



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Setiap industri memiliki perbedaan mereka masing-masing berdasarkan karakteristik perekonomian mereka, persaingan yang mereka miliki dari kompetitor dan juga perkembangan industri di masa depan. Perubahan – perubahan yang dipicu dari berbagai faktor seperti ekonomi, teknologi maupun pasar akan mulai berubah. Perusahaan sangat membutuhkan Analisis industri dan persaingan guna untuk menyesuaikan perubahan dan menyusun strategi dalam menghadapi persaingan dalam berbisnis. Biasanya dalam analisis industri sendiri membandingkan berbagai kemungkinan seperti apakah industri yang sedang di jalani cukup memiliki potensi ataupun tidak memiliki potensi. Selain melakukan analisis industri ini, nantinya informasi yang telah dikumpulkan akan digunakan sebagai bahan untuk mempertimbangkan semua kemungkinan yang ada.

3.1. Trend dan Pertumbuhan Industri

Trend pada saat ini, sudah banyak bisnis mulai berkembang. Munculnya berbagai macam produk makanan dan minuman menjadi awal dari pertumbuhan trend yang ada di masyarakat menjadi bukti pesatnya perkembangan bisnis. Pada saat ini, dengan adanya hal baru dikalangan masyarakat, menjadikan antusias masyarakat meningkat terhadap berbagai produk.

Bisnis minuman sarang burung walet merupakan bisnis yang memiliki keuntungan yang cukup besar. Trend dan pertumbuhan industri di bidang ini sedang meningkat dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang berdampak pada kesadaran akan kesehatan masyarakat dalam mengkonsumsi sesuatu yang sehat. Minuman burung walet pada saat ini



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



beroperasi di kota Pontianak dimana di sana terdapat beberapa pesaing yang tidak kalah unggul dan sudah di kenal oleh masyarakat Pontianak. Berikut adalah para pesaing yang ada di kota Pontianak hasil dari pengamatan penulis:

a. Pesaing 1

Nama : Lotus bird nest
Lokasi : Jl. Sungai Raya Dalam komp. Mitra Utama 3 no. 9A, Pontianak, Kalimantan Barat.
Harga : Harga untuk 1 Jar ukuran 120ml Rp.80.000
Kelebihan : usaha lebih lama beridir, memiliki banyak jenis varian produk.
Kekurangan : Hanya menjual di Pontianak dan sekitar.

b. Pesaing 2

Nama : Black Walet Pontianak
Lokasi : Jl. Putri Candramidi Gg. Pawan Jaya No.14A, Sungai Bangkong, Pontianak, Kalimantan barat.
Harga : Harga untuk 1 Jar ukuran 120ml Rp.85.000
Kelebihan : Usaha sudah lama berdiri, menerima pengiriman keluar kota seindonesia.
Kekurangan : Harga sedikit lebih mahal, tidak memiliki banyak varian produk.

3.3. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan analisis lingkungan bisnis eksternal. Analisis PESTEL ini bertujuan menentukan ancaman dan peluang untuk perusahaan dalam merancang strategi yang akan dilaksanakan berdasarkan ancaman dan peluang yang didapatkan tersebut. Berikut adalah faktor peluang dan ancaman terhadap bisnis Private Nest Drink sebagai berikut:



a. Politik (*politic*)

Ⓒ Faktor yang paling menentukan perdagangan dunia terutama di negara Indonesia adalah faktor politik. Sejak dulu sudah ada kerja sama antara negara seperti CAFTA (*China – Asean Free Trade*) atau FTA (*Free Trade Area*) yang berdampak positif demi berjalannya bisnis di negara masing–masing. Indonesia sendiri harus siap dengan berbagai ancaman maupun peluang yang datang dari faktor politik tersebut. dengan berbagai macam perjanjian politik secara global, maka di Indonesia sendiri akan banyak masuk perusahaan – perusahaan dari luar, terutama perusahaan di bidang minuman yang nantinya menjadi ancaman bagi bisnis Private Nest Drink.

b. Ekonomi (*Economy*)

Meningkatnya perekonomian suatu negara akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam berbisnis. Hal yang paling pertama terasa adalah daya beli konsumen yang juga ikut meningkat. Namun jika perekonomian suatu negara tidak dalam kondisi yang baik, maka hal yang akan terjadi malah sebaliknya, dimana daya beli konsumen akan menurun sehingga permintaan suatu produk akan turun juga. Seperti pada saat pandemi Covid-19 dimana perekonomian Indonesia sendiri pada awalnya sangat kacau, mempengaruhi daya beli masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu dan penanganan Covid-19 ini, pelan–pelan perekonomian negara Indonesia bangkit sehingga perekonomian kembali stabil dan daya beli masyarakat juga kembali stabil dari waktu ke waktu.

c. Sosial (*social*)

Faktor sosial dapat mempengaruhi sebagian faktor lain seperti faktor ekonomi, hal ini dikarenakan faktor sosial langsung berhadapan dengan demografi pelanggan, sikap, serta gaya hidup. Dilihat dari perkembangan teknologi sekarang juga membuat informasi



menjadi sangat cepat untuk didapatkan, memberikan dampak positif di bidang sosial juga. Oleh karena itu, banyak orang memanfaatkan perkembangan sosial ini menjadikannya sebagai peluang untuk melebarkan bisnis mereka masing-masing.

d. Teknologi (*Technology*)

Di zaman sekarang, perkembangan di bidang teknologi sangatlah pesat jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Kecepatan perkembangan teknologi sekarang memungkinkan semua orang dapat saling bertukar informasi dengan sangat cepat. Selain itu juga teknologi memberikan kemudahan kepada semua orang sehingga memungkinkan orang-orang untuk bekerja dengan efisien khususnya di bidang bisnis. Dengan majunya teknologi ini, mendorong para pelaku bisnis untuk semakin memanfaatkan teknologi demi mendukung aktivitas bisnisnya, contohnya di bidang pemasaran dimana sekarang pemasaran suatu produk sudah bisa melalui teknologi internet yang sudah sangat pesat ini. Selain untuk memasarkan produk juga teknologi bisa digunakan untuk mencari informasi yang berguna tentang berita apa yang terjadi di masyarakat dan apa yang sedang dibutuhkan masyarakat sehingga peluang untuk berkembangnya bisnis bisa didapatkan. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis harus bisa memanfaatkan teknologi dengan semaksimal mungkin.

e. Lingkungan (*Environment*)

Lingkungan yang menjadi tempat berdirinya bisnis sangatlah penting. Jika lingkungan yang akan di jadikan pilihan tempat berdirinya bisnis tidak strategis atau tidak mendukung, akan memberikan dampak negatif terhadap bisnis yang akan kita dirikan. Penting bagi calon pebisnis memilih lingkungan dan lokasi yang strategis, contohnya seperti pusat kota yang ramai pengunjung atau daerah yang tidak pernah terkena banjir dan sebagainya.

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.



Faktor lingkungan nantinya akan berdampak pada strategi apa yang akan digunakan dan memberikan kenyamanan bagi calon konsumen untuk kedepannya agar pembeli merasa nyaman dan tertarik membeli produk lagi.

f. Legalitas (*Legal*)

Sebagai pelaku bisnis, wajib hukumnya untuk menaati aturan yang telah diberikan oleh pemerintah. Adapun peraturan perundangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen untuk menjamin hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan ketika mengkonsumsi produk yang disediakan oleh produsen. Selain itu ada juga peraturan perundangan tentang hak mendapatkan kompensasi pelanggan atau ganti rugi atas barang yang diterima tidak sebagaimana mestinya. Sebagai pelaku bisnis, Private Nest Drink akan selalu menaati peraturan perlindungan konsumen dan jika melanggar maka akan bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku. Private Nest Drink juga harus selalu menjaga kesehatan produk agar selalu aman ketika dikonsumsi oleh pelanggan.

Ada juga peraturan UMR atau Upah Minimum Regional yang wajib diikuti setiap pelaku bisnis ketika mempekerjakan pekerja. Berdasarkan Upah Minimum Regional atau UMR pada tahun 2021, maka Private Nest Drink yang berlokasi di kota Pontianak wajib memberikan Upah Minimum Regional atau UMR sebesar Rp. 2.416.000 kepada pekerjanya.

3.4. Analisis Lima Kekuatan Persaingan Porter

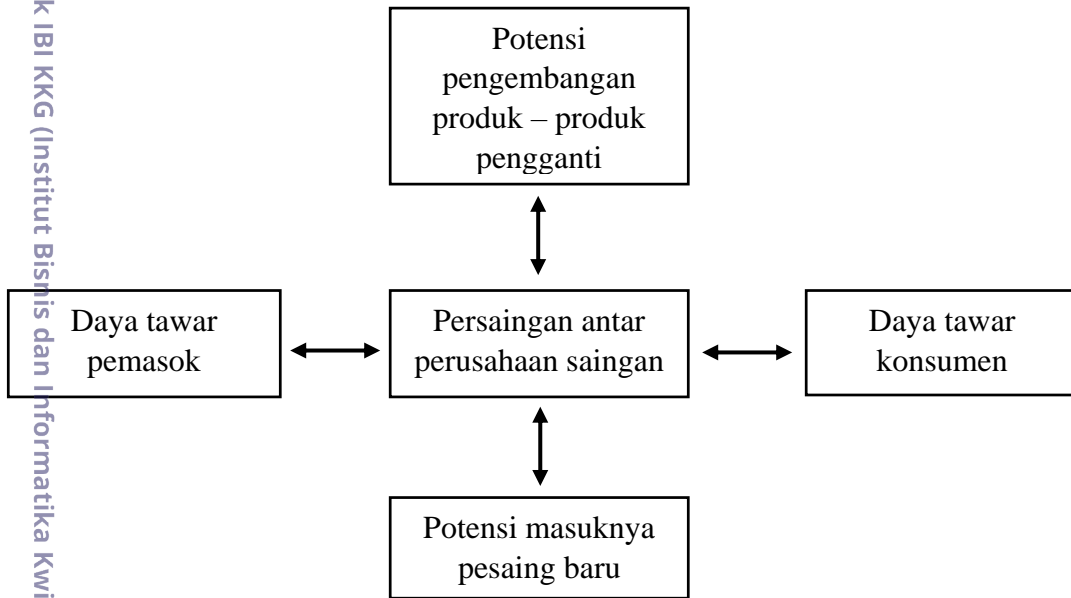
Dalam melakukan analisis sebuah struktur industri, strategi bisnis yang digunakan adalah lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif dimana pendekatan yang digunakan



untuk mengembangkan strategi di berbagai industri. Berikut adalah lima kekuatan porter tentang analisis kompetitif :

Gambar 3.2

Porter's Five Forces Model (Model Lima Kekuatan Porter)



Sumber : *Fred R. David (2017:229), Strategic Management*

a. Persaingan antar perusahaan

Persaingan antar perusahaan saingan adalah perusahaan yang saling menawarkan produk dan jasa yang sama atau sejenis. Di dalam model ini, merupakan model dengan kekuatan persaingan antar perusahaan yang paling besar. Untuk dapat lebih unggul dari pesaing, perusahaan yang menjalankan strategi ini haruslah memberikan keunggulan kompetitif jika dibandingkan dengan pesaing atau kompetitor.

Ketika menjalankan bisnis Private Nest Drink akan menghadapi kompetitor seperti Lotus Bird Nest dan juga Black Walet Pontianak dimana mereka sudah lebih dulu masuk ke pasar dibandingkan Private Nest Drink dan Mereka juga memiliki keunggulan produk

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.

masing–masing. Tetapi dalam hal keunggulan produk Private Nest Drink juga tidak akan katah unik.

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.





b. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Ⓒ Dikarenakan banyaknya pelaku bisnis sarang burung walet yang berada di Kalimantan, menjadikan bisnis ini berpotensi mengundang masuknya pesaing baru dengan jenis bisnis yang sejenis dengan Private Nest Drink. Dengan masuknya pesaing baru akan melemahkan kekuatan kita di dalam pasar. Ketika ingin mempertahankan bisnis ketika ada pesaing baru, hal yang bisa kita lakukan yaitu dengan melakukan inovasi produk, memberikan berbagai macam pelayanan yang menarik agar para pelanggan tetap ingin membeli produk kita. Hal lain yang bisa kita lakukan juga membangun hubungan yang loyal kepada para pelanggan, berikan pelayanan seperti apa yang di inginkan oleh pelanggan sehingga ketika ada pesaing baru yang masuk, para pelanggan setia kita tidak akan mudah berpaling ke kompetitor.

c. Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

Adanya produk yang sejenis akan menjadi ancaman yang serius kepada produk kita apabila produk tersebut menjadi alternatif bagi konsumen. Produk seperti ini biasanya muncul dikarenakan produk utama kita memiliki harga yang lebih mahal atau kalah menarik daripada produk pengganti. Ancaman seperti ini sudah penulis persiapkan dikarenakan dari produk Private Nest Drink memiliki keunikan yang tidak di miliki pesaing lain dan hal ini tetap menjadi ciri khas dari Private Nest Drink.

d. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok mencerminkan seberapa kuat seorang penjual. Ketika seorang penjual memiliki kontrol terhadap harga pasokan maka akan menjadi kurang menarik. Kita harus bisa mencari hubungan antar pemasok dimana masing-masing pihak dapat saling menguntungkan. Pada kenyataannya para pemasok dapat menjadi ancaman dalam suatu bisnis dikarenakan para pemasok dapat memainkan harga produk yang akan dijual dan juga



mengurangi kualitas produknya. Ketika harga produk yang ditawarkan pemasok naik, maka kita terpaksa harus menaikkan harga jual produk, disinilah kita harus mencari kesepakatan dimana antara pelaku bisnis dan pemasoknya menjalani hubungan menang – menang (*win-win relation*).

e. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen dari Private Nest Drink termasuk tinggi dikarenakan produk dari Private Nest Drink ini dipasarkan secara online di sosial media dan market place lainnya seperti tokopedia, shopee, dan lain-lain. Para pelanggan akan langsung bertanya kepada admin yang bertugas melayani pada konsumen. Konsumen bisa bertanya secara langsung melalui via chat dan melakukan tawar menawar. Demi kenyamanan pelanggan, Private Nest Drink juga dapat menerima permintaan khusus dari konsumen, dimana jika konsumen ingin produk Private Nest Drink khusus untuk ibu hamil ataupun khusus orang tua lanjut usia maka Private Nest Drink dapat memenuhi permintaan tersebut.

3.5. Analisis Faktor Kunci Sukses (*Com petitive Profile Matrix / CPM*)

Menurut David Fred R. (2017:36) Competitive Profile Matrix atau CPM mengenali pesaing perusahaan, kekuatan, serta kelemahan yang bertautan dengan posisi strategis perusahaan karena dalam analisis Competitive Profile Matrix (CPM) ini setiap perusahaan akan mengidentifikasi para kompetitor berdasarkan kelemahan dan kekuatan yang mereka miliki. Hal baiknya dari Competitive Profile Matrix (CPM) ini adalah memudahkan analisis komparatif dimana analisis ini dilakukan dengan berbagai faktor internal dan eksternal melalui *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan juga melalui *External Factor Evaluation (EFE)*. Berikut ini adalah table analisis Competitive Profile Matrix atau CPM dari Private Nest Drink.

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.



Hak Cipta © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1

Competitive Profile Matrix Private Nest Drink

Critical Success Factor	Weight	Private Nest Drink		Lotus Bird Nest		Black Walet Pontianak	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Merek	0,19	2	0,38	3	0,57	3	0,57
Cita Rasa	0,21	4	0,84	4	0,84	3	0,63
Harga	0,18	3	0,54	2	0,36	2	0,36
Kemasan	0,20	3	0,60	2	0,40	2	0,40
Kualitas	0,22	3	0,66	3	0,66	2	0,44
Total	1		3,02		2,83		2,40

Sumber: Riset dilakukan oleh penulis

Keterangan:

1) Peringkat diberikan mengacu kepada kekuatan dan juga kelemahan

1 = *minor weakness*, 2 = *minor weakness*, 3 = *minor strength*, 4 = *major strength*

2) Bobot dengan nilai yang paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk keberhasilan perusahaan.

3) Total bobot secara menyeluruh adalah 1 (satu)

4) Masing-masing total point dari perusahaan merupakan hasil dari perkalian (peringkat x nilai)

Berdasarkan **Tabel 3.1**, bobot yang tertera di dalam tabel CPM tersebut didapat dari hasil survei 53 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berstatus

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak 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.



Pelajar/Mahasiswa, Karyawan, Wirausaha, Freelance, Guru, maupun Ibu Rumah Tangga dan juga rentang usia kurang dari 17 tahun hingga lebih dari 40 tahun. Pada perhitungan yang ada di tabel tersebut, menunjukkan Private Nest Drink telah memiliki dua pesaing yang berada di bisnis yang sama yaitu "Lotus Bird Nest" dan juga "Black Walet Pontianak". Black Walet Pontianak menempati urutan ke tiga, Lotus Bird Nest menempati urutan ke dua, dan Private Nest Drink menempati urutan pertama. Angka yang muncul di tabel CPM tersebut menjelaskan tentang kelemahan dan kelebihan dari masing-masing perusahaan pada faktor yang ada di tabel.

a. Merek

Lotus Bird Nest dan juga Black Walet Pontianak memiliki *rating* 3 sedangkan Private Nest Drink memiliki *rating* 2 pada bagian Merek. Hal ini dikarenakan kedua pesaing tersebut sudah lebih lama berdiri bisnisnya daripada Private Nest Drink yang baru memulai.

b. Cita Rasa

Untuk faktor cita rasa, Lotus Bird Nest mendapatkan *rating* 4, Black Walet Pontianak mendapatkan *rating* 3, sedangkan Private Nest Drink mendapatkan *rating* 4. *Rating* tersebut didapatkan dari hasil perbandingan rasa yang dilakukan oleh penulis dengan membandingkan ke tiga produk yang dirahasiakan dengan cara meminta pendapat orang lain mana yang lebih enak dan mana yang tidak enak dengan cara memberikan *rating* 1 hingga 4, dan hasilnya rata-rata Lotus Bird Nest mendapatkan *rating* 4, Black Walet Pontianak 3, sedangkan Private Nest Drink 4.

c. Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI IKK (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.



Untuk faktor harga, Lotus Bird Nest mendapatkan *rating* 2, Black Walet Pontianak

mendapatkan *rating* 2, sedangkan Private Nest Drink mendapatkan *rating* 3. Hal ini dikarenakan Lotus Bird Nest memiliki harga Rp. 80.000 untuk ukuran 120ml, Black Walet Pontianak memiliki harga Rp. 85.000 untuk 120ml, sedangkan Private Nest Drink memiliki harga Rp.70.000 untuk jenis produk yang sama.

d) Kemasan

Untuk faktor Kemasan, Lotus Bird Nest mendapatkan *rating* 2, Black Walet Pontianak mendapatkan *rating* 2, sedangkan Private Nest Drink mendapatkan *rating* 3. Hal ini dikarenakan kedua pesaing hanya memberikan tas, sehingga kemasan kedua pesaing kurang menarik, sedangkan Private Nest Drink mendapatkan *rating* 3 karena setiap pembelian produk 4 atau 6, Private Nest Drink akan mengemas produk menjadi *hampers* sehingga lebih menarik.

e) Kualitas

Untuk faktor Kualitas, Lotus Bird Nest mendapatkan *rating* 3, Black Walet Pontianak mendapatkan *rating* 2, sedangkan Private Nest Drink mendapatkan *rating* 3. Rating ini didapatkan dari perbandingan antara ke tiga produk berdasarkan *overall* aspek seperti harga, rasa, kemasan, dan lainnya.

3.6. Analisis Lingkungan External dan Internal (SWOT Analisis)

Menurut Kotler dan Armstrong (2020:76) “*Managing the marketing function begins with a complete analysis of the company’s situation. The marketer should conduct a SWOT analysis (pronounced “swat analysis”), by which it evaluates the company’s overall strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).*”

SWOT digunakan untuk alat mengetahui lingkungan pemasaran secara internal dan eksternal. Berikut adalah analisis SWOT dari Private Nest Drink :

a) Kekuatan (*Strengths*)



- 1) Harga yang bersaing.
- 2) Memiliki kualitas produk yang baik.
- 3) Varian produk yang cukup banyak.
- 4) Memberikan layanan pemesanan produk yang bersifat custom.

b) Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Brand yang masih belum dikenal oleh masyarakat.
- 2) Ketahanan produk yang masih kurang karena produk tidak menggunakan pengawet apapun.
- 3) Masing belum memiliki teknologi vakum dalam proses produksinya yang dimana teknologi vakum ini bertujuan untuk meningkatkan ketahanan produk.

c) Peluang (*Opportunities*)

- 1) Adanya peningkatan kesadaran masyarakat untuk tetap sehat sejak pandemi Covid-19.
- 2) Adanya peningkatan tingkat konsumsi sarang burung walet dari tahun ke tahun.
- 3) Harga jual sarang burung walet yang tinggi.
- 4) Bahan baku yang cukup mudah didapatkan di kota Pontianak.

d) Ancaman (*Threats*)

- 1) Adanya ancaman dari pesaing yang sudah lebih dulu masuk di usaha ini.
- 2) Munculnya ancaman dari pemain baru.
- 3) Ekonomi yang tidak stabil.
- 4) Munculnya isu tentang bahaya mengkonsumsi sarang burung walet.

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.



Tabel 3.2

MATRIX SWOT Private Nest Drink

	<i>(S) Strength</i>	<i>(W) Weakness</i>
	1. Harga yang bersaing. 2. Memiliki kualitas produk yang baik. 3. Memiliki varina produk yang cukup banyak. 4. Memberikan layanan pemesanan produk yang bersifat custom.	1. Brand yang masih belum dikenal oleh masyarakat. 2. Ketahanan produk yang masih kurang untuk jangka lama. 3. masih memiliki manajemen yang masih belum berpengalaman dalam mengurus bisnis kuliner
<i>(O) Opportunities</i>	<i>(SO) Strategies</i>	<i>(WO) Strategies</i>
1. Adanya peningkatan kesadaran masyarakat untuk tetap sehat sejak pandemi Covid-19 2. Adanya peningkatan tingkat konsumsi sarang burung walet dari tahun ke tahun. 3. Harga jual sarang burung walet yang tinggi. 4. Bahan baku yang cukup mudah didapatkan di kota Pontianak.	1. Memberikan kualitas produk yang terbaik agar bisa bersaing dengan kompetitor lain. (S1,S2,O4) 2. Memberikan varian produk sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. (O1,O2,S3,S4) 3. Memberikan berbagai macam harga produk dan promo agar menarik minat pembeli. (O3,S1)	1. Menjalin kerja sama yang baik dengan supplier agar mendapatkan kualitas produk yang baik dan meningkatkan kualitas produk dalam hal ketahanan produk.(O4, W2) 2. Memperhatikan perkembangan selera masyarakat dan menyesuaikan produk terhadap tren. (O1, O2, W1)
<i>(T) Threat</i>	<i>(ST) Strategies</i>	<i>(WT) Strategies</i>
1. Adanya ancaman dari pesaing yang sudah lebih dulu masuk di usaha ini. 2. Munculnya ancaman dari pemain baru. 3. Ekonomi yang tidak stabil. 4. Munculnya isu tentang bahaya	1. Memberikan harga dan kualitas terbaik kepada konsumen dan memberikan keunikan dan pelayanan yang tidak diberikan oleh kompetitor lain. (S1, S2, S4, T1, T2) 2. Mencantumkan manfaat yang akan didapat ketika mengkonsumsi minuman sarang burung walet di postingan Sosial Media. (T4, S2)	1. Membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan. (W1, T1, T2) 2. Memberikan informasi lengkap kepada calon pembeli tentang keuntungan dari mengkonsumsi sarang walet. (W1, T4)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis Indonesia) dan Kwik Kian Gie School of Business.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.

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



<p>mengonsumsi sarang burung walet.</p> <p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>3. Harga pada produk dapat berubah sesuai dengan perkembangan ekonomi yang ada di Indonesia. (S1, T3)</p>	
--	--	--

Sumber: Private Nest Drink

Berikut Strategi SWOT dari **Tabel 3.2** Private Nest Drink:

a. Strategi SO

- 1) Memberikan kualitas produk yang terbaik agar bisa bersaing dengan kompetitor lain.

Strategi memberikan kualitas produk yang terbaik bertujuan untuk dapat menarik perhatian para calon pembeli dimana kita tidak akan kalah bersaing dengan para kompetitor lainnya.

- 2) Memberikan varian produk sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen.

Dengan adanya ancaman dari pesaing yang sudah lebih dulu masuk ke usaha ini, dan juga munculnya ancaman dari pemain baru menjadi ancaman yang serius. Strategi yang harus diberikan adalah strategi dalam memberikan varian produk sesuai dengan kebutuhan konsumen, dimana konsumen dapat memesan produk sesuai kebutuhan mereka seperti produk khusus untuk Lansia, penderita diabetes, ataupun produk khusus ibu hamil.

- 3) Memberikan berbagai macam harga produk dan promo agar menarik minat pembeli.



Dengan memberikan promosi yang menarik seperti memberikan berbagai diskon kepada calon pembeli akan menarik perhatian mereka. Selain promosi, harga yang menarik juga akan memberikan daya tarik juga kepada para calon pembeli. Dengan perkembangan teknologi juga, kita bisa memberikan berbagai promosi melalui dengan iklan di media sosial seperti facebook dan instagam.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b Strategi ST

- 1) Memberikan harga dan kualitas terbaik kepada konsumen dan memberikan keunikan dan pelayanan yang tidak diberikan oleh kompetitor lain.

Dengan memberikan keunikan yang hanya dipunya oleh kita, akan memberikan kesan lebih kepada pembeli. Keunikan akan memberikan nilai tambah lebih di dalam produk kita ketika pada calon pembeli membeli produk sejenis.

- 2) Mencantumkan manfaat yang akan didapat ketika mengkonsumsi minuman sarang burung walet di postingan Sosial Media.

Dengan cara mencantumkan manfaat-manfaat yang akan didapat ketika mengkonsumsi sarang burung walet akan mematahkan isu-isu buruk tentang mengkonsumsi sarang burung walet yang beredar. Meyakinkan kepada calon pembeli bahwa sangat aman untuk mengkonsumsi sarang burung walet akan meningkatkan keberhasilan para konsumen untuk membeli produk kita.

- 3) Harga pada produk dapat berubah sesuai dengan perkembangan ekonomi yang ada di Indonesia.

Perekonomian setiap negara akan selalu mempengaruhi harga jual suatu produk yang ada di negara tersebut. hal ini tidak terkecuali sarang burung walet.



Dengan perkembangan ekonomi negara Indonesia, harga sarang burung walet akan ikut naik ataupun turun, memberikan dampak kepada harga produk Private Nest Drink untuk berubah – ubah mengikuti perkembangan ekonomi di negara Indonesia.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Strategi WO

- 1) Menjalin kerja sama yang baik dengan supplier agar mendapatkan kualitas produk yang baik dan meningkatkan kualitas produk dalam hal ketahanan produk.

Membangun suatu hubungan kerja sama yang baik dengan supplier akan memberikan keuntungan karena jika hubungan sudah terjalin dengan sangat baik dengan mereka, maka kita akan selalu mendapatkan sesuatu yang kita minta dengan kesepakatan yang cukup baik dengan para supplier dan kita otomatis akan bisa meningkatkan kualitas produk karena bahan yang kita dapatkan juga berkualitas baik dengan penawaran yang terbaik juga.

- 2) Memperhatikan perkembangan selera masyarakat dan menyesuaikan produk terhadap tren.

Terus melakukan pemantauan perkembangan selera masyarakat akan membuat perusahaan melahirkan inovasi terbaik yang di minati oleh masyarakat. Hal ini akan membuat bisnis terus hidup dan berkembang mengikuti perubahan zaman yang terus berubah – ubah.

d. Strategi WT

- 1) Membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan.

Melakukan pendekatan dengan calon pelanggan bertujuan untuk memberikan kesan pertama yang baik kepada mereka. Jika calon konsumen memiliki kesan

pertama yang bagus kepada pelayanan yang kita berikan, akan memberikan pondasi yang kuat untuk loyalitas pelanggan. Dengan begitu para pelanggan akan selalu senang dan melakukan repeat order produk bisnis kita dan mereka juga akan senang merekomendasikan produk kita kepada orang-orang terdekat mereka juga.

2) Memberikan informasi lengkap kepada calon pembeli tentang keuntungan dari mengkonsumsi sarang walet.

Memberikan informasi selengkap – lengkapnya kepada calon pembeli akan menghilangkan kecurigaan terhadap produk kita. Mereka akan merasa lebih aman dan nyaman ketika mereka mengetahui semuanya tentang produk yang kita jual. Kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi produk kita juga menjadi salah satu prioritas dalam menjalankan bisnis Private Nest Drink ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.