika rating tinggi maka perusahaan dengan baik mampu merespons faktor penentu keberhasilan serta menunjukkan kekuatan dari perusahaan. Kisaran peringkat berkisar antara 1,0–4,0 dan dapat ditetapkan pada setiap faktor. Ada beberapa poin terkait dengan pemberian rating di CPM, antara lain:

- a. Rating akan diterapkan ke setiap *critical success factor*
- b. Respon perusahaan yang kurang terhadap *critical success factor* diwakili oleh 1,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan bagi

© 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.



perusahaan

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- c. Respon rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili oleh 2,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor bagi perusahaan.
 - d. Respon diatas rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili oleh 3,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan minor bagi perusahaan.
 - e. Respon perusahaan yang superior terhadap *critical success factor* diwakili oleh 4,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan utama bagi perusahaan.

3. *Weighted* (bobot)

Bobot yang ditunjukkan pada CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor untuk menjadi penentu kesuksesan perusahaan dalam industri. Bobot tersebut berkisar dari 0,0 yang berarti tidak penting dan 1,0 yang berarti penting. Jumlah dari semua bobot dari faktor-faktor yang dianalisis harus sama dengan 1,0.

4. *Weighted score* (Nilai Tertimbang)

Setiap faktor memiliki nilai tertimbang yang berkisar antara 0.0 yang berarti tidak penting sampai 1.0 yang berarti sangat penting. Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1.0.

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.



5. Total *Weighted Score* (Jumlah Nilai tertimbang)

Jumlah semua nilai tertimbang adalah sama dengan total nilai tertimbang. Nilai akhir dari jumlah nilai tertimbang harus berada di antara rentang 1.0 yang berarti rendah dan untuk 4.0 yang berarti tinggi. Rata-rata total nilai tertimbang CPM adalah 2,5 dimana setiap perusahaan dengan total nilai tertimbang yang berada dibawah 2,5 dapat dikatakan dalam posisi yang lemah. Perusahaan dengan total nilai tertimbang lebih tinggi adalah 2,5 sehingga dapat dikatakan berada dalam posisi yang kuat. Dimensi lain dalam CPM adalah perusahaan dengan jumlah nilai tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang diantara pesaing.

Angka-angka total nilai tertimbang hanya menggambarkan kekuatan relatif perusahaan-perusahaan yang dibandingkan, bukan dengan tujuan untuk mendapatkan angka tertentu tetapi lebih kepada asimilasi dan evaluasi informasi dalam cara yang memiliki arti yang dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Tabel 2.3

Competitive Profile Matrix

No	FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN PENTING	BOBOT	Homemade Patty Burger		Burger Edam		Burger Pinggiran	
			PERINGKAT	SKOR	PERINGKAT	SKOR	PENINGKAT	SKOR
	<i>Patty & sauce</i> diolah secara <i>homemade</i>	0.30	4	1.2	3	0.9	2	0.6
	Variasi <i>sauce</i>	0.30	4	1.2	2	0.6	2	0.6
	Variasi menu	0.20	3	0.6	3	0.6	1	0.2
	Fasilitas <i>free wifi</i> & musik	0.20	3	0.6	1	0.2	1	0.2
	TOTAL	1.0		3.6		2.3		1.6

Sumber: Data diolah



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 hasil analisis dari tabel 2.3, maka dapat diambil kesimpulan bahwa bobot yang dimiliki oleh restoran cepat saji Homemade Patty Burger lebih tinggi dari pada pesaingnya. Pada sisi *patty & sauce* yang diolah secara *homemade*, burger Edam berada pada peringkat 3, burger pinggiran berada pada peringkat 2, sementara Homemade Patty Burger berada pada peringkat 4. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Homemade Patty Burger lebih unggul dari pesaingnya karena *patty* dan *sauce* yang digunakan diolah sendiri tanpa adanya bahan pengawet sehingga sehat untuk dikonsumsi.

Dari sisi variasi *sauce*, burger Edam berada pada peringkat 2, burger pinggiran berada pada peringkat 2, sementara Homemade Patty Burger berada pada peringkat 4. Jadi, dapat disimpulkan dari sisi variasi *sauce*, Homemade Patty Burger lebih unggul dari pesaingnya karena restoran cepat saji Homemade Patty Burger menawarkan lima variasi *sauce*-nya yang diolah sendiri tanpa adanya bahan pengawet sementara burger pinggiran hanya menawarkan dua variasi *sauce* yaitu *sauce* sambal dan *sauce* tomat.

Pada sisi variasi menu, burger Edam berada pada peringkat 3, burger pinggiran berada pada peringkat 1, sementara Homemade Patty Burger berada pada peringkat 3. Jadi dapat disimpulkan, Homemade Patty Burger

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.



lebih unggul dari pesaingnya karena menu yang ditawarkan Homemade Patty Burger lebih bervariasi dari pada pesaingnya.

Dari fasilitas *free wifi* & musik, burger Edam berada pada peringkat 1, burger pinggirannya berada pada peringkat 1, sementara Homemade Patty Burger berada pada peringkat 3. Jadi dapat disimpulkan bahwa, Homemade Patty Burger lebih unggul dari pada pesaingnya karena Homemade Patty Burger memiliki fasilitas *free wifi* dan musik sehingga konsumen dapat merasa nyaman, sementara burger pinggirannya tidak memiliki fasilitas tersebut karena burger pinggirannya hanya berjualan dipinggir jalan dengan menggunakan grobak burger.

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

D. Analisis Pesaing

Pesaing dari restoran cepat saji Homemade Patty Burger adalah burger Edam dan burger pinggirannya. Berikut adalah profil dari pesaing restoran cepat saji Homemade

Patty Burger:

Burger Edam adalah bisnis dalam industri restoran cepat saji dengan menu utamanya yaitu burger. Burger Edam tidak hanya menawarkan menu burger saja tetapi juga menawarkan menu seperti hot dog dan spaghetti. Burger Edam memiliki beberapa *counter* di daerah Bekasi yaitu di Jl. Paus No. 100 Komplek AL Jati Bening,



Bekasi selatan dengan nomor telephone 021 8482178, kampung Rawa Aren RT. 004 RW. 02 No. 61 Kel. Aren Jaya, Bekasi Timur dengan nomor telephone 081584026165, dan Taman Harapan Baru, Blok M1/5, Medan Satria, Bekasi Utara dengan nomor telephone 082111687354.

Burger pinggiran adalah bisnis dalam industri makanan yaitu cepat saji dengan menu andalannya yaitu burger. Bisnis ini tidak memiliki ruko atau bangunan dalam menjalankannya dikarenakan hanya menggunakan grobak burger saja dalam menjalankannya, sehingga jika konsumen sudah selesai membeli dan mendapatkan pesannya, konsumen tersebut tidak dapat berlama-lama disana karena tidak adanya tempat duduk. Maka dari itu konsumen hanya dapat membawa pulang pesannya. Lokasi yang mereka miliki strategis dikarenakan burger pinggiran dapat berjualan dimana saja seperti di depan sekolahan, kantor dan dekat dengan restoran-restoran sekitar.

E. Faktor Kunci Sukses

Keunggulan yang ditawarkan restoran cepat saji Homemade Patty Burger adalah makanan cepat saji dengan menggunakan daging serta *sauce* yang diolah secara *homemade* dan tanpa adanya bahan pengawet, sehingga sehat untuk dikonsumsi. Tidak hanya itu, Homemade Patty Burger juga menawarkan berbagai macam *variant sauce* seperti *black pepper sauce*, *bolognise souce*, *mushroom sauce*, *barbeque sauce* dan *brown sauce* sehingga konsumen dapat memilih *sauce* sesuai keinginannya. Restoran



cepat saji Homemade Patty Burger akan memberikan layanan *free hotspot* yang akan menggunakan password. Hal ini sangat penting mengingat teknologi sudah berkembang begitu pesat dan kebutuhan akan internet sangat tinggi dikalangan masyarakat. Homemade Patty Burger juga memiliki website, sehingga pelanggan dapat mencari informasi mengenai restoran cepat saji Homemade Patty Burger. Restoran cepat saji Homemade Patty Burger juga menyediakan kotak saran, sehingga para konsumen dapat memberikan kritik dan saran yang dapat berguna dalam pertumbuhan dan perkembangan Homemade Patty Burger. Homemade Patty Burger juga akan mengikuti berbagai kegiatan bertemakan makanan agar banyak orang yang semakin mengenal restoran cepat saji Homemade Patty Burger.

Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weaknesses, Opportunity, & Threat*. Peluang dan ancaman berasal dari kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, teknologi, dan pesaing, dan berbagai kejadian yang dapat memberikan dampak buruk atau baik bagi organisasi di masa depan. Sementara kekuatan dan kelemahan adalah hal yang bisa dikontrol oleh organisasi. Mereka dapat muncul di berbagai fungsi management seperti *finance*, marketing, produksi, *R&D*, dan sistem informasi management (David, 2013:40-41)



1. Faktor yang akan menjadi kekuatan atau *Strength* pada restoran cepat saji

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

Homemade Patty Burger adalah:

- a. Keunggulan produk dimana produk yang dijual adalah makanan cepat saji dengan mutu dan kualitas terbaik, dimana menu utama yang ditawarkan adalah burger dengan isian daging serta *sauce* yang diolah sendiri dan tanpa adanya bahan pengawet, sehingga kualitas daging dan *sauce* yang digunakan tinggi serta lebih sehat untuk dikonsumsi.
- b. Suasana yang diberikan nyaman, pemilik memfasilitasi restoran dengan adanya *free wifi* serta musik, sehingga pelanggan betah untuk berlama-lama menghabiskan waktu disana.
- c. Homemade Patty Burger juga menawarkan berbagai macam *variant sauce* seperti *black pepper sauce*, *bolognese sauce*, *mushroom sauce*, *barbeque sauce* dan *brown sauce* sehingga konsumen dapat memilih *sauce* sesuai keinginannya.

2. Faktor-faktor yang dapat menjadi kelemahan atau *weakness* pada restoran

cepat saji Homemade Patty Burger adalah:

- a. Daging yang digunakan diolah secara *homemade* dan tanpa bahan pengawet, sehingga tidak dapat bertahan lama untuk disimpan.

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. Ruko yang dipakai ruangnya tidak terlalu besar mengakibatkan pemilik hanya dapat menyediakan beberapa meja saja, sehingga jika restoran sedang banyak pengunjung, pelanggan yang sudah selesai makan harus segera beranjak pulang karena meja tersebut akan diisi lagi dengan pengunjung berikutnya.

© 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. Faktor yang akan menjadi *Opportunity* pada restoran cepat saji Homemade

Patty Burger adalah:

- a. Restoran cepat saji yang unik dan masih jarang ditemui ditempat lain, sehingga hal tersebut dijadikan peluang untuk mendirikan bisnis ini.
- b. Mulai berubahnya pola hidup masyarakat, dimana makan diluar sekarang merupakan kebutuhan bagi masyarakat.

4. Faktor yang bisa menjadi ancaman dari luar atau *Threats* adalah:

- a. Banyaknya pesaing yang muncul dalam industri kuliner, dalam hal ini ancaman dapat berupa restoran-restoran yang sudah banyak di daerah perumahan Galaxy yang dapat membuat pelanggan memilih ingin makan di restoran mana.

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. Mudahnya para pesaing untuk dapat masuk ke dalam industri. Hal itu dapat membuat restoran lain atau pemain baru meniru konsep yang digunakan oleh restoran cepat saji Homemade Patty Burger.

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

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.





Berikut adalah matrix analisis SWOT:

Tabel 2.4

Matrix Analisis SWOT Restoran Cepat Saji Homemade Patty Burger

SWOT MATRIX	STRENGTHS	WEAKNESSES
		1. Konsepnya <i>homemade</i> dimana daging yang digunakan diolah sendiri tanpa bahan pengawet. 2. Burger yang ditawarkan memiliki beberapa variant sauce. 3. Fasilitas <i>free wifi</i> dan musik
OPPORTUNITIES	S – O STRATEGIES	W – O STRATEGIES
1. Restoran cepat saji yang unik dan masih jarang ditemui ditempat lain	1. Melakukan pemasaran via website serta jejaring sosial yang dapat dengan mudah dilihat serta dibaca oleh konsumen . (S1, S2, O1)	1. Mencari tempat yang lebih besar lagi. (W1, O3)
2. Mulai berubahnya pola hidup masyarakat, dimana makan diluar sekarang merupakan kebutuhan bagi masyarakat.	2. Menawarkan bagi konsumen kenyamanan, dengan adanya fasilitas <i>free wifi</i> serta musik. (S3, O2)	
THREATS	S – T STRATEGIES	W – T STRATEGIES
1. Banyaknya restoran – restoran di daerah perumahan Galaxy	1. Menampilkan konsep restoran cepat saji yang berbeda yaitu <i>homemade</i> . (S1, S2, T1)	1. Menyediakan kotak saran untuk menerima saran-saran dari konsumen agar usaha yang dijalankan dapat berkembang. (W2, T1)
2. Mudahnya para pesaing untuk dapat masuk ke dalam industri ini	2. Memperkuat <i>brand image</i> konsumen. (S1, S2, T2)	

Sumber: Restoran Cepat Saji Homemade Patty Burger

© 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.



G. Implementasi Strategi

1. Strategi *Strengths Opportunity* (SO)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Restoran cepat saji yang unik dan masih jarang ditemui ditempat lain. Hal ini menjadi peluang untuk membangun bisnis restoranc epat saji Homemade Patty Burger. Hal yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan pemasaran via website serta jejaring sosial yang dapat dengan mudah dilihat serta dibaca oleh konsumen.
- b. Perubahan pola hidup masyarakat dimana sekarang ini makan diluar serta pola hidup sehat sudah menjadi kebutuhan. Hal ini menciptakan peluang bagi restoran cepat saji Homemade Patty burger untuk membuka usaha restoran. Hal yang perlu dilakukan adalah dengan menyediakan fasilitas *wifi* dan musik agar konsumen merasa nyaman.

2. Strategi *Strength Threats* (ST)

- a. Banyaknya pesaing yang membuat restoran cepat saji Homemade Patty Burger harus memiliki ciri khas tersendiri, dimana restoran cepat saji Homemade Patty Burger menampilkan konsep restoran cepat saji yang berbeda yaitu *homemade*.
- b. Mudahnya para pesaing untuk dapat masuk ke dalam industri ini. Dalam hal ini pertama-tama restoran cepat saji Homemade Patty Burger harus menguatkan brand image dimata konsumen.

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.



3. Strategi *Weakness Opportunity* (WO)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Mulai berubahnya pola hidup masyarakat, dimana makan diluar sekarang merupakan kebutuhan bagi masyarakat. Hal itu dapat menjadi kelemahan bagi pemilik restoran karena ruangan yang dipakai tidak terlalu besar, sehingga pemilik hanya dapat menyediakan beberapa meja saja, sehingga jika restoran sedang banyak pengunjung, pelanggan yang sudah selesai makan harus segera beranjak pulang karena meja tersebut akan diisi lagi dengan pengunjung berikutnya. Maka dari itu, strategi yang perlu dilakukan adalah dengan mencari tempat yang lebih besar lagi.

4. Strategi *Weakness Threat* (WT)

Banyaknya persaingan yang muncul dalam bisnis kuliner ini, maka sebaiknya pihak manajemen menyediakan kotak saran agar para konsumen dapat memberikan saran atau masukan agar dapat memperbaiki kekurangan yang dimiliki restoran cepat saji Homemade Patty Burger, sehingga dapat membuat restoran cepat saji Homemade Patty Burger semakin berkembang.

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.