

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing merupakan penilaian pasar yang digunakan oleh para pembisnis untuk memahami persaingan, maka dari itu perlu dilakukan sebelum membuka suatu usaha agar sebagai calon pemilik suatu jenis usaha dapat mengetahui bagaimana situasi dari dinamika persaingan pada suatu kompetitor yang sama. Dengan melakukan riset analisis industri dan persaingan secara tidak langsung telah mengumpulkan dan menganalisis data persaingan bisnis kemudian calon pemilik bisnis dapat melihat peluang dalam suatu usaha dan memungkinkan meningkatkan kemajuan suatu bisnis.

3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Bisnis kue merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai produk makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner yang saat ini sebagai pelengkap gaya hidup masyarakat, dengan ini menjadi bukti bahwa bisnis kuliner pada saat ini berkembang dengan pesat. Banyak perusahaan mempromosikan bisnisnya lewat media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* dengan *mengendorse* para *influencer* yang terkenal di bidangnya. Hal ini yang membuat tren bisnis kuliner di Indonesia semakin jauh meningkat.

Saat ini pangan bukan hal konsumsi utama untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia, pangan sudah menjadi sebuah *trend* gaya hidup dikalangan masyarakat yang memberikan tidak hanya cita rasa tetapi juga menjadi kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi dan berinovasi. Dikarenakan, Industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul melalui produk maupun layanan jasa yang ditawarkan.





Pertumbuhan industri makanan dan minuman bertambah setiap tahun kemudian akan menuju transformasi digital . Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020.” <https://kemenperin.go.id/artikel/22485/Industri-Makanan-dan-Minuman-Diakselerasi-Menuju-Transformasi-Digital>

3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah riset untuk menilai dan mengenal tentang suatu bisnis kompetitor. Dengan melakukan analisis pesaing, dapat diketahui apa saja kemampuan bersaing terhadap para pesaing lainnya. Pesaing adalah hal yang wajar pada saat membuka suatu usaha Oleh karena itu, para calon pembisnis harus mencari informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk mengungguli pesaing secara efektif.

Selain itu, diperlukan juga perbandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi pada perusahaan dengan pesaing terdekat. Hal ini dapat membuat perusahaan mengetahui tentang keunggulan maupun kelemahannya. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, ditetapkan beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan *Need Cake*. Berikut pesaing-pesaing dari *Need Cake* yang menawarkan produk yang sejenis :

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.



Tabel 3.1

Identifikasi keunggulan dan kelemahan pesaing

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

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Wanderbakes Lokasi : Rukan Theme park golf island E111 Harga : Rp 200.000 – Rp 1.000.000	- Menu kue yang tersedia cukup bervariasi	- Hanya untuk takeaway
Dewandaru Bakery & Eatery Lokasi : Rukan Golf Beach theme park D56	- Makanan dan minumannya cukup enak - Tempatnya besar	- Parkirnya kurang luas - Kurangnya promosi

Sumber : Need Cake

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*)

merupakan alat untuk analisis lingkungan perusahaan yang akan memberikan pandangan baru terhadap peluang perusahaan atau suatu bisnis yang akan berkembang dan juga dapat mencegah ancaman bagi suatu bisnis, dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan akan dapat mengetahui segala risiko dan potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal.

Dengan memahami segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, posisi, potensi, dan arahan strategis untuk bisnis, bisnis bisa memiliki kesempatan untuk berkembang lebih baik. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap *Need Cake* yang dilakukan oleh penulis :

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



Tabel 3.2

Identifikasi keunggulan dan kelemahan pesaing

No	Economic	Social	Technology	Environment	Legal , law , regulation
1	Daya beli	Perilaku konsumen	Media sosial	Lokasi	Pendirian usaha
2		-	Internet	-	- peraturan pemerintah

Sumber : *Need Cake*

Berdasarkan Tabel 3.2 Identifikasi PESTEL dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Ekonomi (Economic)

Dari sektor ekonomi, terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi, yaitu pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga, standar nilai tukar dan tingkat inflasi , pertumbuhan ekonomi yang meningkat , maka daya beli konsumen juga akan berkembang Hal ini terjadi ketika pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan kenaikan pendapatan. Tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik secara tidak langsung akan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan makanan yang berujung meningkatnya kekuatan daya beli masyarakat. Hal ini bisa menjadi peluang bagi *Need Cake* .



b. Sosial (Social)

Faktor sosial budaya sangat penting dalam dunia bisnis karena hal ini sangat erat dengan perilaku konsumen yang mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tindak dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan *trend* di kalangan masyarakat.

Dilihat dari saat ini, banyaknya masyarakat mengikuti perkembangan jaman dengan mengikuti trend kue ulang tahun dengan dekorasi yang unik dan kekinian. kemudian dengan usaha bisnis *need cake* ini akan membuka peluang bagi penulis, dengan menjual kue ulang tahun dan menyediakan tempat duduk untuk menikmati kue yang akan di santap oleh para pelanggan, dapat disimpulkan bahwa aspek social akan memberikan keuntungan bagi *Need Cake*.

c. Teknologi (Technology)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini memberikan begitu banyak kemudahan bagi masyarakat. Saat ini hanya dengan memencet tombol di atas layar ponsel, masyarakat dapat memesan makanan dan minuman, membayar berbagai tagihan dan berbelanja secara *online*. Salah satu contoh teknologi yang berpengaruh bagi masyarakat adalah gadget dan internet. Hampir semua orang memiliki *gadget*, dan banyak orang yang memiliki media sosial. Pengaruh media sosial di internet pun semakin besar karena banyak orang yang menggunakan internet. Hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi para pengusaha untuk meningkatkan brand awareness dan mempromosikan produknya kepada masyarakat. *Need Cake* memanfaatkan media sosial berupa *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok* untuk mempromosikan *Need Cake*.



d. Lingkungan (*Environment*)

Penentuan lokasi yang strategis dapat memberikan dampak yang baik bagi suatu bisnis untuk berkembang. Kondisi lingkungan sangat menentukan usaha bisnis yang didirikan apakah bisa berjalan dengan baik atau tidak, karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif di kedepannya, dimana lokasi yang strategis, dan lokasi yang bebas banjir menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis. Pendirian *Need Cake* dilakukan di Jakarta pusat dikarenakan lokasi berada di tempat wisata kuliner potensi terhadap pangsa pasar yang dituju dapat tepat sasaran.

e. Hukum (*Legal*)

Faktor hukum adalah faktor yang harus diketahui oleh setiap pebisnis sebelum menjalankan usahanya. Faktor ini meliputi legalitas untuk mendirikan suatu usaha agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha meliputi dokumen Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar. IUMK memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Syarat untuk memperoleh IUMK sebagai berikut: (depkop.go.id, 2017)



Hukum (Legal)

Faktor politik merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Faktor politik yang dibahas meliputi masalah hukum yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturan formal maupun informal

Need Cake sudah terhubung dengan peraturan pemerintah dalam menjalankan usaha. *Need cake* adalah usaha kecil yang harus menaati undang – undang no 20 tahun 2008 mengenai jenis kriteria usaha dengan memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta setidaknya memiliki hasil penjualan pertahun lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Dalam setiap bentuk usaha khususnya UMKM mendapat kemudahan dalam mengurus perijinan sehingga dengan kondisi politik Indonesia saat ini, masalah perijinan usaha tidak akan menjadi masalah dalam mendirikan usaha di industri *food and beverages* ke depannya.

3.4 Analisis Pesaing

Lima kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter five forces Business Model*)

Menurut Fred R. David (2016:229), “*Porter’s five forces model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*”. Yang artinya adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.



Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri menurut Porter :

Gambar 3. 1
Porter's Five Forces

Porter's five forces



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

Sumber : Fred R. David dan Forest R. David (2017 : 229), *strategic Management*

a. Competitive Rivalry (Persaingan antar perusahaan yang ada)

Dalam berbisnis pastinya tidak jauh dari kata persaingan . Setiap membuka suatu bisnis pasti ada yang saling bersaing untuk mendapatkan keunggulan dan menguasai pasar. Ketika suatu bisnis menciptakan suatu inovasi dan mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi resiko menurun dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat kompetitif.



Persaingan dalam lingkup usaha industri bagi *Need Cake* adalah cukup tinggi, karena *Need Cake* berdiri dalam area kuliner yang di setiap tempat mempunyai keunggulan tersendiri. Tetapi *Need Cake* memiliki keunikannya sendiri yaitu menu dan tempat yang nyaman untuk bersantai, kebanyakan pesaing hanya menyediakan kue untuk di bawa pulang saja tetapi tidak untuk *Need Cake*, toko kue ini menyediakan tempat untuk dapat menikmati kue kami dan setiap jam 8 malam toko kue kami akan mengadakan diskon 50% untuk semua jenis produk kue ditoko kami, karena setiap harinya kami selalu memproduksi kue yang baru.

Need Cake berfokus pada kepuasan konsumen, setiap pembelian kue kami selalu meminta pendapat konsumen tentang kue kami dan pastinya jika ada masukan kami akan memperbaiki kue kami agar para konsumen tidak mudah berpindah dan tetap berlangganan kepada toko kue penulis

b. *Threat of New Entrances* (Ancaman Pendetang baru)

Ancaman dari pendatang baru harus dilakukan analisis supaya dapat meningkatkan kewaspadaan perusahaan akan hal buruk yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang, dan mempersiapkan strategi untuk melawan perusahaan pesaing.

Need Cake adalah sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner dan secara umum dapat ditiru oleh banyak pihak, sehingga ancaman dari datangnya pendatang baru adalah cukup tinggi. Dengan begitu peluang konsumen untuk berpindah merek pun akan mengancam usaha bisnis. Untuk mengantisipasi adanya pendatang baru yang masuk dan menjadi pesaing, *Need Cake* menciptakan suatu yang menjadi pembeda dari pesaing dan menjadi keunggulan di benak para pembeli yaitu kue yang lembut dan nikmat.



c. *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)

Pemasok berperan penting dalam memenuhi kebutuhan bahan baku operasional *Need cake* secara jangka panjang. *Need Cake* selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas, mutu yang terjamin dan dengan harga yang terjangkau, Untuk itulah perlu adanya hubungan yang baik antara pemasok dan pembeli agar ketersediaan terjamin dan pengiriman bahan baku yang tepat waktu. *Need cake* tetap mengutamakan kualitas bahan baku yang tinggi yang menjadi keunggulan toko kue ini.

d. *Bargaining Power of Customers* (Kekuatan Tawar Menawar pembeli)

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Untuk itu diperlukan adanya daya tarik khusus untuk konsumen serta menawarkan layanan yang maksimal untuk konsumen. Daya tawar pembeli terhadap *Need Cake* adalah sedang. Daya tarik khusus yang dimiliki *Need Cake* adalah jenis kue yang enak dan berkualitas.

e. *Threat of Substitutes* (Ancaman Produk Substitusi)

Pada setiap bisnis, akan selalu muncul produk pengganti, perusahaan harus bersaing tidak hanya dengan perusahaan dengan produk sejenis tetapi juga bersaing dengan produk – produk substitusi atau produk pengganti. Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang kuat apabila produk dan atau jasa tersebut dapat menjadi alternatif secara penuh bagi konsumen.

Bahkan pada bisnis kuliner pun ancaman dari produk pengganti tidak dapat dipungkiri. Untuk mengatasi hal tersebut, *Need Cake* selalu membuat kue yang berbeda –



beda setiap harinya dan ada dimana hari Menu Special of the mengikuti tren yang sedang berlangsung. Dalam hal ini, ancaman produk pengganti terhadap *Need Cake* adalah sedang

3.5 Analisis Faktor – faktor kunci sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Menurut *Fred R. David (2016:236)* , “*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 CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan kondisi eksternal perusahaan melalui Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) yang di mana hanya masing-masing faktor internal dan eksternal saja.

Tabel 3.3

Competitive Profile Matrix *Need Cake*

<i>Critical Success Factor</i>	Bobot	<i>Need Cake</i>		<i>Wanderbakes</i>		<i>Dewandaru Bakery & Eatery</i>	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Cita Rasa Produk	0.22	4	0.88	3	0.66	3	0.66
Lokasi Usaha	0.20	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Promo	0.19	4	0.76	2	0.38	3	0.57
Merek	0.20	2	0.4	3	0.6	3	0.6
Pelayanan yang baik	0.21	4	0.84	3	0.63	4	0.84
Total	1.00		3.88		3.07		3.47

Sumber : *Need Cake*

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang 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.



Berdasarkan tabel 3.2 , angka bobot dalam tabel analisis *Competitive Profile Matrix* didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 100 responden. Berdasarkan dari perhitungan tabel diatas, dapat menunjukkan bahwa *Need Cake* memiliki dua pesaing yakni *Wanderbakes* dan *Devaru Bakery & Eatery*.

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dari pesaing *Need Cake* , Berdasarkan Tabel 3.2 sebagai berikut :

a. Cita Rasa Produk

Citra rasa produk adalah hal yang penting di dalam toko kue karena dengan adanya citra rasa itu maka timbulnya perbandingan toko kue lainnya . *Need Cake* memiliki bobot yang cukup besar yaitu 0.22 dimana citra rasa merupakan faktor penting untuk para konsumen . Kemudian *Need Cake* mendapatkan rating 4 karena kue yang dibuat diolah dengan bahan yang berkualitas. Bisa dikatakan berkualitas karena sebelumnya penulis pernah berjualan kue sus dan yang mengisi kuesioner adalah orang yang pernah membeli kue penulis.

b. Lokasi Usaha

Lokasi usaha itu sangat penting , karena jika lokasi tersebut susah ditemukan maka para pelanggan akan malas untuk mencarinya dan juga bila lahan parkir yang tersedia sangat sedikit akan menjadi pertimbangan para pelanggan untuk datang ke toko kue .

c. Promo

Promo adalah hal yang paling disukai oleh masyarakat dengan adanya promo banyaknya masyarakat yang ingin mengetahui dan sekaligus meningkatkan penjualan toko kue *Need Cake*.



d. Merek

Merek merupakan salah satu bagian penting dari suatu produk. Merek bisa menjadi suatu nilai tambah bagi produk atau jasa. Nilai tambah ini sangat menguntungkan bagi perusahaan, maka dari itu perusahaan berusaha terus memperkenalkan brand yang dimilikinya. Disini *Need Cake* mempunyai rating 2 karena mereknya belum dikenal oleh masyarakat luas.

e. Pelayanan yang baik

Pelayanan yang baik adalah hal utama dalam setiap usaha karena dengan pelayanan yang baik akan memungkinkan pelanggan akan puas dan tidak segan untuk datang kembali . Disini *Need Cake* mempunyai rating 4 dimana lebih unggul di banding para pesaing lainnya karena hasil survey di tempat pesaing, karena saat penulis menanyakan produknya para pekerja pesaing tidak memberi jawaban secara lengkap .

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Menurut *Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79)*, “An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).”

Strengths adalah menggambarkan kekuatan suatu perusahaan. Menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan lebih unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk menguasai segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



Weakness adalah menggambarkan kelemahan suatu perusahaan. Kelemahan

akan menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dengan para pesaing lainnya.

Opportunities adalah gambaran peluang dari sisi luar suatu perusahaan dan gambaran tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

Threats adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan. Dengan adanya Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis ini berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan keuntungan suatu perusahaan. Dan juga metode ini membantu para pembisnis untuk melihat sisi-sisi yang terabaikan atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Need Cake* :

Kekuatan (Strengths)

1. *Need cake* membuat dengan bahan - bahan yang premium dan berkualitas .
2. Lokasi *need cake* berada di tempat yang strategis.
3. Harga yang terjangkau .
4. *Need cake* memberikan pelayanan yang baik .

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



Kelemahan (Weakness)

1. Merek *Need Cake* belum dikenal oleh masyarakat luas

Peluang (Opportunities)

1. Bisnis kue ulang tahun tidak pernah punah
2. Gaya hidup kekinian masyarakat
3. Masyarakat selalu mengikuti trend masa kini

Ancaman (Threats)

1. Sudah banyak toko kue di daerah jakarta pusat
2. Usaha kue selalu mudah di tiru
3. Banyaknya pesaing yang lebih berpengalaman

Untuk membuat SWOT Quadrant diperlukan identifikasi IFAS (Internal Factor Strategy) dan EFAS (External Factor Strategy) dengan beberapa tahap sebagai berikut :

- a. Menentukan faktor-faktor strategis internal
- b. Menentukan faktor-faktor strategis eksternal
- c. Menyusun di dalam kolom 1 indikator kekuatan dan kelemahan untuk IFAS

dan indikator peluang dan ancaman untuk EFAS

- d. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategik.
- e. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai 1 (dibawah rata-rata).

f. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor dalam kolom 4. berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya variasi mulai dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (dibawah rata-rata)

g. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), sehingga diperoleh total skor pembobotan untuk perusahaan bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis baik internal dan eksternal.

Tabel 3.4
Internal Faktor Analysis Strategy

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Strength</i>				
1	produk menggunakan bahan berkualitas	0.21	4	0.84
2	Lokasi usaha	0.20	4	0.8
3	Harga terjangkau	0.20	4	0.8
4	Pelayanan yang baik	0.21	4	0.84
Jumlah Strength				3.28
<i>Weakness</i>				
1	Merek	0.19	2	0.38
Jumlah Weakness				0.38
Total IFAS				2.9

Sumber : *Need Cake*

Berdasarkan Tabel 3,3 , angka bobot dalam tabel internal faktor *analysis Strategy* di hitung dari hasil survey kuisisioner dengan 50 responden. Diketahui bahwa total skor Strength sebesar 3,28 dan total skor Weakness sebesar 0,38. Total skor IFAS sebesar 2.9 didapatkan dari pengurangan total skor Strength dengan total skor Weakness.



Tabel 3.5

Eksternal Faktor *Analysis Strategy*

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Opportunity</i>				
1	Usaha kue tidak pernah mati	0.16	3	0.48
2	Gaya hidup masyarakat	0.16	4	0.64
3	Masyarakat yang ikuti trend	0.17	4	0.68
Jumlah Opportunity				1.8
<i>Threat</i>				
1	Banyaknya pesaing di Jakarta pusat	0.17	4	0.68
2	Usaha kue mudah di tiru	0.16	3	0.48
3	Banyak pesaing yang berpengalaman	0.17	3	0.48
Jumlah Threat				1.64
Total EFAS				0.16

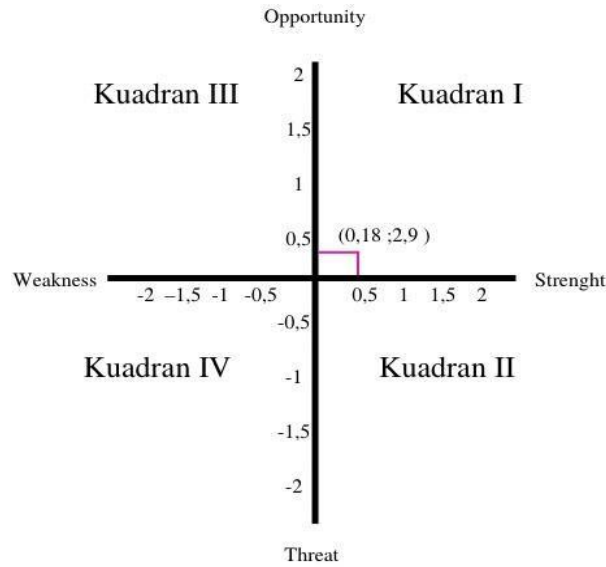
Sumber : *Need Cake*

Berdasarkan Tabel 3.4, angka bobot dalam Tabel eksternal faktor analysis strategy di hitung dari hasil survei kuisisioner dengan 50 responden. Dari Tabel 3.4 diketahui bahwa total skor Opportunity sebesar 1,8 dan total skor Threat sebesar 1,64. Total skor EFAS sebesar 0,16 didapatkan dari pengurangan total skor Opportunity dengan total skor Threat.



Gambar 3.2

SWOT Quadran *Need Cake*



Sumber : *Need Cake*

Berdasarkan Gambar 3.2 dapat diketahui bahwa *Need Cake* berada pada posisi diantara sumbu Opportunity dan Strength yakni berada di kuadran I. Artinya, *Need Cake* disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity).

© 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.



Tabel 3.6

ANALISIS SWOT MATRIX

<p>SWOT</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <p>1. <i>Need cake</i> membuat dengan bahan - bahan yang premium dan berkualitas.</p> <p>2. Lokasi <i>need cake</i> berada di tempat yang strategis.</p> <p>3. Harga yang terjangkau .</p> <p>4. <i>Need cake</i> memberikan pelayanan yang baik .</p>	<p>Kelemahan (W)</p> <p>1. Merek <i>Need Cake</i> belum dikenal oleh masyarakat luas</p>	
	<p>Peluang (O)</p> <p>1. Bisnis kue ulang tahun tidak pernah punah</p> <p>2. Gaya hidup kekinian masyarakat</p> <p>3. Masyarakat selalu mengikuti trend masa kini</p>	<p>Strategi S-O</p> <p>1. Mempekerjakan <i>chef</i> dengan <i>skill</i> yang tinggi agar kue yang disajikan enak, inovatif dan berkualitas (S1,O2,O3)</p> <p>2. Mempromosikan produk dengan memberikan diskon hanya pada pembelian datang ke tempat. (S3,S4,O3)</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>1. media social menjadi media pemasaran (W1,O1,O2,O3)</p>
	<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Sudah banyak toko kue di daerah jakarta pusat</p> <p>2. Usaha kue selalu mudah di tiru</p> <p>3. Banyaknya pesaing yang lebih berpengalaman</p>	<p>Strategi S-T</p> <p>1. Mempunyai ciri khas tersendiri dan berkreasi unik agar tidak mudah di tiru (S1,T1,T2,)</p> <p>2. Meningkatkan pelayanan yang baik agar menciptakan <i>brand image</i> yang positif dimata para konsumen yang datang (S4,,T3)</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>1. Mengundang artis. <i>Influencer</i> dan <i>food blogger</i> (W1,T1,T2,T3,)</p>

© 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.



1. Strategi SO

- A. **Memperkerjakaan *Chef* dengan skill yang tinggi agar kue yang disajikan enak inovatif dan berkualitas .Mempunyai ciri khas tersendiri dan berkreasi unik agar tidak mudah di tiru**

Need cake memperkerjakaan chef dengan skill yang tinggi agar dapat bekerja sama dengan penulis untuk memiliki ide – ide yang unik dalam proses pembuatan kue. Dengan ini bisa menciptakan kue – kue yang enak , unik dan berkualitas agar para pelanggan bisa datang Kembali ke toko kue *Need Cake* .

- B. **Mempromosikan produk dengan memberikan diskon hanya pada pembelian datang ke tempat.**

Need Cake memberikan diskon kepada para pelanggan yang datang ke toko kue agar dapat memperkenalkan toko kue *Need Cake*. Hal ini dilakukan agar para pelanggan bisa datang ketempat kami untuk menikmati kue dan berdukk santai dengan fasilitas yang diberikan oleh toko kue *Need Cake* .

2.Strategi ST

- Mempunyai ciri khas tersendiri dan berkreasi unik agar tidak mudah di tiru**

Need Cake menciptakan kue yang unik dengan rasa yang tidak mudah ditiru oleh pesaing lainnya . dengan berbagai rasa kue dengan menggunakan Teknik *backing* tersendiri jadi menciptakan kue yang lembut dan rasa yang enak .

Meningkatkan pelayanan yang baik agar menciptakan *brand image* yang positif dimata para konsumen yang datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



Need Cake selalu menerapkan kepada seluruh karyawan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan yang datang sesuai SOP *Need Cake*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Menyapa pengunjung yang datang dengan ramah dan harus selalu memberikan senyuman, serta mengucapkan terima kasih setelah pengunjung pulang.
- b. Kasir yang sedang bertugas harus teliti dengan pesanan dan nominal transaksi agar tidak mengecewakan para pelanggan dan mengucapkan terimakasih pada akhir pembicaraan.
- c. *Waiters* yang sedang bertugas wajib menjelaskan semua jenis kue kepada pelanggan dan menjawab semua pertanyaan pelanggan dengan baik .
- d. Tidak diperkenankan bermain hp dalam jam kerja .
- e. Wajib menggunakan masker dan sarung tangan .

1) Strategi WO

Media sosial menjadi media pemasaran

Media pertama yang di gunakan oleh *Need Cake* adalah pemasaran lewat online . Dengan hal ini bisa membantu peningkatan brand penjualan dan pemasaran toko kue *Need Cake* , karena hampir seluruh masyarakat mempunyai media sosial dan dengan ini dapat menjadikan produk lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas.

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.

Strategi WT

Mengendorse para artis dan food blogger

Need cake akan mengundang para artis dan food blogger untuk menyebarluaskan toko kue need cake kepada masyarakat agar meningkatkan brand image dan meningkatkan penjualan .

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