



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Sebelum menjalankan suatu usaha, pemilik usaha perlu melakukan analisis dari industri yang ingin dimasukinya. Karena setiap industri memiliki karakteristik berbeda-beda. Adanya pesaing juga menjadi salah satu bagian dari industri yang akan dimasuki pemilik usaha. Sehingga, analisis diperlukan agar pemilik usaha dapat mengetahui besar peluang, kelebihan dan kekurangan produk, ancaman dari pesaing, dan kondisi eksternal yang ada disekitar tempat usaha. Sehingga dari analisis ini, pemilik usaha dapat menentukan strategi yang tepat dan dapat memposisikan diri dalam menjalankan usahanya di suatu industri

#### 3.1. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam menjalani sebuah bisnis, seorang pebisnis harus memahami tren dan pertumbuhan industri dari bisnis yang dijalaninya. Untuk memahami tren dan pertumbuhan industri, diperlukan analisis sebelum terjun ke dalam dunia bisnis.

Hingga kuartal 3 tahun 2021, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 2,97 persen. Meskipun sudah menunjukkan pertumbuhan yang positif dan lebih baik dari beberapa sektor industri lain yang mengalami pertumbuhan negatif, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman sampai kuartal 3 tahun 2021 masih lebih kecil dibandingkan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 dan sebelum-sebelumnya. Negatifnya pertumbuhan industri makanan dan minuman pada sepanjang tahun 2019 hingga 2020, dikarenakan efek dari pandemi Covid-19. Berikut grafiknya:

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



Gambar 3.1

Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman



Sumber : <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>

3.2 Analisis Pesaing

Di era industri yang semakin berkembang dan didukung oleh kondisi yang masih *pandemic* Covid-19, menyebabkan perubahan pada gaya hidup masyarakat. Masyarakat semakin konsumtif dalam berbelanja secara online dan setiap pengusaha harus peka dan mampu memenuhi keinginan konsumen. Namun, di setiap industri yang ingin dijalankan, selalu ada pesaing yang berusaha ingin memenuhi keinginan konsumen lebih dahulu.

Untuk mampu bersaing dan unggul dari pesaing-pesaing, perusahaan harus mampu melakukan diferensiasi dan menonjolkan keunggulan kepada konsumen serta meminimalisir kelemahan yang dimiliki. Seperti menggali info-info yang dibutuhkan untuk menganalisis keunggulan dan kelemahan pesaing seperti bahan baku, proses produksi, harga, promosi, dan lain-lain.

Pemilik usaha telah melakukan analisis pesaing dari usaha Dapur Mommyku yang berada disekitar lokasi usaha. Dan pemilik usaha telah menemukan faktor-faktor

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

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



yang menjadi acuan dalam menentukan keunggulan dan kelemahan pesaing. Berikut analisis pesaing Dapur Mommyku

**Tabel 3.1**  
**Analisis Pesaing Dapur Mommyku**

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Kantin Madu	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki banyak pilihan menu makanan</li> <li>harga terjangkau</li> <li>kemasan bersih</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rasa kurang konsisten</li> <li>Proses pembuatan lama</li> <li>Pemesanan Cuma bisa melalui via WA</li> <li>Tidak bisa makan ditempat</li> </ol>
Ny. Hendrawan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki banyak pilihan menu</li> <li>Brand sudah dikenal dikalangan masyarakat karena sudah sering dipakai untuk acara-acara besar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Harga yang ditawarkan lumayan mahal</li> </ol>

Sumber: Observasi Pemilik usaha, 2022.

### 3.3. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah salah satu cara untuk menentukan strategi dengan melakukan analisa lingkungan bisnis secara Makro (eksternal). Analisis ini perlu dilakukan sebagai sebuah usaha untuk mengidentifikasi peluang dan mengantisipasi ancaman pada lingkungan Makro yang diluar kendali dari seorang pemilik usaha



Dalam analisis PESTEL, terdapat beberapa analisis lingkungan bisnis secara makro (eksternal) yang perlu dilakukan, yaitu *Politics, Economy, Social, Technology, Environment, Legal*. Berikut adalah analisis PESTEL dari Dapur Mommyku:

a. *Politic* (Politik)

Dalam menjalankan sebuah usaha, faktor politik menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan oleh para pemilik usaha. Karena akan kondisi-kondisi politik seperti adanya kebijakan-kebijakan yang dibuat pemerintah yang akan mempengaruhi berjalannya bisnis tsb. Misal stabilitas politik, kondisi pemerintahan, dan lain-lain.

Faktor politik sangat berpengaruh kepada bisnis Dapur Mommyku, karena iklim politik Indonesia yang mendukung pertumbuhan usaha-usaha baru ataupun UMKM-UMKM “dengan memberikan stimulus permodalan melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan bantuan modal, keringanan pembayaran tagihan listrik dan dukungan lainnya”. Hal ini menjadi sebuah peluang dan mendorong kemajuan bagi usaha Dapur Mommyku.

Sumber: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>

b. *Economy* (Ekonomi)

Faktor ekonomi memiliki peran yang penting yang mempengaruhi kegiatan usaha Dapur Mommyku. Suku bunga, tingkat inflasi, pertumbuhan ekonomi, dan lain-lain menjadi faktor yang mempengaruhi. Di saat kondisi ekonomi sedang baik, daya beli masyarakat akan baik terhadap produk yang dijual. Dan hal itu akan menguntungkan bagi negara dan bagi pemilik usaha, karena arus barang dan arus uang yang lancar. Dan apabila kondisi ekonomi sedang tidak baik, daya beli konsumen akan menurun dan ini akan menghambat

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.



arus barang dan arus uang karena lemahnya daya beli konsumen atau masyarakat.

Kondisi ekonomi Indonesia yang sedang membaik pasca *pandemic* Covid-19 dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pada tahun 2021 sebesar 3,69 persen dibandingkan tahun 2020 yang hanya sebesar 2,07 persen dan pada 2022 akan di proyeksikan meningkat hingga 4,8 hingga 5,5 persen. Ini menjadi hal yang baik bagi perkembangan dan menjadi peluang usaha baru termasuk usaha Dapur Mommyku

Sumber: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/02/07/1911/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2021-tumbuh-5-02-persen--y-on-y-.html>.

c. *Social* (Sosial)

Kondisi sosial dari suatu lingkungan memiliki dampak dan pengaruh yang besar terhadap kelangsungan dari sebuah usaha. Faktor sosial dapat dicontohkan seperti demografi, sosial budaya, gaya hidup, tren, dan latar belakang pendidikan. Hal ini akan terus berubah seiring berjalannya waktu dan zaman, karena adanya arus globalisasi.

Dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif dalam berbelanja makanan secara online karena efek *pandemic* dapat menjadi peluang bagi pemilik usaha untuk menjalani bisnisnya. Namun banyaknya bisnis makanan serupa juga akan membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan untuk membeli jenis usaha makanan lain sehingga ini bisa menjadi ancaman untuk pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya.

d. *Technology* (Teknologi)

Faktor teknologi memiliki peran yang besar terhadap kegiatan usaha. Jika kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan dengan baik akan mempermudah



dan membuat sebuah bisnis menjadi lebih baik dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Kemajuan *finance technology* dan munculnya transportasi online akan sangat mendukung dalam perkembangan sebuah usaha.

Perkembangan teknologi juga mempermudah bagi pemilik usaha untuk melakukan promosi yang lebih personal kepada setiap konsumennya sehingga promosi dari pemilik usaha dapat menjangkau lebih luas konsumen. Sehingga perkembangan teknologi memegang peran yang sangat penting terhadap usaha Dapur Mommyku

e. *Environment* (lingkungan)

Faktor lingkungan menjadi faktor yang harus diperhatikan pemilik usaha. Yang mana produk yang digunakan harus ramah lingkungan atau eco friendly. Produk yang ada diharapkan terbuat dari bahan yang ramah lingkungan dan tidak berbahaya bagi manusia yang menggunakannya.

Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha sudah berusaha mencari dan menggunakan produk yang ramah lingkungan, seperti pada kemasannya. Pemilik usaha menggunakan packaging yang ramah lingkungan dan mudah untuk didaur ulang.

f. *Legal* (hukum)

Faktor hukum mencakup hukum-hukum yang berlaku dan berpengaruh sebelum atau sesudah menjalani usaha. Faktor hukum yang diperhatikan seperti hukum ketenagakerjaan, hak cipta dan paten, dan hukum perlindungan konsumen.

Terdapat beberapa aturan yang diperlukan seperti standarisasi BPOM, pemasangan reklame dan lainnya. Sehingga Dapur Mommyku akan menaati peraturan yang ada agar dapat bersaing secara sehat dengan pesaing lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



### 3.4. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaing model Porter



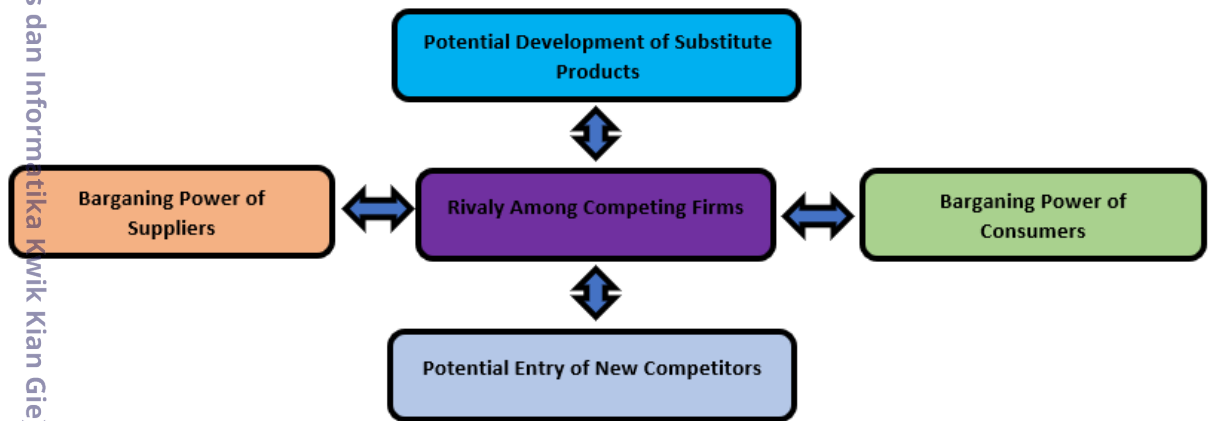
Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut David (2017 : 229), “Porter’s Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries.” yang memiliki arti Analisis lima kekuatan pesaing model porter adalah mengembangkan strategi di banyak industri dengan melakukan pendekatan secara luas. Berikut gambar model Porter:

Gambar 3.2

#### Lima Kekuatan Pesaing model Porter



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

#### a. Persaingan antar perusahaan yang ada (*Rivalry among competing firms*)

Dalam menjalani sebuah bisnis, pebisnis harus mengetahui industri apa yang akan dijalankan. Karena dalam sebuah industri akan ada persaingan dalam memperebutkan *market share* atau pangsa pasar dengan menunjukkan berbagai keunggulan dan strategi yang dimiliki oleh perusahaan.

Persaingan dapat memberikan dampak positif jika dilakukan secara sehat, jika persaingan dapat membuat masing-masing usaha berlomba untuk terus berinovasi dalam memenuhi keinginan konsumen yang terus berubah. Namun persaingan dapat memberikan dampak negatif jika dilakukan secara tidak sehat, setiap pesaing berusaha menjatuhkan usaha orang lain dengan

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.



melakukan tindakan negatif. Sehingga persaingan antar perusahaan dapat memberikan dampak positif dan negatif.

Jumlah pesaing Dapur Mommyku yang ada di wilayah Jakarta barat tergolong cukup banyak, yaitu sekitar 22 pesaing. Sumber : Google, 2022. Oleh karena itu, persaingan antar perusahaan yang ada dalam pasar bisnis makanan tergolong tinggi karena banyaknya jumlah pesaing sejenis di wilayah Jakarta Barat.

b. Potensi masuknya pesaing baru (*potential entry of new competitors*)

Sebelum memulai sebuah usaha, pemilik usaha harus melakukan analisis terhadap industri yang ingin dimasukinya. Apakah industri yang akan dimasukinya memiliki potensi masuknya pesaing baru yang tinggi atau sebaliknya potensi masuknya pesaing baru rendah.

Jika potensi masuknya persaingan baru tinggi artinya usaha tersebut mudah untuk dimasuki atau ditiru oleh pesaing baru yang sejenis. Sehingga pemilik usaha harus berlomba untuk berinovasi agar mampu unggul dalam menghadapi persaingan. Sebaliknya jika potensi masuknya pesaing baru rendah artinya usaha tersebut sulit dimasuki oleh pengusaha sejenis yang baru. Faktor yang bisa mempengaruhi seperti modal yang besar, produk yang sulit ditiru, dan lain lain.

Berdasarkan ulasan di atas, dapat disimpulkan potensi masuknya pendatang baru dalam industri makanan dan minuman tinggi karena modal yang diperlukan untuk membangun usaha tidak terlalu besar, alat yang dibutuhkan dan proses produksi yang tidak mahal, dan SDM yang dibutuhkan tidak banyak.

© 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. Ancaman produk / jasa pengganti (*potential development of substitute products*)

Dalam sebuah industri, pemilik usaha harus menyadari jika persaingan bukan hanya dari produk sejenis, namun bisa dari produk pengganti. Tekanan yang diberikan dan persaingan akan meningkat jika harga dari produk / jasa pengganti tersebut menurun. Hal ini akan membuat minat masyarakat teralihkan kepada produk / jasa pengganti, mengingat gaya hidup masyarakat yang lebih menginginkan produk / jasa yang lebih murah.

Dengan konsep bisnis makanan rumah yang ditawarkan, maka produk / jasa pengganti yang dapat mengancam adalah makanan junkfood dari KFC, MCD, BK, dll. lalu ada juga produk makanan instan yang dijual di supermarket-supermarket seperti TransMart, Hypermart ataupun minimarket seperti Lawson, Indomaret, dll. Melihat banyaknya ancaman produk / jasa pengganti, dapat disimpulkan ancaman produk pengganti tergolong tinggi.

d. Daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)

Daya tawar pemasok menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Jika bahan baku yang dibutuhkan adalah bahan baku umum, artinya daya tawar pemasok rendah. Karena perusahaan akan dengan mudah mencari pemasok lain yang menawarkan bahan baku yang lebih murah dan dengan kualitas yang lebih baik.

Dan jika terjadi kelangkaan bahan baku dalam menjalankan suatu usaha, akan membuat daya tawar pemasok tinggi. Hal ini karena perusahaan kesulitan mencari pemasok lain yang dapat memberikan keunggulan dari pada pemasok yang sudah dimiliki.

© 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.



Dalam menjalankan usahanya, Dapur Mommyku menggunakan bahan baku yang cukup susah untuk dicari karena menggunakan bahan baku yang tidak biasa seperti ayam probiotik dan sayur-sayur organik. Selain itu, Dapur Mommyku menggunakan rempah-rempah dan bumbu dapur yang bersifat umum di pasaran sehingga gampang dicari. Berdasarkan ulasan diatas, daya tawar pemasok untuk Dapur Mommyku tergolong sedang.

e. Daya tawar konsumen (*bargaining power of consumers*)

Konsumen adalah faktor yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha. Karena sebagai pelaku usaha, harus memenuhi keinginan konsumen yang bermacam-macam dan selalu berubah. Penawaran dalam pembelian akan semakin kuat jika konsumen membeli produk dalam jumlah yang banyak, atau jika pembeli yang ada hanya membeli sedikit yang membuat perusahaan harus berfokus untuk menjual produknya dengan harga yang lebih murah

Dapur Mommyku dalam menjalankan usahanya, akan memberikan promo jika konsumen membeli dalam porsi yang banyak untuk memuaskan keinginan konsumen. Sehingga dapat di simpulkan daya tawar konsumen tergolong tinggi.

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

Menurut David (2017 : 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 memiliki arti Competitive Profile Matrix (CPM) adalah analisis yang mengidentifikasi pesaing utama dalam sebuah perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dibanding pesaing.

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.



dalam melakukan analisis CPM, perlu menentukan *critical success factor* yang ditentukan setelah melakukan analisis internal dan eksternal perusahaan. Pemberian bobot dapat dilakukan setelah menentukan *critical success factor* dan akan disesuaikan dengan tingkat kepentingan faktor tersebut. Setelah itu setiap *critical success factor* akan diberikan peringkat / rating yang mengacu kepada kekuatan dan kelemahan setiap usaha, yaitu:

- a. Pemberian rating dengan angka 1,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kelemahan utama perusahaan
- b. Pemberian rating dengan angka 2,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kelemahan minor perusahaan
- c. Pemberian rating dengan angka 3,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kekuatan minor perusahaan
- d. Pemberian rating dengan angka 4,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kekuatan utama perusahaan

Berikut adalah analisis Faktor-faktor Kunci Sukses yang dinilai antara Dapur Mommyku, dengan Kantin Madu dan Ny. Hendrawan.

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)

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Dapur Mommyku

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Dapur Mommyku		Kantin Madu		Ny. Hendrawan	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Cita rasa produk	0.57	3	1.71	3	1.71	4	2.28
Kualitas produk	0.25	4	1	3	0.75	3	0.75
Harga produk	0.14	3	0.24	4	0.56	2	0.28
Varian produk	0.04	2	0.08	4	0.16	3	0.12
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.21</b>		<b>3.18</b>		<b>3.43</b>

Sumber : Dapur Mommyku, 2022

Berdasarkan Tabel 3.2, didapatkan angka bobot sebesar 0.57 untuk cita rasa produk; 0.25 untuk kualitas produk; 0.14 untuk harga produk; dan 0.04 untuk varian produk. Data yang tertera dalam tabel analisis CPM didapatkan dari hasil survei kepada 51 responden laki-laki dan perempuan dengan rentan usia dari 15 tahun hingga 44 tahun.

Setelah mendapatkan nilai bobot dari setiap faktor kunci sukses, selanjutnya pemilik usaha memberikan peringkat kepada setiap merek usaha berdasarkan asumsi pemilik usaha dan setiap asumsi yang pemilik usaha bikin memiliki alasan mengapa diberikan peringkat tsb.

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, menunjukkan jika Dapur Mommyku memiliki dua pesaing yaitu Kantin Madu dan Ny. Hendrawan. Dapur Mommyku menempati urutan kedua dengan nilai sebesar 3.21; lebih kecil dibanding Ny. Hendrawan yang menempati urutan pertama dengan nilai sebesar 3.43; dan lebih besar dibanding Kantin Madu yang menempati urutan ketiga dengan nilai sebesar 3.18. melalui analisis perhitungan CPM tersebut, maka didapatkan bahwa Dapur Mommyku

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi dari 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.



memiliki keunggulan dibanding dengan Kantin Madu, tetapi masih dibawah Ny. Hendrawan. Sehingga untuk mampu bersaing dengan Ny. Hendrawan, Dapur Mommyku akan berfokus untuk meningkatkan promosi, iklan dan menyiapkan strategi usaha untuk mendapatkan hasil yang jauh lebih baik lagi.

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

Menurut David (2017 : 251) “*The Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-Threats) strategies, and WT (weaknesses-Threats) strategies.*” Yang memiliki arti Matrix SWOT adalah analisis yang dapat membantu manager perusahaan dalam mengembangkan empat jenis strategi: strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman).

*Strength* menggambarkan kekuatan atau keunggulan internal yang dimiliki perusahaan, keunggulan tersebut bisa dari segi teknologi, finance, Sumber Daya Manusia, produksi, dan lain lain. Analisis *strength* dilakukan bukan hanya oleh usaha sendiri, tetapi perlu dilakukan terhadap perusahaan pesaing agar dapat dibandingkan dan pemilik usaha dapat mengetahui keunggulan apa yang lebih menonjol dari usahanya sendiri. Sehingga dari keunggulan itu, perusahaan dapat berfokus pada kekuatan tersebut sebagai cara untuk memenangkan persaingan.

*Weakness* menggambarkan kelemahan atau kekurangan internal yang dimiliki oleh perusahaan. Diperlukan analisis untuk mencari tahu kelemahan dari perusahaan sendiri agar perusahaan dapat mengembangkan strateginya dan dapat meminimalisir

setiap kelemahan yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dapat memposisikan diri di pasar persaingan.

*Opportunities* menggambarkan kesempatan atau peluang dari lingkungan eksternal perusahaan yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan profit. Analisis peluang menjadi salah satu faktor untuk memenangkan persaingan. Analisis peluang membantu perusahaan dalam mencari peluang yang ada di pasar sehingga perusahaan lebih cepat menanggapi dan memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga peluang untuk unggul dalam persaingan akan semakin besar.

*Threat* menggambarkan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan (ancaman dari dalam suatu pasar). Analisis dalam melihat ancaman dapat membantu perusahaan mengetahui berbagai kemungkinan buruk yang akan terjadi dari suatu pasar ketika ingin menjalankan sebuah usaha. Dengan demikian, perusahaan sudah siap dalam menghadapi ancaman yang akan datang dan mampu diatasi.

Berikut adalah hasil analisis SWOT dari Dapur Mommyku:

a. *Strength* (Kekuatan)

- 1) Dimasak oleh orang yang sudah profesional dibidangnya dan sudah melalui testimoni orang, sehingga cita rasa yang ada pada setiap produk Dapur Mommyku terjamin enak.
- 2) Menggunakan bahan baku yang terjamin, mengingat visi Dapur Mommyku adalah “menjadi bisnis makanan yang memiliki kualitas dan rasa terbaik untuk menghasilkan kepuasan konsumen” sehingga pemilik usaha akan memfokuskan bisnis Dapur Mommyku dengan menggunakan bahan baku yang bersih dan berkualitas terbaik seperti penggunaan ayam probiotik dan menggunakan sayur organik. Selain itu dalam proses pemasakkan, Dapur Mommyku bebas MSG sehingga ini





menjadi salah satu faktor yang akan membuat kualitas produk dapat terjaga dengan baik dan sehat.

- 3) Melakukan promosi dengan memanfaatkan *finance technology* menjadi kekuatan bagi Dapur Mommyku. Dengan memberikan promo-promo yang menarik dalam pemesanan menggunakan jasa transportasi online. Sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan kemudahan dalam membeli produk Dapur Mommyku.
- 4) Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yang ingin memesan, dengan menganggap konsumen adalah raja. Sehingga menghasilkan *customer value* dan konsumen akan betah untuk terus memesan produk Dapur Mommyku.
- 5) mengeluarkan menu makanan tertentu yang hanya bisa dipesan di hari raya ataupun di acara besar sehingga hal itu akan menambah rasa penasaran masyarakat untuk membeli produk Dapur Mommyku.

b. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Dapur Mommyku adalah usaha baru yang merupakan usaha pertama yang dikelola oleh pemilik usaha selaku owner. Yang membuat pengalaman dalam menjalankan manajemen bisnis belum dapat dibandingkan dengan usaha makanan lainnya yang sudah berjalan dan itu menjadi kelemahan bagi Dapur Mommyku
- 2) Harga produk makanan Dapur Mommyku yang sedikit lebih mahal dibanding bisnis makanan lainnya. Karena Dapur Mommyku menggunakan produk yang berkualitas sehingga *cost* yang dikeluarkan akan lebih banyak / mahal menjadi kelemahan bagi Dapur Mommyku.

© 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)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 3) Karena usaha Dapur Mommyku masih bersifat usaha baru / menjadi pendatang baru, membuat merek Dapur Mommyku masih belum dikenal oleh orang-orang. Oleh karena itu brand image yang belum dikenal orang-orang menjadi kelemahan bagi Dapur Mommyku
- 4) Variasi menu yang belum banyak karena usaha masih bersifat baru, menjadi kelemahan bagi Dapur Mommyku

c. *Opportunity* (Peluang)

- 1) Kondisi *pandemic* Covid-19 yang masih belum pulih sepenuhnya, masih menyisakan ketakutan masyarakat untuk beraktivitas secara penuh. Masih banyak masyarakat yang enggan pergi makan secara onsite dan memilih membeli makanan secara online dan itu menjadi peluang yang bagus untuk menjalankan usaha Dapur Mommyku
- 2) Perkembangan *Technology* di era industri 4.0 telah mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas. Kemajuan *Finance technology* dan promo-promo yang diberikan mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif dan tertarik untuk membeli makanan melalui jasa transportasi online seperti gojek, grab, shopeefood dan traveloka eats.
- 3) Kemajuan teknologi, membuat peredaran informasi menjadi lebih cepat dan luas bagi pengguna media sosial di Indonesia. Sehingga pemanfaatan media sosial seperti instagram, facebook, dll sebagai media promosi bisa menjadi peluang untuk menjangkau masyarakat lebih luas.
- 4) Dukungan pemerintah terhadap pertumbuhan usaha-usaha baru ataupun UMKM-UMKM dengan memberikan stimulus permodalan melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan bantuan modal, keringanan pembayaran tagihan listrik dan dukungan lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>

- 5) Banyaknya bisnis makanan online yang masih menggunakan produk yang tidak ramah lingkungan, seperti menggunakan kemasan plastik, sehingga ini menjadi peluang bagi Dapur Mommyku untuk memproduksi makanan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.

d. *Threat* (Ancaman)

- 1) Usaha Dapur Mommyku rentan dimasuki pendatang baru karena usaha ini tidak sulit untuk ditiru dan memerlukan modal yang tidak besar.
- 2) Karena usaha ini masih bersifat baru, loyalitas konsumen masih belum terbentuk sehingga hal ini bisa menjadi ancaman bagi Dapur Mommyku mengingat jumlah kompetitor di industri yang sama sangatlah banyak.
- 3) Banyaknya bisnis makanan serupa yang dapat mempengaruhi banyaknya pilihan masyarakat dalam membeli makanan

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.



Tabel 3.3

Analisis SWOT Matrix Dapur Mommyku

<p><b>Strength (S)</b></p>	<p><b>Weakness (W)</b></p>
	<p><b>Opportunities (O)</b></p>
<p><b>Weakness (W)</b></p>	<p><b>Strategi WO</b></p>

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



<b>Threat (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Stategi WT</b>
1. Rentan dimasuki pendatang baru 2. Loyalitas konsumen belum terbentuk mengingat kompetitor banyak banyaknya bisnis makanan serupa yang dapat mempengaruhi banyaknya pilihan masyarakat	1. Melakukan strategi promosi dengan menonjolkan keunggulan usaha, agar siap menghadapi pendatang baru (S1,S2,S4,T1,T3) 2. Memberikan reward kepada pelanggan tetap untuk menciptakan customer loyalty (S2,S3,T2)	1. Membuat SOP seperti SOP produksi, SOP pelayanan konsumen) agar dapat menjaga kualitas ( W1,T2) 2. Gencar dalam melakukan promosi melalui media sosial agar menciptakan brand awareness (W3,T1,T3) 3. memberikan promo-promo / diskon kepada menu makanan tertentu agar konsumen tertarik untuk mencoba (W2,W3,T1,T2,T3) 4. sering mengikuti event-event kuliner untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (W1,W3,T2)

Sumber: Dapur Mommyku, 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.