



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### 3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Roti merupakan makanan yang disukai oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Banyak orang yang memilih untuk memakan roti sebagai solusi pengganti nasi atau penganjal perut ketika sedang lapar. Selain itu usaha toko roti dinilai memiliki peluang karena dapat dilihat bahwa bisnis toko roti sejak dahulu hingga saat ini terus berkembang dan tak pernah sepi akan konsumen. Bahan baku yang melimpah dan banyaknya variasi roti yang terus bermunculan sehingga menjadi kesukaan banyak orang juga merupakan salah satu bukti bahwa usaha toko roti cukup menjanjikan.

Analisis tren dan pertumbuhan industri diperlukan untuk menjamin keberlangsungan rencana bisnis usaha Dapur Semusim Listya. Bersumber dari Badan Pusat Statistik diketahui bahwa rata-rata konsumsi roti di kota Bogor pada tahun 2018 mencapai 0,825. Ditahun 2019 rata-rata konsumsi meningkat dibandingkan tahun 2018 dengan mencapai angka 1,054 sedangkan tahun 2020 memang disayangkan bahwa rata-rata konsumsi roti mengalami penurunan menjadi 0,842. Salah satu penyebab terjadinya penurunan rata-rata konsumsi roti manis atau roti lainnya di Kota Bogor pada tahun 2020 adalah karena adanya pengaruh dari pandemi Covid-19 dimana kegiatan masyarakat mulai dibatasi seperti adanya aturan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) maupun pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Tentunya hal ini berdampak dan membuat penjualan roti mengalami penurunan dimana masyarakat lebih memilih untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli secara *online* dibandingkan secara *offline*. Penurunan ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



dibuktikan melalui survei yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah terhadap 202 pengusaha roti di Jakarta dan Surabaya, hasil membuktikan bahwa 94% pengusaha roti terdampak Covid-19.

Sumber : <https://www.kompas.id/baca/metro/2021/01/31/pandemi-covid-19-dan-potensi-industri-roti> Diakses pada tanggal 21 Januari 2022

Meskipun pandemi Covid-19 mempengaruhi pertumbuhan dan tren bisnis roti, tetapi roti yang merupakan makanan tetaplah menjadi kebutuhan dasar manusia sehingga bisnis roti yang tergolong ke dalam bisnis kuliner masih cukup menjanjikan. Pandemi Covid-19 tentunya memberikan perubahan gaya hidup pada masyarakat. Tentunya pelaku usaha perlu mengetahui dan mengikuti perubahan serta perkembangan tersebut agar tetap dapat berjalan. Perubahan gaya hidup tersebut dapat dilihat bahwa saat ini penjualan *online* lebih banyak diminati oleh masyarakat. Dapur Semusim Listya menjalankan bisnisnya secara *online*. Melalui riset yang dilakukan oleh SIRCLO dengan Katadata Insight Center menunjukkan bahwa pandemi membuat 17,5% konsumen *offline* untuk mulai mencoba berbelanja secara *online*. Konsumen yang berbelanja secara *online* meningkat dari 11% sebelum pandemi dan menjadi 25,5% di awal tahun 2021. Selain itu pertumbuhan *e-commerce* sebelum pandemi diperkirakan hanya 54% tetapi saat pandemi pertumbuhan *e-commerce* menyentuh 91%.

Sumber : <https://mediaindonesia.com/ekonomi/441793/riset-745-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online-daripada-offline> Diakses pada tanggal 21 Januari 2022

Terdapat 3 subsektor ekonomi kreatif yang menjadi penyumbang terbesar untuk produk domestik bruto (PDB) nasional. Ketiga subsektor tersebut adalah kuliner, *fashion*, dan kriya. Sandianga Uno memaparkan "Kuliner, fesyen dan kriya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



menjadi subsektor penyumbang terbesar untuk PDB ekonomi kreatif kita dengan kisaran 75%”.

Sumber : <https://www.beritasatu.com/ekonomi/882269/sandiaga-tiga-subsektor-ekonomi-kreatif-penyumbang-pdb-terbesar> Diakses pada tanggal 21 Januari 2022

Dapat diketahui bahwa adanya peluang dalam berbisnis dibidang roti walaupun data sempat menunjukkan rata-rata konsumsi roti di kota Bogor tahun 2020 sempat menurun. Tetapi penyebab penurunan tersebut adalah karena adanya pandemi Covid-19, oleh karena itu penting bagi pemilik untuk mengikuti perubahan dan perkembangan yang ada. Roti yang termasuk kedalam kuliner juga termasuk kedalam subsektor yang menjadi penyumbang terbesar untuk produk domestik bruto.

### 3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah kegiatan mengumpulkan informasi-informasi tentang perusahaan pesaing yang bertujuan untuk mengetahui apa strategi yang perlu dipersiapkan perusahaan dalam menghadapi pesaing dan mencari tahu ancaman-ancaman yang akan dihadapi. Dapur Semusim Listya yang berencana untuk

beroperasi di kota Bogor memiliki beberapa pesaing. Pesaing yang akan dihadapi oleh Dapur Semusim Listya adalah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

a. *Ben's Bakery*

Jenis Produk : Roti dan Kue

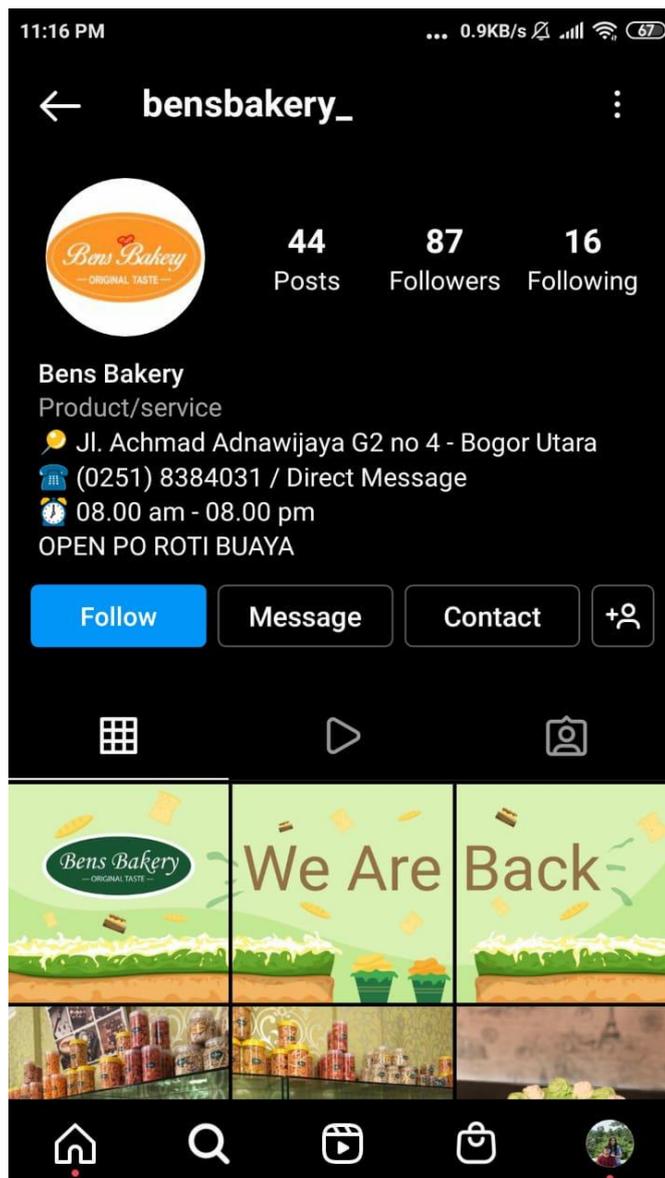
Jumlah Outlet : 1

Lokasi : Jl. Achmad Adnawijaya G2 No.4

Tahun berdiri : 2016

**Gambar 3. 1**

**Akun Instagram *Ben's Bakery***



Sumber : *Instagram Ben's Bakery*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**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.



b. *Jawara Bakery*

Jenis Produk : Roti

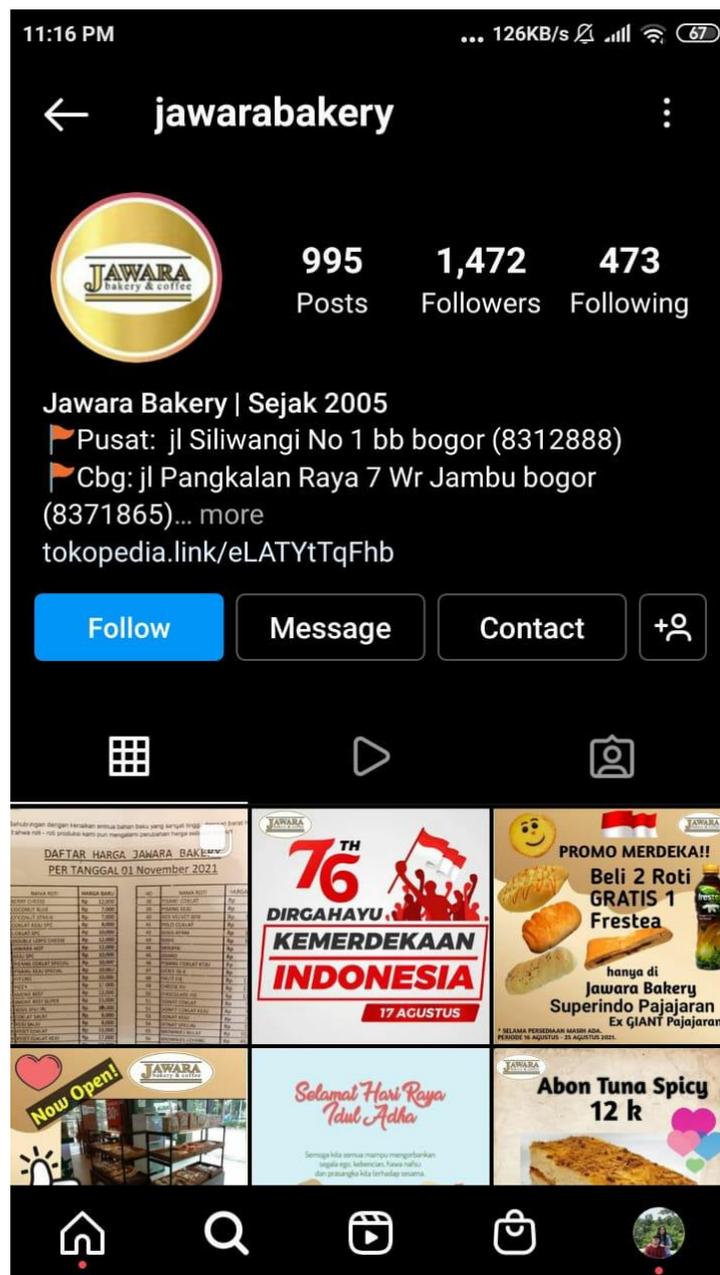
Jumlah Outlet : 4

Lokasi : Jl. Raya Pajajaran No.14, Bogor Timur, Bogor

Tahun Berdiri : 2005

Gambar 3. 2

*Akun Instagram Jawara Bakery*



Sumber : *Instagram Jawara*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

c. *De Paris Bakery and Cake Shop*

Jenis Produk : Roti dan Kue

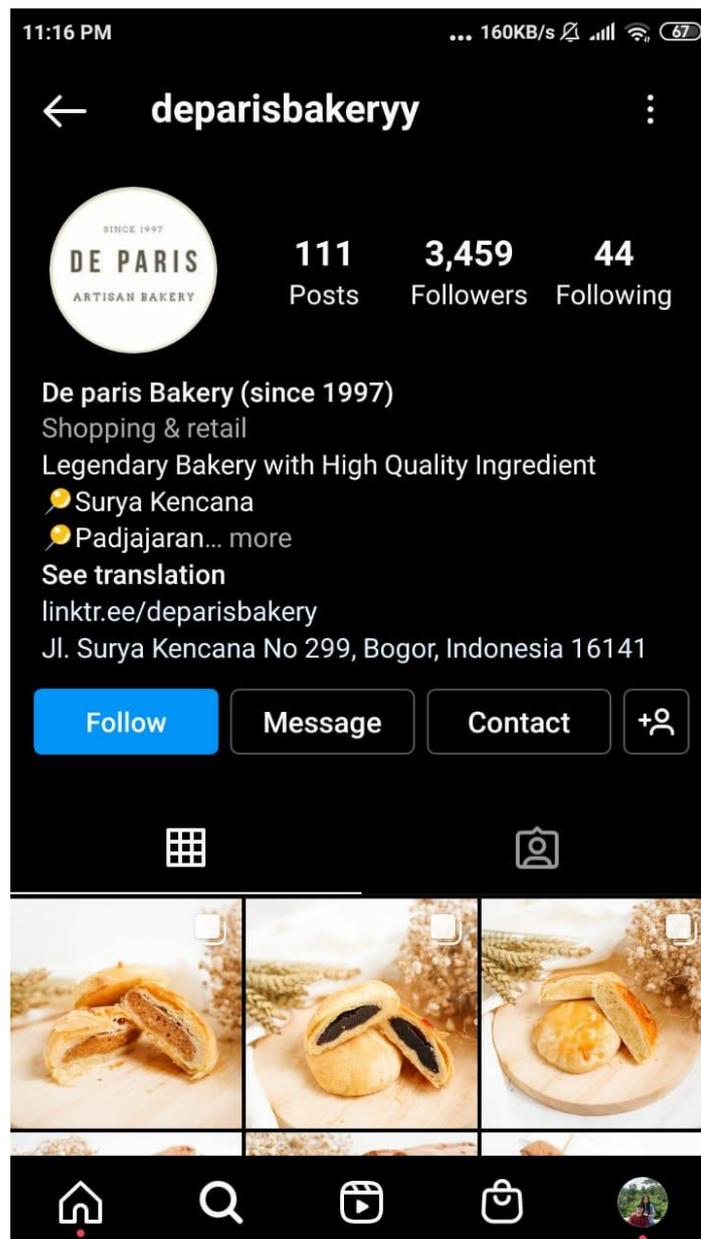
Jumlah Outlet : 4

Lokasi : Jl. Surya Kencana No.299, Bogor Timur, Bogor

Tahun Berdiri : 1997

**Gambar 3. 3**

**Akun Instagram De Paris**



Sumber : *Instagram De Paris*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**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.



Tabel 3. 1

**Keunggulan dan Kelemahan pesaing Dapur Semusim Listya**

Pesain	Keunggulan	Kelemahan
<p>Bens Bakery Bogor</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu memberikan pelayanan yang memuaskan.</li> <li>2. Rasa roti yang enak.</li> <li>3. Harga yang cukup terjangkau.</li> <li>4. Lokasi yang strategis.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek belum terlalu dikenal luas.</li> <li>2. Promosi yang kurang aktif.</li> <li>3. Sering kali tidak melakukan pemeriksaan terhadap produk roti yang sudah lama.</li> </ol>
<p>Jawara Bakery</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk yang baik.</li> <li>2. Sudah berdiri sejak tahun 2005 sehingga merek sudah dikenal.</li> <li>3. Adanya tukang roti keliling menggunakan kendaraan motor sehingga konsumen dipermudah dengan tidak perlu datang ke toko fisik.</li> <li>4. Kondisi toko yang bersih.</li> <li>5. Sering kali menjadi sponsor dalam sebuah acara.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada inovasi produk.</li> <li>2. Konten <i>Instagram</i> yang kurang rapi dan menarik.</li> </ol>
<p>De Paris Bakery and Cake Shop</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk yang baik.</li> <li>2. Sudah berdiri sejak tahun 1997 sehingga merek sudah dikenal.</li> <li>3. Akun <i>Instagram</i> yang menarik dan rapi.</li> <li>4. Pelayanan yang memuaskan.</li> <li>5. Produk roti juga dijual melalui <i>e-commerce</i>.</li> <li>6. Dapat mengikuti tren sehingga ada inovasi produk.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penataan roti yang kurang rapi.</li> <li>2. Toko fisik yang terasa panas.</li> <li>3. Kondisi toko fisik yang kurang bersih.</li> </ol>

Sumber : Dapur Semusim Listya



### 3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, and Legal*) digunakan untuk menganalisis atau memantau lingkungan eksternal (makro) perusahaan yang dapat memengaruhi situasi perusahaan.

**Tabel 3. 2**  
**Identifikasi PESTEL**

Politic	Economy	Social	Technology	Environment	Legal
Bantuan yang diberikan pemerintah untuk perlindungan sosial dan memiliki tujuan untuk menjaga daya beli kelompok yang miskin dan rentan serta para pekerja yang terdampak dari Covid-19	Adanya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 menyebabkan daya beli masyarakat menurun secara drastis. Tetapi pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan III-2021 bertumbuh positif. selain itu masyarakat yang kini lebih memilih berbelanja menggunakan e-commerce menjadi penyebab utama mengapa sektor ekonomi digital Indonesia mengalami peningkatan.	Gaya hidup masyarakat Indonesia yang berubah semenjak adanya pandemi Covid-19 dimana . Masyarakat mulai memilih untuk melakukan kegiatan berbelanjanya secara online dengan menggunakan e-commerce.	Melakukan promosi melalui media sosial, pembayaran yang dapat dilakukan <i>cashless</i>	Mengurangi penggunaan sampah plastik dengan menggunakan packaging berbahan dasar kertas karena lebih mudah terurai	Usaha memiliki NIB yang terdaftar di OSS

Sumber : Dapur Semusim Listya

a. *Politic* (Politik)

Pada tahun 2020 negara Indonesia dihadapi suatu masalah yang cukup merugikan yaitu munculnya virus Covid-19 yang akhirnya memberikan dampak yang cukup besar terutama pada perekonomian

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

negara Indonesia. Dalam mencegah terjadinya penyebaran virus Covid-19 di negara Indonesia, pemerintah membuat kebijakan-kebijakan baru yang tentunya memberikan dampak bagi warga negara. Salah satu kebijakannya adalah menghimbau warga untuk melakukan kegiatan di rumah (*Work From Home* dan *School From Home*). Kebijakan tersebut pada akhirnya mempengaruhi perusahaan dan membuat perusahaan mengalami kerugian besar sehingga terpaksa melakukan PHK terhadap karyawannya. Selain itu pemerintah juga sempat melakukan pembatasan kegiatan impor dan ekspor serta pembatasan kegiatan penerbangan guna mencegah penyebaran virus yang semakin banyak. Karena hal tersebut akhirnya menyebabkan beberapa perusahaan mengalami krisis stock bahan baku.

Pada Tahun 2021, Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) mengalami kenaikan total anggaran dibandingkan pada tahun sebelumnya menjadi Rp 744,77 triliun. Anggaran tersebut digunakan untuk perlindungan sosial dan bertujuan untuk percepatan penyaluran bantuan demi menjaga daya beli kelompok yang miskin dan rentan serta para pekerja yang terkena dampak dari Covid-19. Kebijakan ini berguna agar masyarakat dapat menghadapi tekanan dari bidang kesehatan dan bidang ekonomi. Dapat diketahui bahwa hingga tanggal 13 Agustus 2021 pemerintah sudah memberikan bantuan kepada 11,84 juta pelaku UMKM dengan nominal sebesar Rp 14,21 triliun. Pada triwulan III tahun 2021, pemerintah sudah memiliki target untuk menambah penerima bantuan sebesar Rp 3,6 triliun. Maka dapat diketahui bahwa target total yang mendapat bantuan pada tahun 2021 adalah sebesar 12,8 juta pengusaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**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.

mikro dengan total anggaran sebesar Rp 15,36 triliun. Selain itu pemerintah juga memiliki komitmen terhadap UMKM dimana UMKM termasuk ke dalam program perlindungan sosial untuk memperkuat dasar kesejahteraan masyarakat, mengurangi angka kemiskinan dan kerentanan, serta memperkuat daya ungkit UMKM dan dunia usaha.

Sumber : <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/komitmen-pemerintah-untuk-perkuat-umkm/> Diakses pada tanggal 21 Januari 2022

b. *Economic* (Ekonomi)

Adanya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 menyebabkan daya beli masyarakat menurun secara drastis. Tetapi pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan III-2021 bertumbuh positif sebesar 3,51% (y-on-y) atau 1,55% (q-to-q), melanjutkan pertumbuhan positif sebelumnya dari Triwulan II-2021. Pertumbuhan positif dapat terjadi karena penanganan pemerintah yang cepat dalam menangani lonjakan kasus virus Covid-19 varian delta yang terjadi di awal Triwulan III-2021.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

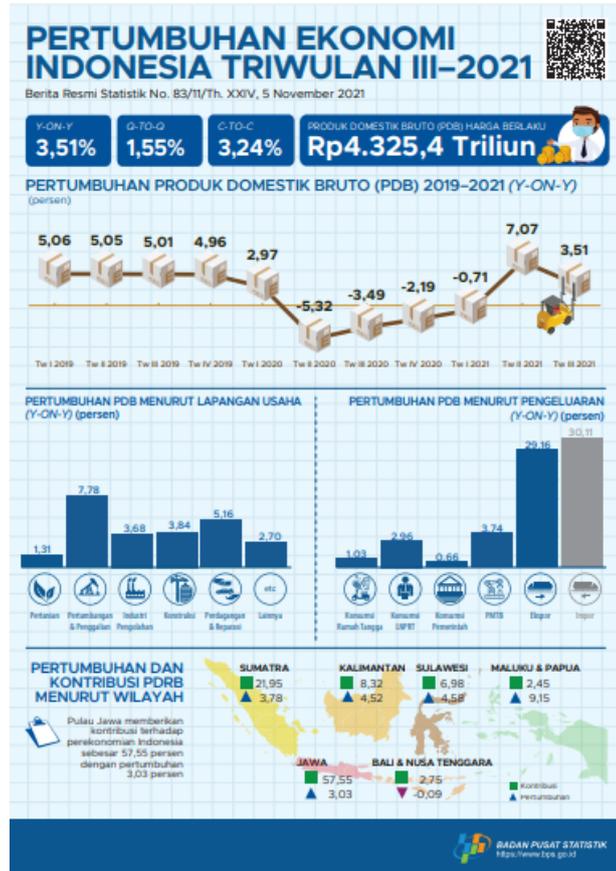


**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.

Gambar 3. 4

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III Tahun 2021



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Dapat dilihat pada gambar diatas bawa Pulau Jawa dan Sumatera adalah kontributor perekonomian nasional dimana masing-masing mampu bertumbuh positif sebesar 3,03% (y-on-y) dan 3,78% (y-on-y). Pencapaian pertumbuhan positif ini juga terjadi pada pulau Kalimantan, Sulawesi, Maluku dan Papua. Pada pulau Bali dan Nusa Tenggara masih mengalami kontraksi sebesar -0,09% (y-on-y) hal ini diakibatkan karena belum pulihnya sektor pariwisata karena terdampak oleh pembatasan aktivitas masyarakat.

Sumber : <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen--y-on-y->

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

[.html#:~:text=Perekonomian%20Indonesia%20berdasarkan%20besaran%20Produk,Rp2.815%2C9%20triliun.&text=Sampai%20dengan%20triliun%20III%2D2021,c%2Dto%2Dc](#) Diakses pada tanggal 21 Januari 2022

Selain pertumbuhan ekonomi, nilai ekonomi digital Indonesia diperkirakan mencapai US\$70 miliar atau sekitar Rp 994 triliun pada tahun 2021 dihitung dari total volume barang dagang kotor. Diperkirakan juga angka tersebut akan mengalami kenaikan sebesar dua kali lipat menjadi US\$146 miliar pada tahun 2025. Proyeksi ini berdasarkan pada laporan “*Roaring 20s: The SEA Digital Decade*” yang disusun oleh *Google, Temasek, dan Bain & Company*. Mengingat bahwa *e-commerce* di Indonesia melesat sebesar 52% menjadi penyebab utama mengapa sektor ekonomi digital Indonesia mengalami peningkatan. Tentunya peningkatan konsumen digital disebabkan sejak awal masuknya pandemi ke dalam negara Indonesia.

c. *Social* (Sosial)

Faktor sosial seperti refensi kelompok, keluarga, peran serta status sosial pada dasarnya mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Pada saat pandemi Covid-19 memasuki negara Indonesia dapat dilihat bahwa gaya hidup masyarakat mulai mengalami perubahan dan ada beberapa produk yang menjadi incaran masyarakat demi mengantisipasi penyebaran virus tersebut. Masyarakat mulai memilih untuk melakukan kegiatan belanjanya secara online dengan menggunakan *e-commerce*. Otoritas Jasa Keuangan mencatat bahwa 88,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk melakukan kegiatan

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.



berbelanja. Dapur Semusim Listya yang merupakan usaha toko roti juga bergerak secara *online*. Selain melakukan pemasaran dan transaksi pembayarannya secara *online*, penjualan yang dilakukan juga secara *online* dimana tentunya Dapur Semusim Listya akan memanfaatkan aplikasi *Grab* dan *Go-jek* dalam melakukan pengantaran produknya kepada konsumen. Selain itu Dapur Semusim Listya yang termasuk kedalam industri makanan juga tentunya memiliki peluang karena makanan merupakan keperluan sehari-hari masyarakat sehingga usaha kuliner merupakan usaha yang tidak pernah mati. Dapur Semusim Listya juga tentunya cocok untuk berbagai kalangan usia baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa.

d. *Technology* (Teknologi)

Dengan berkembangnya teknologi tentunya semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai macam kegiatannya. Tak perlu waktu yang lama dalam mencari informasi, melakukan suatu pekerjaan, membeli suatu produk barang atau jasa, dan lain-lain. Hal ini tentunya dimanfaatkan oleh Dapur Semusim Listya dalam melakukan bisnisnya. Selain melakukan promosi melalui media sosial dimana target pasarnya tidak terbatas, Dapur Semusim Listya juga menggunakan aplikasi *Grab* dan *Go-jek* dalam mengantarkan produk rotinya kepada konsumen. Pembayaran yang dilakukan oleh konsumen juga dapat dilakukan secara *cashless* melalui *Go-pay*, *Ovo*, *M-banking*, dan aplikasi *e-money* lainnya.

e. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan tentunya mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Sebagai seorang pebisnis tentunya kita memiliki tanggung jawab dalam

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menjaga dan memperhatikan lingkungan sekitar usaha. Beberapa hal yang dapat dilakukan Dapur Semusim Listya adalah dengan mengurangi penggunaan plastik dimana *packaging* untuk roti Dapur Semusim Listya berbahan dasar kertas. Dapat diketahui bahwa sampah plastik merupakan masalah utama dalam pencemaran lingkungan karena proses penguraian secara alami untuk sampah plastik membutuhkan waktu sampai ratusan tahun. Menurut data statistik persampahan domestik Indonesia didapati bahwa jenis sampah plastik menduduki peringkat kedua sebesar 5,4 juta ton pertahun atau sebesar 14% dari total produksi sampah. Selain itu negara Indonesia merupakan negara penyumbang sampah plastik ke laut terbesar kedua di dunia setelah Tiongkok dengan perkiraan 0,48-1,29 juta metrik ton per tahun. Dapur Semusim Listya juga tentunya menyediakan tempat sampah untuk membuang sampah ketika sedang memproduksi roti.

Sumber : <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/09/26/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-kedua-di-dunia> Diakses pada tanggal 21 Januari 2022

f. *Legal* (Hukum)

Setiap pebisnis tentunya perlu menaati setiap hukum yang berlaku. Hal ini mencakup perijinan bisnis, legalitas bisnis, hal dan kewajiban dalam berbisnis, dan juga Undang-Undang ketenagakerjaan. Apabila pebisnis tidak menaati aturan yang ada tentunya akan ada sanksi terhadap pelaku bisnis.

Legalitas yang dibutuhkan berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) berdasarkan Peraturan Pemerintah No.24 Tahun 2018 Pasal 1 angka 12

tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau *Online Single Submission* (OSS). NIB sendiri sudah mencakup TDP (Tanda Daftar Perusahaan), API (Angka Pengenal Impor), hak Akses Kepabeanaan, izin usaha (SIUP), izin lokasi, dan lain-lain.

Hukum ketenagakerjaan diatur dalam UU nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Hukum ini mengatur segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama, dan sesudah bekerja.

### 3.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaing Model Porter (*Porter's Five Forces Business Model*)

Analisis Lima Kekuatan Porter adalah suatu alat yang berguna untuk mengetahui apa kekuatan perusahaan kita dalam menghadapi situasi persaingan di dunia bisnis. Dengan menggunakan analisis ini kita dapat mengetahui kekuatan posisi persaingan saat ini dan kekuatan posisi persaingan pada bisnis yang sedang direncanakan. Berikut merupakan analisis *Porter's Five Forces Business Model* dari

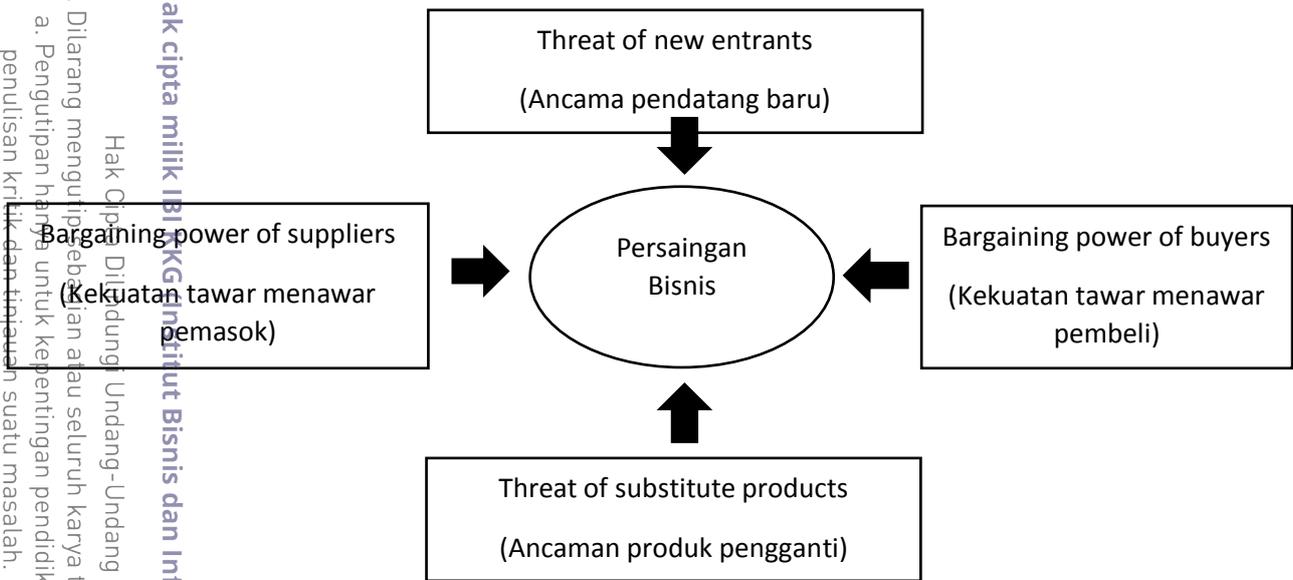
Dapur Semusim Listya :

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



Gambar 3.5

Lima Kekuatan Pesaing Model Porter



a. Ancaman pendatang baru

Ancaman pesaing tidak selalu dari competitor lama tetapi juga dari pemain baru. Dalam membuka usaha roti dapat dikatakan mudah bagi para pendatang baru untuk menjadi pesaing karena kemudahannya untuk membuat usaha tersebut dimana surat-surat pendirian usaha saat ini sudah mudah untuk dibuat, kemudahan untuk mencari bahan baku, banyaknya informasi atau resep terkait bagaimana cara pembuatan roti, dan lain-lain. Dapur Semusim Listya juga tentunya perlu berinovasi terhadap roti yang akan dibuat dimana hal ini berguna untuk menciptakan keunikan dan perbedaan Dapur Semusim Listya dengan pesaing, lebih banyak mencari pengalaman terkait memproduksi roti, dan perlu diketahui bahwa masih jarang adanya distributor yang ingin mendistribusikan produk toko roti.

b. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Dapur Semusim Listya sebagai toko roti tentunya memerlukan pemasok untuk mencukupi stok bahan baku yang kemudian akan diolah





menjadi produk roti yang akan dijual, tetapi sebagai industri *bakery* Dapur Semusim Listya perlu mencari pemasok yang menjual bahan baku pembuatan roti dengan kualitas bagus dan harga yang murah, hal ini diperlukan agar harga roti yang dijual oleh Dapur Semusim Listya tidak terlalu mahal dan dapat bersaing dengan para kompetitor. Selain itu apabila pemasok memberikan harga terlalu tinggi maka sulit bagi Dapur Semusim Listya untuk mendapatkan keuntungan.

c. Kekuatan Tawar Menawar Konsumen

Dapur Semusim Listya menjual produk roti *homemade*. Roti merupakan makanan sehari-hari yang dikonsumsi oleh masyarakat. Pembeli dari Dapur Semusim Listya yaitu pembeli yang membeli roti dalam jumlah sedikit dan pembeli yang membeli roti dalam jumlah banyak. Dapur Semusim Listya tentunya memberikan harga khusus kepada pembeli yang membeli roti dalam jumlah banyak. Hal ini tentunya juga untuk menjaga loyalitas pelanggan. Dapur Semusim Listya juga memiliki rencana untuk memproduksi roti dengan varian yang berbeda dari para pesaing yaitu roti rasa rendang dan roti rasa ayam sambal matah.

d. Ancaman Produk Pengganti

Persaingan dengan perusahaan lain merupakan perhatian terbesar yang perlu disadari oleh perusahaan. Salah satu produk pengganti dari roti adalah Bakpau. Kelebihan dari produk bakpau adalah tekstur bakpau yang sangat lembut dan harganya yang murah atau bersaing dengan roti. Cara yang dapat dilakukan oleh Dapur Semusim Listya untuk mengungguli persaingan adalah dengan berinovasi dengan rasa roti yang baru seperti roti rasa rendang dan ayam sambal matah, kualitas produk

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

yang baik, pelayanan yang baik dan memuaskan, dan harga yang bersaing dengan produk bakpau.

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

*The Competitive Profile Matrix* (CPM) (Fred R. David & Forest R. David, 2017, p. 236) adalah mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khususnya berkaitan dengan posisi strategis dari pesaing. Dalam menggunakan teknik analisis Matriks Profil Persaingan ada beberapa langkah yang perlu dilakukan, yaitu :

- a. Tentukan beberapa pesaing utama dengan bidang yang sama. Selain dibidang yang sama, sebaiknya pesaing yang dipilih memiliki ukuran dan kualitas yang setara.
- b. Setelah menentukan pesaing utama, buatlah daftar *Key Success Factors*.
- c. Tentukan bobot untuk setiap *Key Success Factors*. Total bobot harus sebesar 1,00.
- d. Selanjutnya berikan peringkat pada setiap faktor dari perusahaan. perusahaan yang memiliki keunggulan dari *Key Success Factors* tersebut mendapatkan nilai yang tinggi yaitu 3 atau 4, sedangkan perusahaan yang tidak unggul dari *Key Success Factors* diberi peringkat rendah yaitu 1 atau 2.
- e. Setelah selesai memberikan bobot dan peringkat, kalikan keduanya untuk memperoleh skor bobot. Setelah skor bobot didapatkan, jumlahkan semuanya untuk mendapatkan total skor bobot. Total skor bobot menunjukkan manakan perusahaan yang lebih unggul dibanding pesaing.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Tabel 3. 3

Analisis Competitive Profile Matrix

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Dapur Semusim Listya		<i>Ben's Bakery</i>		<i>De Paris</i>	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Harga Produk Roti	0,14	3	0,42	4	0,56	2	0,28
Pelayanan	0,15	2	0,3	4	0,6	4	0,6
Promosi	0,14	3	0,42	2	0,28	3	0,42
Kualitas Produk Roti	0,16	3	0,48	2	0,32	4	0,64
Kualitas Packaging Roti	0,14	3	0,42	2	0,28	4	0,56
Brand Image	0,12	2	0,24	3	0,36	4	0,48
Inovasi Produk Roti	0,15	3	0,45	2	0,3	3	0,45
Total	1		2,73		2,7		3,43

Sumber : Dapur Semusim Listya, 2022

Berikut adalah penjelasan mengenai analisis Competitive Profile Matrix pada Tabel 3.2 di atas :

1) Harga Produk Roti

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian para calon konsumen. Tentunya sebagai seorang pebisnis penting untuk menetapkan harga yang kompetitif agar dapat bersaing dengan para pesaing dibidang yang sama. Tetapi pebisnis juga tidak boleh lupa bahwa harga yang ditetapkan untuk suatu produk sudah diperhitungkan dengan baik agar tidak ada kerugian. Pada tabel 3.2 dapat dilihat bahwa harga untuk produk Dapur Semusim Listya mendapat peringkat 3 sedangkan *Ben's Bakery* mendapat peringkat 4 karena untuk *Ben's Bakery* menjual produk rotinya mulai dari Rp 7.500 – Rp 8.500, sedangkan untuk produk Dapur Semusim Listya menjual produknya mulai dari Rp 8.000 – Rp 10.000 tetapi khusus untuk produk roti rasa



rendang Dapur Semusim Listya akan menetapkan harga sebesar Rp 15.000. Untuk *De Paris* berada diperingkat 2 karena ada beberapa harga rotinya tergolong cukup mahal seperti salah satunya produknya yaitu kombinasi antara roti dengan bolu berisi keju parut seharga Rp 40.000. Oleh karena itu berdasarkan pada perbandingan harga diatas diketahui bahwa Dapur Semusim Listya memiliki harga produk yang lebih murah dibandingkan *De Paris* tetapi lebih mahal dibandingkan dengan *Ben's Bakery*.

## 2) Pelayanan

Pelayanan tentunya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan. apabila pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan selain pelanggan menjadi loyal, terciptanya citra yang positif. *Ben's Bakery* mendapat peringkat 4 karena pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangatlah ramah, sopan, dan cepat. Selain itu *Ben's Bakery* juga menanggapi keluhan konsumen dengan sangat baik. *De Paris* mendapat peringkat 4 karena pelayanannya yang sangat ramah, sopan, dan cepat. Konsumen juga diberikan bantuan apabila sedang kebingungan mencari produk yang diinginkan. Untuk Dapur Semusim Listya mendapat peringkat 2 karena kurang cepat dalam menanggapi pesanan konsumen walaupun tentunya Dapur Semusim Listya ingin memberikan yang terbaik dalam pelayanannya untuk kepuasan pelanggan.

## 3) Promosi

Tujuan dari promosi adalah untuk menarik perhatian para calon pembeli. Oleh karena itu penting bagi pebisnis untuk memberikan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

promosi yang aktif dan menarik agar produk perusahaan semakin dikenal. *De Paris* mendapat peringkat 3 karena dapat dilihat melalui akun *Instagramnya* bahwa promosi yang dilakukan sangatlah menarik, rapi, dan informatif. Pada akun *Instagramnya* terdapat informasi lokasi *outlet*, cara melakukan *order*, testimoni dari para pelanggan, terdaftar pada beberapa *e-commerce*, foto produk dari *De Paris*, kontak yang dapat dihubungi, dan lain-lain. Walaupun begitu memang akun *Instagram De Paris* sudah jarang aktif melakukan promosinya dan jarang memberikan promo seperti potongan harga, dan lain-lain. *Ben's Bakery* mendapatkan peringkat 2 karena dapat dilihat melalui akun *Instagramnya* bahwa *Ben's Bakery* jarang aktif melakukan promosi, konten yang kurang menarik, informasi yang kurang lengkap, dan jarang melakukan promosi seperti potongan harga, dan lain-lain. Dapur Semusim Listya mendapat peringkat 3 karena pemilik akan memberikan konten yang aktif pada akun media sosial Dapur Semusim Listya. Tentunya konten yang diberikan dapat berisi mengenai informasi kontak yang dapat dihubungi untuk melakukan pesanan, *price list*, foto produk, informasi mengenai potongan harga, *giveaway*, adanya testimonial dari para konsumen, sesi tanya jawab dengan para konsumen melalui media sosial, dan lain-lain.

#### 4) Kualitas Produk Roti

Dapat dilihat pada table 3.2 bahwa kualitas produk memiliki bobot paling besar yaitu 0,22. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa kualitas produk adalah hal paling penting untuk diperhatikan oleh para pebisnis dalam menawarkan produknya kepada para konsumen. Tentunya konsumen ingin memperoleh produk dengan kualitas yang baik untuk

mencapai kepuasannya. Pada table 3.2 *De Paris* mendapat peringkat 4 karena berdasarkan review yang diberikan para konsumen melalui *e-commerce De Paris* mengatakan bahwa rasa produk yang diberikan enak, lembut, wangi, dll. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh *De Paris*. Untuk *Ben's Bakery* alasan mengapa penulis memberikan peringkat 2 karena sering kali *Ben's Bakery* tidak memperhatikan produk roti yang dijualnya. Hal ini dinilai berdasarkan pengalaman penulis dimana penulis beberapa kali mendapat produk roti yang ternyata sudah kadaluarsa karena produk yang dijual ternyata sudah tergolong cukup lama. Untuk Dapur Semusim Listya mendapat peringkat 3 karena tentunya pemilik akan menggunakan bahan baku yang terjamin bagus dan dalam keadaan baik. Roti yang dijual juga tentunya memiliki rasa yang enak dan lembut. Pemilik juga memastikan untuk menjual produknya dalam keadaan yang masih baik.

#### 5) Kualitas *Packaging* Roti

*Packaging* memiliki manfaat untuk melindungi atau mengamankan produk dari pengaruh-pengaruh luar yang dapat merusak produk, sebagai wadah pendistribusian dari produsen ke konsumen, memudahkan penyimpanan, memudahkan perhitungan kuantitas produk, serta sebagai sarana informasi dan promosi. *Ben's Bakery* mendapat peringkat 2 karena masih banyak menggunakan plastik sehingga kurang memperhatikan masalah bahan ramah lingkungan. Walaupun begitu pada *packaging* yang digunakan terdapat logo *Ben's Bakery* yang berfungsi sebagai identitas. Selain itu *packaging* yang digunakan dipastikan tidak ada yang mengalami kerusakan. *De Paris* mendapatkan peringkat 4 karena

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**





walaupun masih menggunakan plastik juga pada *packagingnya* tetapi untuk kantung belanja yang digunakan menggunakan bahan dus. Selain itu setiap *packaging De Paris* tidak ada kerusakan dan terdapat logo pada setiap *packagingnya*. Dapur Semusim Listya mendapat peringkat 3 karena pemilik akan menggunakan kertas roti pada *packagingnya* dan kantung belanjanya untuk mengurangi sampah plastik. Dapur Semusim juga tentunya akan memastikan setiap *packagingnya* tidak ada kerusakan yang dapat mempengaruhi kualitas roti. Setiap *packaging* roti Dapur Semusim Listya juga tentunya tercantum logo sebagai identitas perusahaan.

#### 6) *Brand Image*

Pada table 3.2 Dapur Semusim Listya mendapatkan peringkat 2 pada faktor kunci sukses *Brand Image*. Hal ini dinilai atas dasar pertimbangan karena Dapur Semusim Listya merupakan usaha yang baru direncanakan sehingga tentunya masih perlu mengenalkan mereknya kepada masyarakat agar merek dapat melekat pada ingatan konsumen. Untuk *Ben's Bakery* mendapatkan peringkat 3 karena usaha *Ben's Bakery* sudah berjalan sejak tahun 2016 sehingga merek sudah cukup dikenal oleh masyarakat di kota Bogor. Walaupun begitu *Ben's Bakery* juga masih perlu untuk terus memperluas pemasarannya agar mereknya semakin banyak dikenal oleh masyarakat kota Bogor mengingat banyaknya pesaing toko roti. Selain itu perlu juga untuk memperbaiki kualitas produknya agar citra merek *Ben's Bakery* tetaplah baik. *De Paris* mendapat peringkat 4 karena sudah berjalan sejak tahun 1997. Dapat diketahui bahwa *De Paris* memiliki *brand image* yang baik dan sudah

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



dikenal luas oleh masyarakat kota Bogor. Selain itu tentunya *De Paris* sudah memiliki pengalaman yang banyak dan memperoleh kepercayaan pelanggan melalui produk dan pelayanan yang diberikannya.

#### 7) Inovasi Produk Roti

Inovasi produk tentunya diperlukan dalam bersaing dengan para pesaing dan untuk menonjolkan keunikan produknya dari para pesaing. Pada table 3.2 *Ben's Bakery* mendapat peringkat 2 dikarenakan tidak pernah adanya inovasi untuk produknya. *Ben's Bakery* hanya menjual produk dengan rasa yang umum dan sudah sering ditemukan di toko roti lainnya. *De Paris* mendapatkan peringkat 3 karena *De Paris* mencoba untuk melakukan inovasi produk dan mengikuti tren yang ada. Hal ini dibuktikan melalui akun *Instagramnya* dimana *De Paris* menjual *Korea sweet potato mochi bread*. Dapat diketahui bahwa produk roti ini sempat menjadi tren dan diminati banyak masyarakat. *De Paris* juga memiliki produk-produk yang jarang ditemukan di toko roti lainnya seperti pia isi telur asin, pia *garlic*, mantao, dan lain-lain. Untuk Dapur Semusim Listya mendapatkan peringkat 3 karena pemilik memiliki inovasi produk dengan membuat roti rasa ayam sambal matah dan rendang. Tentunya hal ini menjadi peluang karena varian rasa ini belum pernah ditemukan di kota Bogor.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Analisis SWOT (Philip Kotler & Keller, 2016, p. 72) adalah evaluasi keseluruhan dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) perusahaan. analisis SWOT berguna 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memantau lingkungan pemasaran secara internal dan eksternal. Lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang (*Opportunities*) memiliki arti adanya kesempatan menguntungkan dimana kesempatan ini dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sedangkan ancaman (*Threats*) memiliki arti kondisi dimana adanya faktor-faktor yang memiliki potensi untuk memberikan kerugian bagi perusahaan. Lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan (*Strength*) memiliki arti keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan pesaing sedangkan kelemahan (*Weaknesses*) adalah tantangan atau keadaan dimana ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan agar tetap dapat unggul dalam bersaing dengan para pesaing.

Berikut adalah analisis SWOT dari Dapur Semusim Listya :

a. Kekuatan (*Strenghts*)

1) Menggunakan bahan yang berkualitas

Dapur Semusim Listya tentunya menggunakan bahan-bahan yang berkualitas untuk rotinya. Roti yang diproduksi merupakan roti *handmade* sehingga pemilik tentunya juga akan menjamin kebersihan dan kualitas rotinya. Roti yang diproduksi juga tidak menggunakan pengawet ataupun bahan-bahan yang tidak baik bagi tubuh.

2) Konten media sosial yang menarik

Dapur Semusim Listya akan membuat konten pada media sosial yang menarik dan aktif. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian para calon pembeli karena dapat dilihat bahwa saat ini media sosial merupakan media paling efektif untuk melakukan pemasaran dan menjangkau target pasarnya. Media sosial Dapur Semusim Listya akan digunakan sebagai tempat

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.



berjualan, memberikan informasi apabila ada diskon, *giveaway*, cara *order*, cara menyampaikan keluhan, *price list*, testimoni, *games* dan lain-lain.

### 3) Adanya inovasi produk

Dapur Semusim Listya tentunya ingin memberikan suatu inovasi terhadap varian rasa rotinya. Hal ini bertujuan agar Dapur Semusim Listya memiliki keunikan sendiri dibandingkan pesaing. Selain itu inovasi baru ini tentunya menjadi peluang yang baik bagi usaha Dapur Semusim Listya. Varian rasa yang ingin dibuat oleh Dapur Semusim Listya adalah roti rasa rendang dan roti ayam sambal matah.

### 4) Harga yang bersaing

Harga yang ditetapkan oleh Dapur Semusim Listya untuk produk rotinya tentunya akan bersaing dengan para pesaing. Selain harganya yang bersaing, tentunya harga yang ditetapkan sudah berdasarkan perhitungan agar tidak mengalami kerugian.

### 5) Kualitas packaging yang baik karena ramah lingkungan

Dapat diketahui bahwa sampah plastik merupakan sampah yang sulit untuk didaur ulang sehingga membuat pencemaran lingkungan semakin parah. Untuk membantu meringankan masalah sampah plastik, Dapur Semusim Listya kemudian memutuskan untuk menggunakan packaging yang berbahan dasar kertas. Hal ini dikarenakan mendaur ulang sampah kertas jauh lebih mudah dibandingkan sampah plastik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



oleh masyarakat. Karena Dapur Semusim Listya belum dikenal baik oleh konsumen tentunya hal ini memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk suatu usaha. Hal ini tentunya menjadi kelemahan karena dapat kalah bersaing dengan para pesaing yang sudah lebih dikenal oleh konsumen.

- 2) Pelayanan yang masih belum maksimal karena sumber daya manusia yang masih terbatas

Dapur Semusim Listya merupakan usaha yang baru akan dibuat sehingga tentunya sumber daya manusianya juga sangat terbatas. Tentunya hal ini membuat pemilik akan sibuk mengatur dan mengontrol keseluruhan usaha Dapur Semusim Listya sendirian. Hal ini dinilai akan menjadi kelemahan karena produk yang dihasilkan juga terbatas tidak bisa terlalu banyak, selain itu pelayanan yang diberikan oleh Dapur Semusim Listya juga tentunya tidak menjadi maksimal dimana respon yang diberikan kepada pelanggan tidak cukup cepat. Hal ini tentunya perlu ditingkatkan oleh Dapur Semusim Listya agar pelanggan dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

#### c. Peluang

- 1) Pangsa pasar luas dan beragam

Dapat diketahui bahwa banyak masyarakat yang dapat menjadi target pasar dari usaha Dapur Semusim Listya baik dari anak muda hingga orang tua, baik berjenis kelamin perempuan ataupun laki-laki, dan menjangkau masyarakat kota Bogor dan sekitarnya.

- 2) Kemudahan melakukan promosi melalui media sosial

Saat ini sebagian besar masyarakat tentunya memiliki media sosial sehingga promosi melalui media sosial merupakan pilihan yang tepat bagi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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



sebuah perusahaan. Hal ini disebabkan karena promosi melalui media sosial memberikan banyak keuntungan seperti biaya pemasaran yang murah, target pasar yang tak terbatas, kemudahan dalam menyebarkan informasi seputar perusahaan, dan lain-lain.

3) Menggunakan packaging yang ramah lingkungan

Dapat diketahui bahwa sampah plastik merupakan sampah yang menjadi perhatian dunia karena sulitnya sampah tersebut untuk di daur ulang. Selain itu negara Indonesia merupakan negara penyumbang terbesar kedua untuk sampah plastik di laut. Tentunya hal ini dapat menjadi perhatian para pebisnis untuk memperhatikan packaging pada produknya untuk menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan atau mudah untuk di daur ulang.

4) Varian rasa yang masih dapat di inovasikan

Pada produk roti umumnya banyak ditemukan roti rasa coklat, keju, srikaya, *blueberry*, *strawberry*, dan lain-lain. Tetapi varian rasa baru juga masih dapat diciptakan dan akan menjadi peluang bagi perusahaan. Salah satu contoh varian baru tersebut adalah roti rasa rendang atau roti rasa ayam sambal matah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

d. Ancaman

1) Harga bahan baku yg dapat meningkat sewaktu-waktu

Untuk beberapa bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti Dapur Semusim Listya tentunya ada yang dapat meningkat sewaktu-waktu. Tentunya hal ini menjadi ancaman karena apabila bahan baku meningkat maka keuntungan perusahaan juga menurun.

2) Adanya pesaing baru

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.



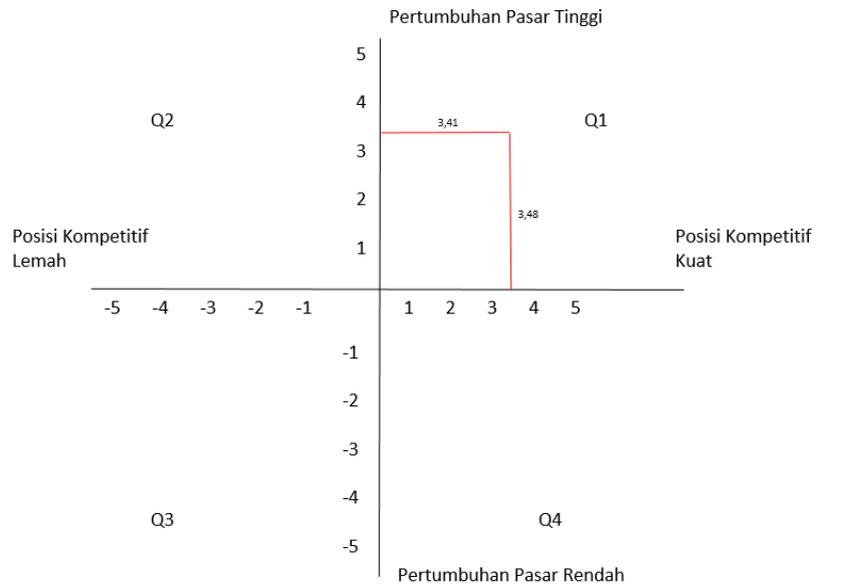
Pesaing baru untuk usaha roti tentunya akan mudah bertambah. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam memulai usaha ini, kemudahan dalam memperoleh bahan bakunya, kemudahan dalam mendapatkan resep, dan lain-lain.

3) Pesaing yang sudah lebih dahulu di industri makanan

Pesaing yang sudah lebih dahulu ada tentunya menjadi ancaman bagi Dapur Semusim Listya karena tentunya sudah mendapat kepercayaan pelanggan, *brand image* yang sudah dikenal, kualitas roti yang terjamin enak dan baik, pengalaman yang banyak, dan lain-lain. Ini merupakan ancaman bagi Dapur Semusim Listya karena Dapur Semusim Listya merupakan usaha yang baru akan dibuat sehingga perlu bekerja keras agar *brand image* semakin dikenal dan menjadi produk yang dipercaya oleh banyak konsumen.

Gambar 3. 6

SWOT Quadrant Dapur Semusim Listya



Sumber : Dapur Semusim Listya

© 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.



Berikut Tabel 3.3 mengenai matriks SWOT dari Dapur Semusim Listya :



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Tabel 3. 4**

**Matriks SWOT Dapur Semusim Listya**

<p><b>Matriks</b></p>	<p><b>Kekuatan (Strengths)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan bahan baku yang berkualitas</li> <li>2. Promosi via media sosial</li> <li>3. Adanya inovasi produk</li> <li>4. Harga yang bersaing</li> <li>5. Kualitas packaging yang baik karena ramah lingkungan</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (Weaknesses)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masih perlu membangun brand image agar semakin dikenal</li> <li>2. Pelayanan yang belum maksimal karena sumber daya manusia yang terbatas</li> </ol>
<p><b>Peluang (Opportunities)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pangsa pasar luas dan beragam</li> <li>2. Kemudahan melakukan promosi melalui media sosial</li> <li>3. Menggunakan packaging yang ramah lingkungan</li> <li>4. Varian rasa yang masih dapat diinovasikan</li> </ol>	<p><b>S-O Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berfokus pada konsumen potensial (S1, S3, O1, O4)</li> <li>2. Membuat konten pada media sosial secara aktif, edukatif, dan menarik (S2, O1, O2)</li> <li>3. Membuat varian rasa yang lebih banyak (S3, O1, O4)</li> <li>4. Membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan (S1, S2, S3, S4, S5, O2, O3, O4)</li> </ol>	<p><b>W-O Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan penggunaan media sosial dalam melakukan promosi (W1, O1, O2)</li> <li>2. Meningkatkan kualitas produk, layanan, dan sumber daya manusia (W1, W2, O4)</li> <li>3. Terus melakukan riset pasar (W1, O1, O4)</li> </ol>
<p><b>Ancaman (Threats)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga bahan baku yang dapat meningkat sewaktu-waktu</li> <li>2. Adanya pesaing baru</li> <li>3. Pesaing yang sudah lebih dahulu di industri makanan</li> </ol>	<p><b>S-T Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya ciri khas tersendiri dibandingkan pesaing (S1, S3, T2, T3)</li> <li>2. Melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan zaman (S1, S2, S3, T1, T2, T3)</li> <li>3. Aktif melakukan pendekatan dengan pelanggan (S2, S4, T2, T3)</li> </ol>	<p><b>W-T Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan promo kepada para pelanggan (W1, T2, T3)</li> <li>2. Membuat masyarakat sadar akan keberadaan Dapur Semusim Listya (W1, W2, T2, T3)</li> <li>3. Melakukan inovasi produk dan meningkatkan sumber daya manusia (W1, W2, T1, T2, T3)</li> </ol>

Sumber : Dapur Semusim Listya

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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