



## BAB II

### ANALISIS INDUSTRI



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

#### A. Gambaran Masa Depan dan Perkembangan

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

Oleh karena itu persaingan dalam dunia toko kue sangat ketat. Diperlukan kreatifitas dan inovasi yang tinggi dari pebisnis agar dapat menang dalam persaingan.

Dalam analisis industri, gambaran masa depan menjadi faktor yang terpenting. Hal ini dibutuhkan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh pebisnis dalam menjalankan bisnisnya, sehingga pebisnis tahu strategi apa yang harus

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.

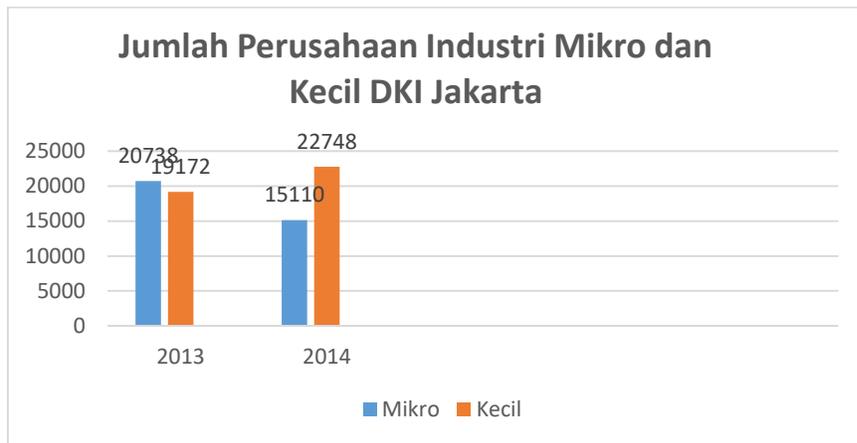


digunakan untuk menghadapi masalah tersebut. Menurut Heizer dan Barry Render (2008:51) strategi adalah rencana tindakan organisasi untuk mencapai misinya.

Dengan mengetahui strategi perusahaan, maka perusahaan akan dapat mencapai misi organisasi atau akan menang dalam persaingan di dalam suatu industri. Berikut merupakan grafik pertumbuhan UMKM di kota Jakarta dan tabel laju pertumbuhan menurut lapangan usaha tingkat nasional yang dimasuki oleh penulis, Karena dengan melihat laju pertumbuhan tersebut menjadi peluang bagi penulis untuk memasuki industri.

Gambar 2.1

Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil DKI Jakarta



Sumber: Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Provinsi, 2013-2014 (<http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1789>, diakses 1 April 2015)

Pertumbuhan UMKM yang ada di DKI Jakarta menjadi hal yang nyata. Jumlah UMKM DKI Jakarta tahun 2013 mencapai 19.172 perusahaan dan pada tahun 2014 meningkat menjadi 22.748 perusahaan atau mengalami pertumbuhan sebesar 18.65%.



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

Tabel 2.1

Laju Pertumbuhan Menurut Lapangan Usaha

Lapangan Usaha	2013	2014
Pertanian	-0.5	1.53
Pertambangan dan penggalian	-0.41	-1.56
Industri Pengolahan	-0.02	3.91
Listrik, gas dan air bersih	-0.91	2.14
Konstruksi	-2.19	5.77
Perdagangan, hotel dan restoran	-1.11	5.61
Pengangkutan dan komunikasi	2.12	10.63
Keuangan, <i>real estate</i> dan jasa perusahaan	1.01	4.58
Jasa-Jasa	0.78	7.6

Sumber: Laju Pertumbuhan Menurut Lapangan Usaha 2014 (Jakarta.go.id, diakses 1 April 2015)

Dalam tabel data tersebut dapat dilihat bahwa terdapat pertumbuhan sebesar 6,72% dari tahun 2013 ke tahun 2014 dalam industri restoran.

Alasan penetapan lokasi di daerah Jakarta Barat, khususnya tanjung duren adalah dikarenakan lokasi ini merupakan pusat dari aktifitas masyarakat di daerah ini, banyak terdapat penggemar kuliner yang mampir ke daerah ini untuk mencicipi makanan. Lokasi ini sangat strategis, karena dikelilingi dengan berbagai macam ruko, *apartement*, *restaurant*, mal dan universitas yaitu Bina Nusantara dan Tarumanegara yang ramai mahasiswanya sehingga sangat mungkin pelanggan berasal dari kedua universitas tersebut. Tidak hanya itu, karena padatnya kegiatan di lokasi ini, banyak juga orang lalu lalang melewati lokasi tersebut, serta kendaraan umum dan juga jalanan sangat memadai. Hal ini tentu menjadi peluang yang menarik dan cukup menjanjikan bagi toko kue *Green Tea Dynasty* untuk menjalankan aktivitasnya.



Tabel 2.2

Luas Wilayah, Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2011

Kabupaten/Kota	Luas (Km <sup>2</sup> )	Penduduk (Jiwa)	Proporsi Penduduk (%)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km <sup>2</sup> )
Kep. Seribu	8,70	24.936	0,24	2.866,2
Kota Jakarta Selatan	141,27	2.135.571	20,96	15.116,9
Kota Jakarta Timur	188,03	2.926.732	28,73	15.565,2
Kota Jakarta Pusat	48,13	1.123.670	11,03	23.346,6
Kota Jakarta Barat	129,54	2.260.341	22,19	17.449,0
Kota Jakarta Utara	146,66	1.716.345	16,85	11.702,9
DKI JAKARTA	662,33	10.187.595	100	15.381,4

Sumber: Luas Wilayah, Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2011 (simreg.bappenas.go.id, diakses 1 April 2015)

Dalam tabel tersebut terlihat bahwa Jakarta Barat memiliki proporsi penduduk nomor 2 terbanyak di Jakarta, sehingga toko kue *Green Tea Dynasty* mempunyai kesempatan besar untuk berkembang di sini karena daerah ini ramai penduduknya.

Toko kue *Green Tea Dynasty* menggunakan tepung mocaf sebagai bahan dasarnya, mocaf merupakan tepung hasil modifikasi tepung singkong. Banyak manfaat yang didapatkan dengan menggunakan tepung mocaf sebagai pengganti tepung terigu sebagai bahan dasar pembuatan kue di toko kue *Green Tea Dynasty*. Jumlah kalori dalam makanan diperlukan untuk memperhitungkan keseimbangan energi. Apabila jumlah kalori yang dikonsumsi lebih kecil dari kalori yang digunakan, berat badan akan berkurang karena cadangan energi lemak akan digunakan. Sebaliknya, apabila jumlah kalori yang masuk lebih besar dari kalori yang digunakan, berat badan akan meningkat. Kelebihan energi akan disimpan sebagai lemak dan penumpukan lemak yang berlebihan dapat meningkatkan resiko terjadinya hipertensi, obesitas, penyakit jantung, stroke, dan diabetes. ([www.tropicanaslim.com](http://www.tropicanaslim.com) diakses 1 April 2015) Berikut adalah data perbandingan kandungan gizi tepung mocaf dengan tepung lainnya

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 2.3

Perbandingan Gizi Tepung Mocaf Dengan Tepung Lainnya

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

Sumber: Perbandingan Gizi Tepung Mocaf Dengan Tepung Lainnya  
(gizi.depkes.go.id, diakses 1 April 2015)

Dalam tabel yang disajikan dapat dilihat bahwa kandungan protein tepung mocaf jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan tepung terigu. Protein tidak boleh dikonsumsi oleh anak autis, sehingga dengan hadirnya toko kue *Green Tea Dynasty* dengan bahan dasar tepung mocaf anak berkebutuhan khusus juga dapat mengkonsumsi kue *Green Tea*. Lemak dan kalori yang dimiliki oleh tepung mocaf juga lebih rendah jika dibandingkan tepung terigu sehingga dapat dikonsumsi oleh konsumen yang sedang menjaga berat tubuhnya.

Jumlah produksi singkong di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal ini dapat menjadi peluang bagi bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* yang menggunakan tepung singkong sebagai bahan dasar untuk produksi. Berikut merupakan data peningkatan produksi singkong di Indonesia:



Tabel 2.4

Tabel Luas Panen Produktivitas Produksi  
Tanaman Ubi Kayu Indonesia

Jenis Tanaman	Tahun	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Ku/Ha)	Produksi (Ton)
Ubi Kayu	2009	1.175.666	187,46	22.039.145
Ubi Kayu	2010	1.183.047	202,17	23.918.118
Ubi Kayu	2011	1.184.696	202,96	24.044.025
Ubi Kayu	2012	1.129.688	214,02	24.177.372
Ubi Kayu	2013	1.137.210	224,18	25.494.507

Sumber: Tabel Luas Panen Produktivitas Produksi Tanaman Ubi Kayu Indonesia (bps.go.id, diakses 1 April 2015)

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

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



## B. Analisis PESTEL

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

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap toko kue *Green Tea Dynasty* yang dilakukan oleh penulis:

### 1. *Political*

Dalam berbisnis sangatlah penting untuk mempertimbangkan resiko politik dan pengaruhnya terhadap bisnis toko kue *Green Tea Dynasty*. Risiko politik umumnya berkaitan dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu negara. Jika situasi politik mendukung maka bisnis secara umum akan berjalan dengan lancar. Situasi politik yang kondusif akan membuat harga saham naik, sebaliknya, jika situasi politik tidak menentu, maka akan menimbulkan unsur ketidakpastian karena akan mempengaruhi permintaan dan penawaran yang tidak seimbang dan distribusi barang akan terganggu. Apabila hal ini berlanjut maka akan terjadi inflasi yang tinggi yang ditandai dengan kenaikan harga. Perubahan-perubahan kepemimpinan juga seringkali berakibat terjadinya perubahan dalam keputusan politik dan akhirnya berdampak langsung terhadap kondisi bisnis. Pada tahun 2015 ini, Indonesia sedang berada pada tahun politik, dimana baru saja terjadi pergantian presiden. Dikutip dalam harian Kompas, nilai rupiah melemah terhadap dollar AS yang berakibat akan terjadi kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM).



## 2. Economic

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

Tabel 2.5

Tingkat Laju Inflasi Nasional

Bulan	Tingkat Inflasi Nasional						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Januari	-0,07	0,84	0,89	0,76	1,03	1,07	-0,24
Februari	0,14	1,14	1,03	0,81	0,75	0,26	-0,36
Maret	0,36	0,99	0,70	0,88	0,63	0,08	0,17
April	0,05	1,15	0,39	1,09	-0,02	-0,02	-
Mei	0,10	1,44	0,51	1,15	2,30	0,16	-
Juni	0,21	2,42	1,06	1,79	3,35	0,43	-
Juli	0,66	4,02	1,74	2,50	6,75	0,93	-
Agustus	1,22	4,82	2,69	3,48	7,94	0,47	-
September	2,28	5,28	2,97	3,49	7,57	0,27	-
Oktober	2,48	5,35	2,85	3,66	7,66	0,47	-
November	2,45	5,98	3,20	3,73	7,79	1,5	-
Desember	2,78	6,96	3,79	4,30	8,38	2,46	-

Sumber: Tingkat Laju Inflasi Nasional (bps.go.id, diakses 24 April 2015)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Terjadi penurunan inflasi pada bulan Januari 2015 dibandingkan dengan Januari

2014, karena pada Januari 2014 terjadi banjir yang merendam sebagian besar kota sehingga menyebabkan peningkatan pada harga komoditas pangan, namun angka inflasi ini tidak terjadi lagi pada Januari 2015. Pada bulan Maret 2015 terjadi kenaikan dibanding Maret 2015, dan akan kembali naik menjelang Idul Fitri dan tahun ajaran baru sekolah, hal ini disebabkan karena ada kenaikan harga. Kenaikan inflasi dapat menyebabkan kenaikan harga barang-barang secara keseluruhan. Hal ini dapat mempengaruhi bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* karena akan mempengaruhi harga bahan baku, sehingga biaya produksi akan meningkat dan dapat meningkatkan harga jual. Peningkatan harga jual akan mengakibatkan daya beli masyarakat akan menurun. Dari perubahan ini diperlukan adanya penyesuaian pengaruh inflasi pada bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* agar tidak membawa dampak yang serius pada usaha. Maka perlu dinilai kembali kelayakan usaha dari arus kas masuk dan aliran kas keluar yang sudah disesuaikan dengan perkiraan rata-rata laju inflasi selama umur usaha toko kue *Green Tea Dynasty*.

### 3. Social

Kebutuhan konsumen akan makanan ringan tidak dapat terlepas. Dalam setiap acara makanan ringan merupakan hal yang penting untuk disediakan untuk bersantai dan berbincang-bincang. Namun jumlah konsumsi dari produk toko kue *Green Tea Dynasty* juga dipengaruhi oleh daya beli masyarakatnya. Jumlah pengangguran pada bulan Agustus 2014 di Jakarta terus menurun dan jumlah pekerja semakin meningkat dibanding tahun-tahun sebelumnya (Sumber: [www.jakarta.go.id](http://www.jakarta.go.id) diakses 27 April 2015), sehingga jumlah penduduk miskin di Jakarta akan semakin menurun. Artinya daya beli

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 IBKKG.

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



masyarakat terhadap produk juga akan semakin besar. Selain hal tersebut dewasa ini masyarakat semakin menyadari pentingnya bentuk tubuh yang ideal dan gaya hidup yang sehat. Karena ingin memiliki bentuk tubuh yang ideal, maka banyak orang yang menghindari untuk mengkonsumsi makanan ringan termasuk kue *Green Tea*. toko kue *Green Tea Dynasty* hadir untuk menjawab kebutuhan konsumen akan kue *Green Tea* yang enak dan rendah kalori sehingga dapat membantu orang yang ingin memiliki tubuh ideal dan menikmati cemilan yang enak.

#### 4. *Technological*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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. Environment

Lingkungan menjadi faktor yang menentukan pembelian dari produk toko kue *Green Tea Dynasty*. Toko kue *Green Tea Dynasty* berada di Jalan Tanjung Duren, Grogol karena lokasi tersebut setiap hari mulai dari pagi hingga sore hari selalu ramai dipadati oleh orang yang mau berangkat beraktifitas. Didukung dengan adanya Universitas Esa Unggul, Universitas Tarumanegara, Universitas Ukrida, Universitas Trisakti, Universitas Bina Nusantara yang lokasinya dekat dengan lokasi toko kue *Green Tea Dynasty* membuat banyak mahasiswa yang mencicipi kue rasa *Green Tea* yang digemari anak-anak muda jaman sekarang. Selain tempat lokasi usaha yang strategis, Jalan Tanjung Duren Raya juga bebas dari banjir, tidak seperti lokasi-lokasi lainnya di Jakarta jika banjir besar melanda, sehingga toko kue *Green Tea Dynasty* bisa tetap beroperasi seperti biasa selagi pembelian bahan baku tidak terputus aksesnya.

## 6. Legal

Pemerintah Indonesia memiliki peraturan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 yang mengatur tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, sehingga dalam menjalankan bisnis *Green Tea Dynasy* penulis harus memperhatikan peraturan pemerintah tersebut. Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan. Instansi pemerintah dapat membuat peraturan yang mengatur tentang hak dan kesempatan kerja yang sama, jam kerja seorang karyawan, dan hak untuk mendapatkan upah juga harus diperhatikan sehingga bisnis *Green Tea Dynasty* tidak melanggar hukum yang berlaku. Selain itu konsumen juga memiliki hak perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang harus diperhatikan dalam bisnis toko kue *Green Tea Dynatsy*. Kebijakan pajak yang ditetapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



oleh pemerintah harus dipenuhi oleh setiap pengusaha. Kebijakan pajak yang akan dikenakan sebesar 10% sesuai Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2011 tentang pajak restoran. Serta setiap usaha yang melakukan kegiatan perdagangan diwajibkan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), kecuali perusahaan yang dibebaskan menurut undang-undang.

### C. Analisis Pesaing

Dalam lingkungan bisnis pesaing merupakan hal yang paling signifikan dalam mempengaruhi jalannya bisnis. Salah satu kunci keberhasilan bisnis ditentukan oleh kemampuan pemilik bisnis dalam memahami pesaing. Dalam menjalankan bisnis, seorang pebisnis harus mengidentifikasi dan menganalisa kelebihan dan kelemahan dari pesaing agar bisnis yang dijalankan memiliki strategi supaya dapat unggul jika dibandingkan dengan pesaing untuk menghadapi ancaman dari pesaing.

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



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

#### 1. Persaingan industri sejenis

Yang merupakan saingan *Green Tea Dynasty* adalah *Serena Bakery*, dan *Kue Cubit Kenko* yang menawarkan produk yang menyerupai makanan ringan yang terbuat dari tepung seperti roti atau kue. Pesaing *Green Tea Dynasty* yaitu *Serena Bakery*, dan *Kue Cubit Kenko*. *Kue Cubit Kenko* berlokasi di jalan Taman Apel, dekat universitas Tarumanegara dan *Serena Bakery* terletak di Greenville. Maka kekuatan antar persaingan produk sejenis sangatlah rendah karena hanya ada 2 pesaing yang memiliki konsentrasi dalam produksi kue ditambah lagi jarak antar pesaing cukup terbilang jauh, sehingga toko kue *Green Tea Dynasty* akan dapat unggul dibandingkan pesaing. Strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen adalah dengan menawarkan produk kue dengan bahan dasar tepung mocaf dan rasa yang berkonsentrasi pada *Green Tea* yang berbeda dari produk yang ditawarkan pesaing.

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.



## 2. Ancaman pendatang baru potensial

Ⓒ Bukan tidak mungkin akan datang banyak pesaing yang akan bermunculan dalam industri ini. Karena industri ini masih sangat potensial untuk dimasuki pesaing baru sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen adalah dengan menguatkan *brand image* terhadap konsumen dan melakukan inovasi produk sehingga konsumennya tetap loyal terhadap produk toko kue *Green Tea Dynasty*.

## 3. Ancaman produk pengganti

Ancaman produk pengganti merupakan ancaman yang paling besar. Karena di Tanjung terdapat berbagai macam toko kue dan jajanan pasar lainnya yang menawarkan produk yang berbeda dari produk *Green Tea Dynatsy* karena di jalan Tanjung Duren Raya terdapat pasar tradisional yang bernama Pasar Kopro. Maka ancaman produk pengganti dapat mengancam dari keberlangsungan bisnis toko kue *Green Tea Dynasty*. Strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen adalah dengan menjaga kualitas dari produk, memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

## 4. Kekuatan Pemasok

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



## 5. Kekuatan pembeli

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Konsumen memiliki daya pembandingan untuk membandingkan harga, kualitas produk, dan layanan. Hal tersebut yang menyebabkan daya tawar konsumen tinggi sehingga konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Toko kue *Green Tea Dynasty* hadir sebagai pelengkap diantara banyaknya pilihan konsumen, sehingga manajemen harus menjaga kualitas dari produk *Green Tea Dynasy* dengan memberikan pelayanan terbaik.

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

### 1. Nama Perusahaan : Serena Cakery

Alamat: Jalan Kompleks Green Ville Blok BL-4, Jakarta Barat

Kelebihan:

- Harga produk cukup murah dan terjangkau.
- Produk telah dikenal oleh banyak masyarakat Greenville dan sekitarnya

Kelebihan:

- Serena Cakery tidak memiliki tempat parkir yang cukup sehingga menyulitkan konsumen dalam memarkirkan kendaraan.
- Tempat bangunan Serena Cakery sangat sederhana dan tidak nyaman.
- Kurang dalam inovasi produk

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.



2. Nama Perusahaan : Kue Cubit Kenko

Alamat: Jalan Taman Apel Block 3 No.3, Jakarta Barat

Kelebihan:

- a. Brand Kue Cubit Kenko merupakan *brand* yang sudah dikenal luas dan memiliki cabang cukup banyak.
- b. Kue Cubit Kenko mempunyai banyak pilihan rasa, salah satunya yaitu *Green Tea*.
- c. Lokasi Kue Cubit Kenko letaknya sangat strategis, karena sangat dekat dengan kost-kostan mahasiswa Tarumanegara dan lokasinya cukup dekat dengan kampus sehingga mudah di jangkau mahasiswa.

Kekurangan:

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### D. Segmentasi Pasar

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

Segmentasi pasar menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:228)

“Segmen pasar terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki sekumpulan kebutuhan dan keinginan yang serupa. Alih-alih menciptakan segmen, tugas pemasar adalah mengidentifikasi segmen dan memutuskan segmen mana yang akan dibidik.”

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.



Keputusan toko kue *Green Tea Dynasty* untuk membagi pasarnya berdasarkan segmentasi yang tepat akan mempengaruhi jenis-jenis konsumen yang menjadi target dari toko kue *Green Tea Dynasty*. Menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:233) segmentasi pasar dibagi menjadi empat variable segmentasi utama yaitu:

### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis memerlukan pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti Negara, Negara bagian, wilayah, kabupaten, kota atau lingkungan sekitar. Segmentasi geografis dari toko kue *Green Tea Dynasty* adalah wilayah sekitar Jakarta Barat terutama daerah Tanjung Duren, serta pengunjung dari arah Greenville atau Roxy yang ingin menuju universitas Bina Nusantara pasti melewati jalan ini. Karena Jalan Raya Tanjung Duren merupakan jalan raya yang mulai dari pagi hingga malam selalu ramai oleh orang yang melalui jalan ini. Daerah Tanjung Duren pun sangat ramai oleh pertokoan dan pasar tradisional yang berada di sepanjang jalan raya Tanjung Duren, sehingga pertokoan dan rumah makan yang berrada di sepanjang jalan raya selalu ramai oleh pengunjung pada jam makan siang atau makan malam.

### 2. Segmentasi Demografis

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

#### a. Umur dan tahap daur hidup

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda. Fokus segmentasi toko kue *Green Tea Dynasty* adalah semua umur. Khususnya anak muda dan keluarga muda dengan rentang usia 15-39 tahun. Karena produk yang



ditawarkan oleh toko kue *Green Tea Dynasty* adalah produk yang dapat dikonsumsi oleh semua usia. Bahkan dapat dikonsumsi oleh anak autis yang tidak boleh mengonsumsi tepung terigu.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

b. Jenis Kelamin

Yaitu membagi segmentasi pasar berdasarkan jenis kelamin. Toko kue *Green Tea Dynasty* tidak memiliki fokus segmentasi kelamin, karena semua jenis kelamin menyukai makanan dan dapat mengonsumsi produk toko kue *Green Tea Dynasty*.

c. Penghasilan

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. Toko kue *Green Tea Dynasty* memiliki fokus pada konsumen yang memiliki penghasilan minimal Rp. 5.000.000 perbulan. Dengan penghasilan minimal Rp. 5.000.000 keluarga kecil dapat menikmati kue ini sebagai makanan ringan yang lezat dan sehat. Begitu pula dengan mahasiswa yang berada disekitar toko kue *Green Tea Dynasty*, dengan uang saku minimal Rp. 2.000.000 yang menjadi segmentasi dari toko kue *Green Tea Dynasty*.

d. Generasi

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok generasi yang berbeda. Toko kue *Green Tea Dynasty* dapat dinikmati oleh semua generasi. Namun segmentasi khusus dari toko kue *Green Tea Dynasty* adalah generasi muda dan keluarga muda.

e. Kelas sosial

Yaitu membagi pasar menjadi kelompok kelas sosial yang berbeda. Toko kue *Green Tea Dynasty* hadir untuk kalangan kelas sosial menengah keatas yang suka mencicipi berbagai makanan baru, dan kalangan yang sadar akan makanan yang sehat.

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. Segmentasi Psikografis

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

Toko kue *Green Tea Dynasty* melakukan segmentasi psikografis sebagai berikut:

#### a. Gaya hidup

Dalam mengkonsumsi makanan, apa yang dimakan oleh konsumen menunjukkan gaya hidup konsumen. Khususnya di Jakarta sebagai kota metropolitan dan modern, banyak masyarakat yang terdiri dari kalangan usia gemar untuk berkumpul dan berbincang-bincang dengan teman dan keluarga di tempat makan. Konsumen yang memiliki gaya hidup yang gemar mencicipi makanan ringan lah yang menjadi segmentasi toko kue *Green Tea Dynasty*.

#### b. Kepribadian

Fokus segmentasi toko kue *Green Tea Dynasty* yaitu konsumen yang menginginkan pengalaman baru didalam bidang kuliner. Perilaku konsumen juga akan menjadi perhatian penulis dalam bisnis yang akan dijalankan ini. Perilaku konsumen yang diperhatikan oleh penulis konsumen pada hari biasa akan lebih ramai jika dibandingkan dengan hari libur. Hal ini disebabkan aktifitas dan keramaian di sekitar Tanjung Duren lebih ramai dari mulai hari Senin sampai hari Sabtu.

#### c. Nilai

Fokus segmentasi dari toko kue *Green Tea Dynasty* adalah menciptakan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen atas produk yang dihasilkan oleh toko kue *Green Tea Dynasty*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



#### 4. Perilaku

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

#### E. Matriks Profil Kompetitif

Menurut David (2009: 160)

“Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*) mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel.”

Maksud dari David adalah mengidentifikasi pesaing bisnis kue *green tea* dari kekuatan dan kelemahannya dalam kaitannya dengan posisi strategis bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* dibandingkan dengan posisi pesaing. Matriks profil kompetitif terdiri dari komponen-komponen, yaitu:

##### 1. *Critical Success Factor*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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

## 2. *Weight*

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

## 3. *Rating*

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

## 4. *Score*

Jumlah perkalian antara bobot dengan rating dari setiap perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 Score

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

Untuk mengetahui matriks profil kompetitif dari toko kue *Green Tea Dynasty*, penulis mencoba melakukan *Competitive Profile Matrix*, sebagai berikut:

Tabel 2.6

Tabel *Competitif Profile Matrix*

<i>Critical Success Factor</i>	<i>Weight</i>	Toko kue <i>Green Tea Dynasty (plan)</i>		Serena Cakery		Kue Cubit Kenko	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Kualitas Produk	0,20	4	0,8	4	0,80	3	0,60
Harga	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
<i>Packaging</i>	0,125	4	0,50	4	0,50	2	0,25
Fasilitas	0,15	4	0,60	3	0,45	2	0,60
<i>Promotion</i>	0,20	4	0,80	3	0,60	3	0,60
<i>Service</i>	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Reputasi	0,075	1	0,075	4	0,30	4	0,30
Total	1,00		3,625		3,5		3,2

Sumber: Toko kue *Green Tea Dynasty*

Berdasarkan tabel CPM tersebut maka dapat disimpulkan bahwa toko kue *Green Tea Dynasty* secara keseluruhan akan dapat berpeluang unggul, terutama dalam fasilitas yang diberikan. Bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* unggul dalam promosi karena bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* merupakan bisnis baru sehingga diperlukan promosi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan pesaing yang produknya sudah di kenal di daerah Tanjung Duren. Tetapi



toko kue Green Tea Dynasty memiliki kelemahan dalam reputasi karena toko kue *Green Tea Dynasty* belum dikenal, sehingga toko kue Green Tea Dynasty sangat cepat dapat merespon promosi agar toko kue *Green Tea Dynasty* cepat dikenal oleh banyak orang dan memiliki reputasi yang patut diperhitungkan.

## F. Analisis SWOT

Menurut Dwyer dan John F. Tanner, Jr. (2008:170)

*"One of the most productive and memorable planning tools is a SWOT analysis. This is self-assessment framework for examining our Strengths and Weaknesses, our Opportunities and Threats."*

Dengan mengetahui analisis SWOT dalam bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* maka, penulis dapat mengantisipasi ancaman serta merebut peluang-peluang bisnis yang ada di dalam pasar.

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

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

#### a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang dimiliki oleh toko kue *Green Tea Dynasty* yaitu:

- (1) Belum banyak pesaing yang menyajikan kue *green tea* dengan bahan dasar tepung mocaf khususnya di Jakarta Barat, Sehingga berpotensi untuk berkembang tidak hanya di Tanjung Duren saja tetapi juga berpotensi untuk berkembang di beberapa wilayah Jakarta lainnya.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- (2) Kebutuhan masyarakat akan makanan ringan yang enak namun tetap dapat menjaga berat tubuh yang ideal.
- (3) Harga bahan baku tepung mocaf lebih murah jika dibandingkan dengan tepung terigu.
- (4) Produksi singkong di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

b. Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang dimiliki oleh toko kue *Green Tea Dynasty* adalah:

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

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

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

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan bisnis toko kue *Green Tea Dynasty* adalah:

- (1) Produk toko kue *Green Tea Dynasty* menggunakan bahan dasar tepung mocaf, yang aman bagi lambung dan anak penderita autisme. Tepung Mocaf merupakan tepung yang rendah lemak namun tinggi karbohidrat sehingga cocok untuk

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.



konsumen yang ingin mengkonsumsi kue *Green Tea* enak tetapi tetap dapat memiliki berat tubuh yang ideal.

- (2) Toko kue *Green Tea Dynasty* memiliki tekstur kue yang lebih lembut dari pada kue pesaing yang menggunakan tepung terigu.
- (3) Jangka waktu penyimpanan tepung mocaf sebagai bahan baku lebih lama dibandingkan dengan tepung terigu.
- (4) Produk kue *Green Tea* yang ditawarkan bervariasi.
- (5) Harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan.
- (6) Pelayanan yang cepat dan ramah didukung dengan adanya *wi-fi*.
- (7) Memiliki spesialisasi rasa *green tea* yang saat ini sedang populer di kalangan anak-anak muda.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan yang dimiliki oleh toko kue *Green Tea Dynasty* adalah:

- (1) Produk dan *brand* toko kue *Green Tea Dynasty* juga belum dikenal oleh masyarakat luas sehingga penulis harus melakukan promosi dengan lebih efektif.
- (2) Tidak mengetahui kapan harga bahan baku akan naik.
- (3) Pelayan kurang berpengalaman tentang kue *Green Tea* karena memang kue ini masi jarang ditemui dipasaran.

Lebih lanjut menurut David (2009: 327) matriks (*Strengths Weaknesses-Opportunities-Threats-SWOT*) adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-

**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.



ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman). Hasil toko kue *Green Tea Dynasty* dalam analisis SWOT, yaitu:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

a. *S.O strategies*

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

Strategi S-O yang akan dijalankan oleh toko kue *Green Tea Dynasty* adalah:

- (1) Menjalani kerjasama dengan *supplier* (S1, S2, S3, O3 dan O4)
- (2) Menawarkan produk toko kue *Green Tea Dynasty* dengan harga yang terjangkau. (S5, dan O3). Dengan harga bahan baku mocaf yang lebih murah dibandingkan tepung terigu maka harga kue *Green Tea* yang disajikan akan dapat dijangkau oleh berbagai kalangan.
- (3) Menawarkan produk dengan berbagai varian pada kue *green tea*. (S4, O1 dan O2). Kue yang disajikan lebih bervariasi sehingga lebih unik dan menarik.
- (4) Memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan pemesanan *delivery order* dan pelayanan yang baik. (S6 dan O1). Toko kue *Green Tea Dynasty* memberikan pelayanan terbaik dengan pelayanan yang ramah dan cepat, serta pelayanan *delivery* sehingga konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.
- (5) Memperluas pangsa pasar dengan promosi *online*. (S5, O2)

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. S-T *strategies*

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

Strategi S-T yang akan dijalankan oleh toko kue *Green Tea Dynasty* adalah:

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**c. W-O strategies**

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

Strategi W-O yang akan dijalankan oleh toko kue *Green Tea Dynasty* adalah:

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

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.



d. W-T strategies

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

Strategi W-T yang akan dijalankan oleh toko kue *Green Tea Dynasty* adalah:

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

Berikut adalah matriks analisis SWOT:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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

Tabel 2.7

Tabel SWOT Matriks

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<b>Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk toko kue <i>Green Tea Dynasty</i> menggunakan bahan dasar tepung mocaf, yang aman bagi lambung dan anak penderita autis. Tepung Mocaf merupakan tepung yang rendah lemak namun tinggi karbohidrat sehingga cocok untuk konsumen yang ingin mengonsumsi kue <i>green tea</i> enak tetapi tetap dapat memili berat tubuh yang ideal.</li> <li>2. Toko kue <i>Green Tea Dynasty</i> memiliki tekstur kue yang lebih lembut dari pada kue pesaing yang menggunakan tepung terigu.</li> <li>3. Jangka waktu penyimpanan tepung mocaf sebagai bahan baku lebih lama dibandingkan dengan tepung terigu.</li> <li>4. Produk kue <i>Green Tea</i> yang ditawarkan bervariasi.</li> <li>5. Harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan.</li> <li>6. Pelayanan yang cepat dan ramah serta didukung dengan adanya <i>wi-fi</i>.</li> <li>7. Memiliki spesialisasi rasa <i>green tea</i> yang saat ini sedang populer di kalangan anak-anak muda.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk dan <i>brand</i> toko kue <i>Green Tea Dynasty</i> belum dikenal oleh masyarakat luas.</li> <li>2. Tidak mengetahui kapan harga bahan baku akan naik.</li> <li>3. Pelayan yang kurang berpengalaman karena kue <i>green tea</i> yang menggunakan tepung mocaf tergolong masih produk baru.</li> </ol>
<b>Eksternal</b>	Strategi (SO)	Strategi (WO)
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjalin kerjasama dengan <i>supplier</i> (S1, S2, S3, O3 dan O4)</li> <li>2. Menawarkan produk kue <i>green tea</i> dengan harga yang terjangkau. (S5, dan O3)</li> <li>3. Menawarkan produk dengan berbagai varian pada kue <i>Green Tea</i>. (S4,O1 dan O2)</li> <li>4. Memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan pemesanan <i>delivery</i> dan pelayanan yang baik. (S6, dan O1)</li> <li>5. Memperluas pangsa pasar dengan promosi <i>online</i>. (S5, O2))</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan promosi dengan media cetak dan elektronik. (W1, O1 dan O2).</li> <li>2. Memberikan pengetahuan tentang manfaat tepung mocaf di kemasan produk. Untuk meningkatkan <i>brand image</i> (W1, O1 dan O2)</li> <li>3. Mengendalikan harga dan kualitas bahan baku. (W2, O3, dan O4)</li> <li>4. Memberikan pengarahan kepada karyawan baru. (W3, O1)</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum banyak pesaing yang menyajikan kue <i>Green Tea</i> dengan bahan dasar tepung mocaf sehingga berpeluang untuk berkembang tidak hanya di Tanjung Duren saja tetapi juga berpeluang untuk berkembang beberapa wilayah di Jakarta Barat.</li> <li>2. Kebutuhan masyarakat akan makanan ringan yang enak namun tetap dapat menjaga berat badannya.</li> <li>3. Harga bahan baku tepung mocaf lebih murah jika dibandingkan dengan tepung terigu.</li> <li>4. Produksi singkong di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.</li> </ol>		

C

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Threat	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<p>1. Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil, sehingga mempengaruhi harga bahan baku.</p> <p>2. Pada musim hujan panen singkong terganggu sehingga <i>supply</i> tepung mocaf di pasar menipis.</p> <p>3. Banyaknya penjual kue <i>green tea</i> lain.</p>	<p>1. Memberikan <i>product knowledge</i> kepada masyarakat tentang manfaat tepung mocaf melalui <i>website</i> dan kemasan produk. (S1, S2 dan T3)</p> <p>2. Melakukan inovasi terhadap produk kue <i>green tea</i> yang disajikan. (S4, dan T4)</p> <p>3. Pada musim hujan menyuplai bahan baku lebih banyak. (S3, dan T2)</p> <p>4. Memberikan kepuasan konsumen dalam pelayanan dengan <i>delivery order</i>. (S6, dan T3)</p> <p>5. Menjaga hubungan baik dengan <i>supplier</i>. (S5, dan T1)</p>	<p>1. Bekerjasama dengan ahli gizi untuk memberikan testimoni mengenai manfaat tepung mocaf melalui <i>website</i> dan kemasan produk. (W1, T3, dan T4)</p> <p>2. Menjaga hubungan baik dengan <i>supplier</i> agar kualitas yang diberikan tetap baik dan harga stabil. (W2, T1, dan T2)</p> <p>3. Memberikan evaluasi karyawan setiap satu minggu sekali. (W3.)</p>

Sumber: Toko kue *Green Tea Dynasty*

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.