

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### 3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Bisnis usaha makanan *rice box* di berbagai daerah di Indonesia kian mulai merajalela. Munculnya trend wisata kuliner yang berkembang karena hadir produk olahan makanan yang unik, dan menjadi salah satu tren gaya hidup masyarakat. Antusiasme para konsumen kepada sesuatu hal yang inovatif, memunculkan ide-ide pendiri bisnis, khususnya bidang kuliner seperti produk kuliner, agar mampu dilirik oleh konsumen. Selain produk-produk kuliner yang bermunculan, trend yang saat ini berkaitan erat dengan kuliner adalah jasa transportasi online yang memberikan fasilitas antar makanan dan minuman dengan satu kali tekan saja serta berbagai promo dan diskon yang gila-gilaan. Gaya hidup masyarakat seiring berubah dengan kenyamanan yang diberikan. Hal inilah yang menjadi keuntungan bagi para pemilik bisnis. Ditambah dengan kemudahan di sisi lain, pembayaran secara non-tunai juga diperkirakan akan semakin berkembang. Apalagi pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk mengurangi kontak fisik dan telah mendorong pergeseran gaya hidup konsumen menjadi serba cashless.



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

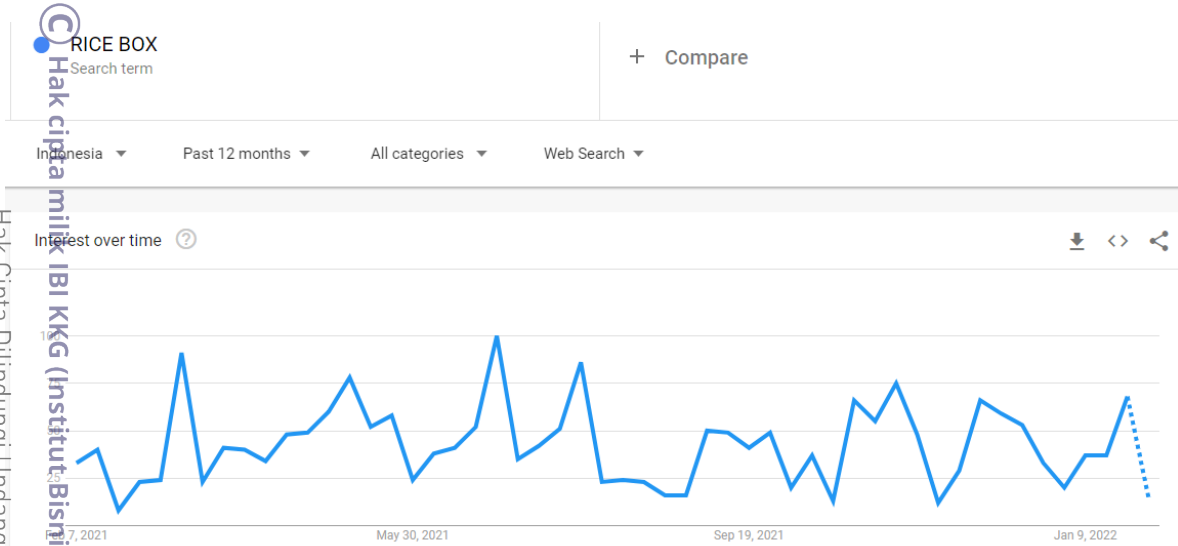
Hak Cipta dilindungi Undang-undang

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





**Gambar 3. 1 Grafik Google Trends Mengenai Rice Box Tahun 2021-2022**



Sumber : <https://trends.google.com/trends/explore?q=RICE%20BOX&geo=ID>

Dari tahun ke tahun, makanan *rice box* selalu dicari oleh masyarakat Indonesia. Apalagi di masa pandemik ini yang membuat masyarakat dibatasi untuk pergi keluar rumah. Dengan komitmen dan inovasi, kami yakin Kotak Wareg akan berkembang menjadi *brand* besar. Karena konsepnya yang jelas, unik dan sesuai dengan tren masyarakat.

### 3.2 Analisis Pesaing

Perkembangan industri kuliner *rice box* yang semakin meningkat membuat para pebisnis melirik usaha tersebut sebagai salah satu bisnis yang menarik. Selain itu juga, dunia kuliner semakin kreatif dengan menambahkan menu-menu menarik khas makanan tersebut, seperti saos mentai, berbagai macam sambal, salted egg atau mozzarella. Para pebisnis dengan inovasinya dalam bidang makanan mampu unggul dari pesaing lainnya di tengah pasar karena melihat suatu celah dan mampu menganalisa pesaing dengan membandingkan kelebihan dan kekurangannya.

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.



*Brand* yang memiliki konsep serupa dengan Kotak Wareg adalah Ayam Keprabon *Express* dan Nasi Kulit Malam Minggu Ayam Keprabon *Express* merupakan *brand rice box* yang menjual nasi dengan ayam geprek, sedangkan Nasi Kulit Malam Minggu adalah *brand* yang menjual *rice box* dengan isi nasi dan kulit. Berikut kelebihan dan kelemahan para pesaing Kotak Wareg

**Tabel 3. 1 Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing**

<i>Brand</i>	Kelebihan	Kekurangan
Ayam Keprabon Express	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasanya enak</li> <li>2. Promosi aktif</li> <li>3. Harga terjangkau</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Porsinya sedikit</li> <li>2. Pelayanan kurang</li> <li>3. Semakin lama semakin berkurang kualitasnya</li> </ol>
Nasi Kulit Malam Minggu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga lumayan terjangkau</li> <li>2. Banyak variasi menu</li> <li>3. Promosi aktif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk kurang</li> <li>2. Porsi sedikit</li> </ol>

Data diolah Oleh : Kotak Wareg, 2022

### 3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah metode manajemen risiko yang digunakan untuk mengevaluasi lingkungan eksternal bisnis. Konsep ini diterapkan sebagai alat untuk memantau lingkungan perusahaan di mana mereka beroperasi atau berencana untuk meluncurkan produk dan layanan mereka atau untuk mengantisipasi situasi makro yang memengaruhi situasi perusahaan.

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



PESTEL adalah sebuah singkatan yang dibentuk dari beberapa kata sehingga mudah diingat oleh peggunganya, yaitu: Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, *Environment* (Lingkungan), dan

Legal.

### 1. Politik

Dikarenakan munculnya virus Covid-19, semua negara membuat peraturan - peraturan baru.

Salah satu contoh sederhana yaitu membatasi masyarakat untuk keluar rumah.

Dampak positif bagi usaha Kotak Wareg ini, masyarakat dapat menikmati hidangan hanya dengan 1 klik saja. Yaitu dengan memanfaatkan jasa pesan antar online. Tanpa harus sibuk memasak setiap hari dan para pelanggan bisa melakukan pemesanan dan menikmati hidangan yang akan sampai dirumah kurang dari 30 menit.

### 2. Ekonomi

Faktor perekonomian suatu negara sangat mempengaruhi daya beli masyarakatnya terhadap suatu produk, maka faktor ini sangat berpengaruh terhadap para pebisnis atau perusahaan.

Dengan adanya pandemi Covid-19 di Indonesia, maka tentunya perekonomian Indonesia pasti menurun dan terpuruk. Hal ini berdampak bagi negara, semua masyarakat Indonesia, dan tentunya para pebisnis juga terdampak sangat besar. Maka dari itu, kami Kotak Wareg akan menyajikan produk dengan harga yang terjangkau. Sehingga para pelanggan dapat merasakan masakan khas Jawa tanpa harus ke luar daerah dan dengan harga yang murah.

### 3. Sosial

Faktor sosial budaya memberikan pengaruh kepada industri makanan. Pertumbuhan penduduk, perubahan gaya hidup, perubahan selera masyarakat yang begitu cepat memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang tinggi. Selain itu, usaha kuliner



juga tidak akan pernah ada matinya. Maka dari itu, penulis akan membuat inovasi untuk menarik perhatian masyarakat, sehingga Kotak Wareg bisa memenuhi kemauan masyarakat yang banyak berubah dan beraneka ragam.

#### 4. Teknologi

Perkembangan teknologi mempermudah masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas. Salah satunya adalah dalam mencari makanan. Dengan satu aplikasi, konsumen dapat memilih makanan yang diinginkan, dan langsung diantarkan saat itu juga dalam kurun waktu kurang lebih 30 menit. Kemudahan dalam dunia teknologi ini juga menguntukan bagi Kotak Wareg karena konsumen dapat memesan melalui aplikasi online. Kerjasama dengan perusahaan online juga memberikan kelebihan lainnya seperti melakukan pembayaran cashless jadi pelanggan tidak perlu merasa repot dan pembayaran juga dapat dilakukan dengan mudah

#### 5. Lingkungan / Environment

Faktor lingkungan juga berpengaruh pada berjalannya bisnis bagi pemilik usaha, karena memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha dan lingkungan tersebut. Kehadiran Kotak Wareg akan mempermudah penduduk local atau para pekerja bahkan para pelajar dalam mendapatkan makanan khas daerah Jawa dengan cepat tanpa harus pergi ke daerah tersebut. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan lingkungan sekitarnya, karena dengan ikut merawat dan peduli dengan lingkungan sekitarnya maka masyarakat sekitar tidak akan merasa terganggu. Kotak Wareg sangat memperhatikan kebersihan lingkungan sekitarnya terutama dalam pembuangan sampah hasil produksi sehingga tidak meresahkan masyarakat sekitar.

© Himpunan Mahasiswa Jurusan 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 IBKKG.

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



## 6. Hukum / Legal

Faktor selanjutnya adalah faktor legal. Faktor legal berisikan faktor yang mencakup tentang hukum yang berlaku untuk kelangsungan suatu bisnis. Kotak Wareg yang mengusung tema Nusantara hanya perlu perizinan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Perizinan ini bertujuan untuk mendapatkan hak berjualan. Setiap perusahaan tentunya wajib menaati peraturan yang ada di wilayah tertentu, beberapa aturan tersebut seperti standarisasi BPOM dan MUI, pemasangan reklame dan lainnya. Perusahaan harus menaati peraturan yang sudah dibuat sehingga dapat bersaing secara sehat dengan para kompetitornya supaya tidak menimbulkan masalah di kedepannya

### 3.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaingan Model Porter

Menurut Porter (2018:17), penentu dasar pertama dari profitabilitas suatu perusahaan adalah daya tarik industri. Analisis Porter 5 Forces adalah sebuah metode yang menganalisis dan mengidentifikasi kekuatan yang membentuk pola bisnis. Metode ini juga biasa digunakan untuk mengidentifikasi struktur industri dalam menentukan strategi perusahaan. Model Porter dapat diterapkan pada setiap segmen ekonomi untuk memahami tingkat persaingan dalam industri dan meningkatkan profitabilitas jangka panjang perusahaan.

#### 1. Mengatasi Kekuatan tawar-menawar dari pembeli

Pada dasarnya semua *customer* lebih tertarik membeli produk dengan harga serendah mungkin. Hal ini sudah teratasi karena penulis sudah mawarkan harga produk Kotak Wareg dengan harga yang murah. Konsep yang unik dan *experience* yang diberikan sangat sepadan dengan harga ditawarkan. Jadi akan mengurangi kemungkinan *customer* untuk menawar. Apalagi kita melakukan penjualan secara online, jadi *customer* dapat mendapat harga yang mutlak.



## 2. Mengatasi Kekuatan tawar-menawar dari pemasok

Dalam hal ini, Kotak Wareg kebanyakan hanya menggunakan bahan dasar masakan umum yang bisa didapatkan di pasar. Jadi penulis tidak perlu khawatir dengan pemasok jika terjun kedalam dunia bisnis ini. Kotak Wareg juga harus menjaga komunikasi serta hubungan dengan pemasok agar terhindarnya kesalahpahaman atau perubahan harga yang tiba-tiba dan dapat mempengaruhi produktifitas Kotak Wareg.

## 3. Ancaman dari produk pengganti

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat digantikan. Misalkan nasi, ayam dan sambel sudah tidak diminati masyarakat, Kotak Wareg akan tetap berinovasi lebih lagi untuk menciptakan varian produk yang baru dengan konsep yang sama (masakan Nusantara). Karena dengan adanya produk pengganti dapat menjadi ancaman yang besar bagi pengusaha jika tidak melakukan langkah yang tepat dalam inovasi dan mengikuti perkembangan jaman.

## 4. Persaingan dalam Industri dan Pendetang Baru

Industri kuliner, terutama makanan berbahan dasar nasi dan ayam masih menjadi bisnis yang potensial di tengah dunia bisnis. Salah satu cara meningkatkan nilai jual bisnis adalah dengan strategi menciptakan produk atau *brand* yang inovatif sehingga pembeli menjadi konsumen loyal. Kehadiran pesaing baru tidak mungkin dapat dicegah. Bagaimana tidak, kemudahan dalam berbisnis menggunakan bahan dasar nasi dan ayam menjadikan bisnis dengan tingkat daya saing tinggi. Strategi bersaing dengan meningkatkan penjualan melalui pemasaran mouth-to-mouth dan melalui media sosial secara aktif menjadi efektif dan efisien, serta keunikan dan pengalaman yang diberikan akan menjadi keunggulan yang kuat untuk bersaing.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta dimiliki oleh BIKG (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.



## 5. Persaingan dalam Industri Sejenis (Rivalry of Competitors)

Pada saat menjalani bisnis, seseorang pebisnis pasti memiliki saingan yang tidak dapat dihindari. Apalagi di jaman sekarang dengan bisnis-bisnis makanan kekinian yang telah berdiri terlebih dahulu. Kotak Wareg memiliki ciri khas tersendiri dan keunikan yang tidak ditemukan di produk pesaing. Kotak Wareg sangat menonjolkan ciri khas negara sendiri yaitu Nusantara. Yang dimana Kotak Wareg melestarikan produk dalam negeri.

### 3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix / CPM)

Menurut David (2017:36), "*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*", yang artinya adalah Competitive Profile Matrix (CPM) mengidentifikasi pesaing utama sebuah perusahaan serta kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahannya dalam hubungan dengan posisi strategis perusahaan sampel. Faktor keberhasilan pesaing dalam Matrix Profil Kompetitif terdapat nilai internal dan eksternal yang mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana dengan penilaian 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, dan 1 = kelemahan utama. Berikut adalah faktor kunci keberhasilan yang dipertimbangkan oleh Kotak Wareg :

1. Ditaring 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 Competitive Profile Matrix Kotak Wareg**

Faktor Keberhasilan Penting	Bobot	Kotak Wareg		Ayam Keprabon Express		Nasi Kulit Malam Minggu	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Rasa	0,18	3	0,54	4	0,72	3	0,54
Kualitas	0,14	3	0,42	2	0,28	2	0,28
Pelayanan	0,16	4	0,64	3	0,48	3	0,48
Harga	0,18	3	0,54	4	0,72	3	0,54
Promosi	0,17	4	0,68	4	0,68	4	0,68
Keterbukaan	0,17	2	0,34	2	0,34	2	0,34
Total	1		3,16		3,22		2,86

Data diolah Oleh : Kotak Wareg, 2022

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa Kotak Wareg memiliki total nilai yang lebih unggul dari pesaingnya yaitu Nasi Kulit Malam Minggu tetapi kalah dari Ayam Keprabon Express, karena Kotak Wareg merupakan usaha yang masih baru dan *brand* Ayam Keprabon merupakan *brand* yang sudah besar. Bobot yang terdapat dalam Tabel diatas diperoleh dari hasil kuesioner terhadap 32 responden dengan rentang usia rata-rata 20 tahun sampai dengan 23 tahun. Maka dari itu Kotak Wareg harus terus melakukan inovasi dan strategi yang tepat untuk mengembangkan *brand*. Penulis mendapatkan skor rating “Ayam Keprabon Express” dan “Nasi

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.



Kulit Malam Minggu” berdasarkan *review* dari pelanggan di aplikasi Zomato. Berikut data tersebut:

### Gambar 3. 2 Referensi Skor Rating Pesaing

**Nasi Kulit Malam Minggu**  
Indonesian  
Jember

**POSITIVE**  
delicious

Idemakanya selanjutnya datang dari @nasikulitmalaminggu yang viral akhir-akhir ini nih... Jadi pakemnya itu ada nasi putih, kulit goreng, kol goreng, sambal dan serundeng gitu, bisa dipilih pakai ayam goreng, paru goreng, ada juga ayam crispy with mozzarella, cheddar, dan kalau berasa kurang banyak kulit/apapun dari toppingnya bisa additional yahh... Tapi itu aja bayar.... Tapi gak mahal kokk...

Ini saya cobain yang dengan ayam goreng, enak banget kulitnya sih... kin nagih, tapi kurang suka sambalnya.. yang lainnya sih sukaaa banget.

Saya cobain juga yang ayam crispy dengan mozzarella, enak banget... Kangen banget sama mozzarella.. dan ini enak banget, kulitnya juga kena mozza nya... Enak deh... Gaya baru kann?? Tp match kokk....

**Nasi Kulit Malam Minggu**  
Indonesian  
Jember

Cukup penerapan sama nasi kulit yang cukup terkenal ini. Aku pesan via ojek online dan cabang ini yang paling dekat dari rumahku. Cukup kecewa sih, aku pesan:

- Nasi Ayam Malam Minggu
- Bakso Goreng

Ini sangat mengecewakan, ga ada serundengnya yang katanya enak itu, adanya kremesan yang ga dipisah, udah bercampur sama nasi dll jadi udah ga garing, rasa kremesannya juga tidak gurih, cenderung tawar. Kol gorengnya juga lumayan banjir minyak, sambelnya juga kurang nendang, ayamnya juga kurang berasa bumbunya. Ayam tawar gitu, dan nasinya ada yang kering gitu. Buat rasa cukup mengecewakan sih.

- Bakso Goreng

Bakso gorengnya ini isinya ada 5, buat bakso gorengnya masih kalah rasanya. Masih cukup worth it

**Ayam Keprabon Express**  
Indonesian  
Cengkareng

Order by online dgn ojol karena ada promo wktnu itu. Kalau dr segi tempat jd gk gtu tau. Kalau dr segi rasa makanannya, ya standar ayam geprek aja yaa. Pesen lv 2 tp menurut gw uda mayan pedes👉 yg jd perhatian sii porsi ayamnya ya. Menurut gw ini sedikit👉 gatau apa emg beneranya bgni atau krena promo jd dikurangin yaa, soalnya ga pernah beli lngsung di outlet sini. Sampe trakhir cukup sii untuk teman makan nasinya. Tp itupun krena pedes bgt jd habis nasinya cpt. Klo ga pedes sii menurut gw ini tipikal yg ayamnya abis dluan drpd nasinya👉

**Nasi Kulit Malam Minggu**  
Indonesian  
Jember

Nasi Kulit lagi booming. Yah, hampir sama sih dgn nasi kulit lain, order Nasi Kulit+Ayam+Paru, harganya kisaran 30K. Nasi putihnya oke, paru gorengnya berbumbu ga keras, ukurannya jg ga ketipisan, kulitnya asin2 nagih garing banget, ayam goreng jg oke dagingnya fresh. Porsi kulit & paru agak kedikitan sih buat saya dgn harga segitu.

**Ayam Keprabon Express**  
Indonesian  
Cengkareng

**POSITIVE**  
delicious

Harga naik, isi berkurang dulu pas masih awal awal 25k dapet paket yang blenger + mozzarellanya masih banyak sekarang makin mahal makin dikit pula mozzarellanya, sekarang double mozzarella setara mozzarella di paket blenger awal awal

**Ayam Keprabon Express**  
Indonesian  
Cengkareng

Saya sudah sering pesan makanan ini lewat g\* dan selalu memuaskan. Tapi kali ini saya kecewa karena saya memesan ayam geprek sambal matah yang tidak pedas, saya pikir dia akan memberi sambal yg tidak pedas atau lebih sedikit.tetapi ternyata saat datang tidak ada sambal sama sekali alias original. kalau gt buat apa saya pesan sanbal matah tapi dikasih original, apalagi harga jg lebih mahal yg sambal matah.kalau memang seperti itu lebih baik tidak memberi opsi tidak pedas

**Ayam Keprabon Express**  
Indonesian  
Cengkareng

If u update to my review, I'd ate this so much currently, why? Have no idea, just like it so much.. pretty love the ayam geprek blegger, cause tatse just so good. And make me wanna more & more..

**Ayam Keprabon Express**  
Indonesian  
Cengkareng

IG-Missfattyummy

Ayam keprabon ini merupakan salah satu ayam geprek yg nikmat yg cucok banget nih dimakan siang hari. Kali ini miss order yg ayam geprek blenger, isinya ada nasi putih, ayam fillet goreng tanpa tulang yg digeprek dengan bumbu bawang putih dan cabe rawit ditambah dengan lelehan keju yg bikin cita rasa asin gurih pedes nikmat nya

**Ayam Keprabon Express**  
Indonesian  
Cengkareng

Tempatnya sangat kurang strategis, karena letaknya dipojokan, cenderung ga kelihatan. Apalagi kalo lagi ketutupan sama mobil yang sedang parkir. Untuk parkir juga kalo ramai cenderung susah dan jauh. Udah gitu tempatnya ga ada meja-meja khusus untuk pelanggan jadi pada banyak yang menunggu berdiri, dan agak penuh antriannya. Tetapi untuk rasa makanan dengan harga Rp 25.000 dengan keju moza, menurut saya sangat-sangat worth. Intinya tolong ditingkatnya kenyamanan di kedainya.

00.03  
ayamkeprabon

3.370 Posts 147K Followers 672 Following

**Ayam Geprek Keprabon**  
Restaurant  
AYAM GEPREK No 1 di INDONESIA  
60 outlet di seluruh Indonesia  
Info outlet, promo & menu cek di highlight story ya... more  
linktr.ee/ayamkeprabon  
Followed by bryandjonn, shenaglenadia and 2 others  
See Translation

Follow Message +

Promo #SahabatK... List Outlet Menu Update

PELOPOR NASI KULIT CRISPY  
Market Leader 2021  
Indonesia Top Franchise Award 2021  
Info Kemitraan : 0813-1792-7788 (WA)  
Hampir di Seluruh Indonesia  
linktr.ee/nasikulitmalaminggu  
See Translation

Follow

Message Contact Order Food +

FRANCHISE AWKARIN MERCHAN... Media Pengh...

PAY DAY 60%

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

Hak cipta milik IBIKKG dan diterbitkan oleh Kwik Kian Gie dan Forum Kwik Kian



### 3.6 Analisis Lingkungan Eskternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisa SWOT adalah metode analisis sederhana, tetapi memiliki peran besar dalam mengembangkan strategi bisnis yang menguntungkan. SWOT merupakan singkatan dari: *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek utama dari sebuah bisnis yang meliputi keunggulan, kekurangan, kesempatan dan ancaman. Dengan menggunakan metode SWOT, kita dapat merancang strategi yang tepat untuk membuat bisnis lebih unggul dibanding para kompetitor. Secara umum, kegunaan analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi :

- a. Kekuatan (*strength*), mengoptimalkan keunggulan sebuah bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal
- b. Kelemahan (*weakness*), mengatasi kelemahan yang dapat mengurangi keuntungan bisnis
- c. Peluang (*opportunity*), mengidentifikasi peluang yang dapat meningkatkan keuntungan bisnis
- d. Ancaman (*threat*) dalam sebuah bisnis atau usaha, mengantisipasi dan mencegah terjadinya kerugian atau kendala bisnis yang disebabkan oleh ancaman

#### ➤ Strength (Keunggulan)

- a. Produk memiliki ciri khas yang menarik, yaitu masakan khas berbagai daerah Jawa
- b. Memiliki packaging yang unik
- c. Menawarkan *experience* yang berbeda dari yang lain
- d. Harga terjangkau

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



e. Memiliki pelayanan yang baik

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

➤ Weakness (Kelemahan)

- a. Merek yang baru dan belum banyak dikenal masyarakat
- b. Variasi produk belum cukup banyak.
- c. Belum memiliki outlet fisik

➤ Opportunity (Peluang)

- a. Masyarakat Indonesia menyukai makanan khas Indonesia
- b. Berkembangnya teknologi dapat memudahkan dalam promosi produk
- c. Tersedianya layanan pesan antar *online*

➤ Threats

- a. Pesaing sudah sangat banyak
- b. Selera masyarakat yang cepat berubah
- c. Cukup mudahnya pesaing untuk masuk menekuni bisnis serupa

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 3. 3 SWOT Analysis**

<p><b>Internal</b></p>	<p><b>Strenght</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk memiliki ciri khas yang menarik, yaitu masakan khas berbagai daerah Jawa</li> <li>2. Memiliki packaging yang unik</li> <li>3. Menawarkan <i>experience</i> yang berbeda dari yang lain</li> <li>4. Harga terjangkau</li> <li>5. Memiliki pelayanan yang baik</li> </ol>	<p><b>Weakness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek yang baru dan belum banyak dikenal masyarakat</li> <li>2. Variasi produk belum cukup banyak.</li> <li>3. Belum memiliki outlet fisik</li> </ol>
	<p><b>Opportunity</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Masyarakat Indonesia menyukai makanan khas Indonesia</li> <li>2 Berkembangnya teknologi dapat memudahkan dalam promosi produk</li> <li>3 Tersedianya layanan pesan antar <i>online</i></li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan teknologi untuk mencari informasi bahan baku yang murah (S4, O3)</li> <li>2. Mengusahakan pelayanan yang baik secara online (S5, O3)</li> <li>3. Menawarkan pengalaman yang berbeda dengan memanfaatkan teknologi (S3, O2)</li> </ol>
<p><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Pesaing sudah sangat banyak</li> <li>2 Selera masyarakat yang cepat berubah</li> <li>3 Cukup mudahnya pesaing untuk masuk menekuni bisnis serupa</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaat ciri khas Kotak Wareg untuk mengalahkan pesaing (S1, S2, S3, O1,O3)</li> <li>2. Membuat inovasi yang lebih menarik yang bisa menandingi selera masyarakat yang cepat berubah (S1, O2)</li> </ol>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan perubahan selera masyarakat untuk mengembangkan <i>brand</i> (W1,O2)</li> <li>2. Aktif melakukan inovasi dan promosi untuk mengembangkan <i>brand</i> (W1,W2,W3,O1,O2,O3)</li> </ol>

© 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 menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penulisan 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.