BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Usaha makanan adalah usaha yang sedang berkembang saat ini. Di era sekarang ini gadget dan internet bisa dibilang sudah menjadi kewajiban bagi semua orang, karena hal tersebut membuat usaha makanan di Indonesia semakin banyak peminatnya. Banyak *platform digital* yang mengiklankan bisnis kuliner secara unik dan menarik selain itu banyak juga aplikasi online yang memberikan penawaran khusus kepada para pengguna aplikasinya.

Usaha makanan merupakan usaha yang sedang naik daun di Indonesia. Munculnya beberapa pilihan menu ricebowl baru yang belum ada sebelumnya dengan keunikan tersendiri dari ricebowl dan tren kuliner saat ini yang dijadikan sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Masyarakat mulai tertarik dengan keberadaan ricebowl karena dianggap sesuatu yang baru.

Bisnis dibidang kuliner merupakan bisnis dengan peluang terbesar dan merupakan bisnis yang paling menjanjikan karena makanan merupakan kebutuhan bagi semua orang. Jika penulis membuka bisnis kuliner dengan harga yang relatif terjangkau tentunya dapat masuk ke semua golongan masyarakat sehingga dapat menguasai segala segmen pasar. Ditambah saat ini sudah sangat gampang melakukan promosi digital sehingga sangat mudah untuk melakukan promosi di media sosial dimana semua orang saat ini sudah menggunakan media sosial.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

3.2 Analisis Pesaing

Dalam berjalannya sebuah usaha atau perdagangan tentunya akan ditemukan suatu persaingan karena suatu usaha tidak dapat menghindari yang namanya persaingan usaha. Maka dari itu ketika ingin menjalankan suatu usaha harus memiliki konsep dan strategi usaha yang matang agar dapat memenangi persaingan usaha. Dalam membuat strategi, harus melakukan analisis pesaing kepada pesaing yang membuka usaha sejenis agar dapat mengurangi resiko kalah bersaing.

Suatu usaha membutuhkan data para pesaingnya agar dapat menerapkan strategi usaha yang efektif yaitu memanfaatkan kekurangan yang ada didalam kompetitor sehingga dapat memenangi persaingan. Keunggulan dan kelemahan pesaing dapat di pelajari namun harus melakukan modifikasi. Sehingga The Ricebowl's dapat membuat atau mengatur sebuah strategi usaha agar dapat memenangkan persaingan dalam usaha. Berikut ini kelebihan dan kelemahan pesaing dari The Ricebowl's :

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 3.3 Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing The Ricebowl's

Nama	Kelebihan	Kelemahan
Ayam Keprabon Express Berlokasi di Jakarta	1. Memiliki Kualitas yang sangat baik. 2. Pengemasan pada produk memiliki desain yang menarik 3. Sudah dikenal oleh masyarakat luas 4. Sudah banyak tersebar dikota-kota Indonesia	1. Harga produk terbilang cukup tinggi dibanding pesaing 2. Produk tidak tahan lama 3. Dicabang tertentu kualiatas pelayanannya tidak sama
Ayam Koplo By Hangry Berlokasi di Jakarta	1. Kualitas produk baik. 2. Mempunyai citra usaha baik 3. Memiliki harga yang relatif terjangkau	1. Strategi promosi yang dilakukan kurang baik 2. Gerai usaha yang masih sedikit

Sumber : The Ricebowl's, 2022

3.3 Analisis PESTEL (Political, Economy, Social, Technology, Environment dan Legal)

a. Politic

Kondisi politik sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha The Ricebowl's karena dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Semenjak tahun 2020 Indonesia mengalami pandemic Covid-19, tentunya ada kebijakan dari pemerintah yang melarang semua orang wajib dirumah saja tidak boleh berpergian kecuali keadaan darurat dan juga semua pertokoan diwajibkan tutup tidak boleh buka. Kebijakan ini sangat berpengaruh terhadap The Ricebowl's karena masyarakat menjadi memilih untuk memasak dirumah dan tentunya tidak membeli makanan dari luar yang tentu saja sangat berpengaruh terhadap penjualan The Ricebowl's.

Berdasarkan data dari berkas DPR, UMKM yang berlokasi di Jabodetabek sebesar 82,9% merasakan dampak negatif selama pandemi covid-19 berlangsung dan hanya 5,9%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

UMKM yang merasakan pertumbuhan positif selama pandemic covid-19. Dalam hal ini faktor politik tergolong cukup tinggi peranan nya terhadap The Ricebowl's, karena kebijakan dari pemerintah sangat mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha terutama UMKM seperti The Ricebowl's.

b. Economy

Faktor ekonomi tentunya memiliki pengaruh yang besar bagi UMKM yang ada di Indonesia termasuk The Ricebowl's. Pendapatan konsumen yang digunakan untuk keperluan konsumsi meningkat di bulan Desember 2021. Di bulan November 2021 sebesar 76,1%, naik menjadi 76,2% di bulan Desember 2021. Peningkatan terlihat berdasarkan responden dengan bertambahnya pengeluaran sebesar Rp 3,1 juta hingga Rp 4 juta dalam satu bulan.

Berdasarkan hasil tersebut, tentunya sangat baik bagi para pelaku UMKM karena tentunya tingkat konsumtif atau pengeluaran masyarakat bertambah. Baik bagi para pelaku UMKM karena para masyarakat memiliki pengeluaran yang lebih besar karena sering melakukan transaksi atau melakukan pembelian yang tentunya menaikan penjualan para pelaku UMKM. Dalam keadaan ini menjadi peluang bagi The Ricebowl's agar bisa mendapatkan penjualan yang lebih tinggi dari sebelumnya.

c. Social

Faktor sosial sangat berpengaruh penting bagi usaha The Ricebowl's karena jika minat masyarakat untuk mengonsumsi ricebowl bertambah tentunya The Ricebowl's akan merasakan dampak yang positif. Adanya kesibukan individu sehingga tidak sempat untuk membawa bekal dari rumah pada saat sekolah, kuliah maupun pergi ke kantor, maka dari itu mereka melakukan pemesanan makanan yang praktis namun tetap kenyang bisa

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

memesan ricebowl. Adanya rasa malas untuk memasak dirumah karena waktu yang sudah tergolong mendesak.

Dalam hal tersebut, faktor sosial bisa menjadi peluang karena bertambahnya jumlah masyarakat yang memilih untuk membeli makanan dibandingkan membawa bekal dari rumah yang tentunya menjadi target bagi The Ricebowl's

d. *Technology*

Dalam keberlangsungan usaha The Ricebowl's sangat melibatkan teknologi. Kemajuan teknologi dimanfaatkan oleh penulis dalam usaha ini. Karena teknologi memberi kemudahan bagi masyarakat agar bisa membeli sesuatu tanpa harus datang langsung ke toko bahkan sampai mengantri. Dengan kemajuan teknologi yang canggih, masyarakat bisa membeli apa yang mereka ingin hanya menggunakan aplikasi. Dengan adanya hal tersebut, masyarakat dapat memesan produk dari The Ricebowl's dari aplikasi tanpa harus datang ke toko. The Ricebowl's bekerja sama dengan aplikasi online seperti grab, shopee, dan gojek. Dalam hal ini faktor teknologi menjadi suatu hal yang penting bagi The Ricebowl's karena dengan adanya teknologi ini sangat membantu kegiatan operasional The Ricebowl's.

e. *Environment*

Lingkungan adalah hal yang paling diutamakan oleh The Ricebowl's. Dalam melakukan keberlangsungan usaha, The ricebowls sangat menjaga lingkungan sekitar agar tidak terjadi pencemaran. Berdasarkan Peraturan Pemerintahan No 12 Tahun 1995 tentang Pengelolaan Limbah Berbahaya dan Beracun, "Setiap orang yang melakukan usaha dan / atau kegiatan yang menghasilkan limbah B3 dilarang membuang B3 yang dihasilkannya itu secara langsung ke media lingkungan hidup, tanpa pengelohan terlebih dahulu". The

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Ricebowl's dalam membuang sampah dari hasil mengolah bahan baku selalu membuang ketempat yang seharusnya dan tentunya layak. Faktor lingkungan tentunya tidak menjadi ancaman bagi The Ricebowl's.

f. Legal

The Ricebowl's selalu mengikuti peraturan hukum yang berlaku, karena peraturan dibuat untuk ditaati. Dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Pasal 8 ayat (1) yang berbunyi "Terdakwa terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan tindak pidana "menjual barang kadaluarsa" dan dijatuhkan pidana penjara selama 2 (dua) bulan". The Ricebowl's selalu menggunakan bahan baku yang masih baru dan tentunya tidak menggunakan bahan-bahan yang sudah melewati tanggal kadaluarsa. Dalam hal ini faktor hukum tergolong rendah karena The Ricebowl's tidak pernah menggunakan bahan-bahan yang kadaluarsa.

3.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:229) adalah pendekatan yang sering digunakan oleh banyak perusahaan untuk mengembangkan strategi. Perusahaan menggunakan pendekatan ini agar mengetahui apakah perusahaan atau produk mereka menguntungkan atau tidak.

a. Kekuatan Pemasok

Pemasok bahan baku The Ricebowl's mudah ditemukan karena menggunakan bahan-bahan yang mudah ditemukan dipasar yang sering dipakai oleh masyarakat dalam memasak sehari-hari. Pemasok tidak menjadi ancaman karena The Ricebowl's cenderung menggunakan bahan baku yang mudah ditemukan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Ancaman Pendatang baru

Usaha ricebowl sangat mudah bagi pendatang baru yang ingin memulai usaha ini. Karena usaha ricebowl termasuk usaha yang bilang dibilang umum atau mudah untuk dilakukan, namun yang sulit ialah mencipatakan menu yang lezat, unik dan cita rasa yang khas serta rasa yang konsisten. Modal yang dibutuhkan juga cenderung kecil. Dalam hal ini pesaing baru yang ingin memasuki usaha ini terbilang tinggi. Maka hal ini harus di tanggapin dengan sungguh-sungguh oleh The Ricebowl's agar terus menciptakan inovasi menu dan kosisten dalam menjaga cita rasa.

c. Ancaman Barang Pengganti

Produk dari The Ricebowl's dapat digantikan dengan menu makanan nasi lain nya seperti nasi goreng, nasi campur, dan menu nasi lain nya yang tidak dijual oleh The Ricebowl's. Karena tentu saja para costumer bisa saja bosan dengan menu The Ricebowl's karena untuk saat ini menu nya masih terbatas. Tentunya The Ricebowl's tidak diam begitu saja, seiring berjalan nya waktu The Ricebowl's akan selalu melakukan inovasi dan mengadakan menu baru agar usaha semakin berkembang dan para pelanggan tidak merasa bosan dengan menu yang di tawarkan oleh The Ricebowl's.

d. Persaingan Perusahaan Sejenis

Pesaing yang menjual produk sejenis dengan The Ricebowl's tergolong tinggi. Dikarenakan produk ini mudah ditiru oleh siapapun. Membuat usaha makanan mempunyai resiko yaitu menu yang ditiru oleh kompetitor, maka dari itu jika memiliki usaha makanan penting untuk menjaga kerahasiaan resep agar tidak bisa ditiru oleh kompetitor.

e. Kekuatan Pembeli

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Daya tarik konsumen terharap ricebowl tergolong tinggi didaerah Jakarta. Hal ini tentunya menjadi peluang bagi The Ricebowl untuk terus mengembangkan usaha dan menambah gerai usaha jika kondisinya memungkinkan agar daya beli masyarakat terhadap The Ricebowl's semakin bertambah. Walaupun banyak pesaing, The Ricebowl's yakin bisa memenangkan persaingan dan menguasai pasar ricebowl.

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

Competitive Profile Matrix (CPM) menurut Fred R. David dan Forest R. David (David & David, 2017b, p. 236) adalah matrix yang digunakan untuk menganilisis pesaing dengan usaha sejenis dalam suatu perusahaan dan kekuatan dan kelemahan yang berhubungan dengan posisi strategis perusahaan. Dalam membuka suatu usaha perlu mengenali para kompetitor yang ada. Mengenali kompetitor dapat dilakukan dengan melakukan analisis CPM (*Competitive Profile Matrix).*

Tabel 3.3 *Competitive Profile Matrix* The Ricebowl's dan Para Pesaing

Key Success Factors	Bobot	The Ricebowl's		Ayam Keprabon Express		Ayam Koplo By Hangry	
		Score	Weighted Score	Score	Weighted Score	Score	Weighted Score
Kualitas Rasa	0.18	3	0.55	3	0.55	3	0.55
Harga	0.17	4	0.69	2	0.35	3	0.52
Porsi	0.17	3	0.51	3	0.51	3	0.51
Kemasan	0.14	2	0.28	3	0.42	3	0.42
Lokasi	0.16	3	0.47	3	0.47	2	0.31
Varian	0.18	2	0.35	4	0.70	3	0.53
Total	1.00		**2.86**		**3.00**		**2.84**

Sumber : The Ricebowl's, 2022

Berdasarkan tabel CPM diatas, Ayam Keprabon Express lebih unggul dari The Ricebowls karena memiliki varian menu yang lebih beragam dan memiliki kemasan yang lebih menarik.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.

Ayam Keprabon Express sudah berdiri sejak tahun 2015 sehingga lebih dikenal oleh masyarakat dan sudah dipercaya dibandingkan produk The Ricebowl's

Berdasarkan tabel CPM diatas, The Ricebowl's lebih unggul dari Ayam Koplo By Hangry karena memiliki harga yang lebih terjangkau, lokasi restoran yang lebih strategis dekat pusat keramaian seperti perumahan, sekolah, dan perkantoran. Namun, variasi menu yang ditawarkan oleh Ayam Koplo By Hangry lebih bervariasi karena selalu mengikuti perkembangan tren makanan dan sudah berdiri sebelum The Ricebowl's didirikan.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal *(*SWOT *Analysis)*

Menurut Fred R. David (2016:251) SWOT Matriks adalah suatu alat yang membantu manajer untuk mencocokan empat jenis strategi. Empat strateginya adalah strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman). Metode ini biasa digunakan oleh perusahaan untuk melihat kelebihan atau kekurangan perusahaan. Berikut analisis SWOT The Ricebowl's :

a. *Strength*

1) Harga produk yang bersaing
2) Kualitas rasa yang terjamin
3) Bekerja sama dengan aplikasi online (Grab, Gojek, Shopee)
4) Memiliki kualitas pelayanan yang baik

b. *Weakness*

1) Produk yang belum dikenal oleh masyarakat luas
2) Modal masih terbatas
3) Promosi yang dilakukan masih kurang

c. *Opportunities*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1) Menawarkan harga yang terjangkau agar konsumen memilih kami dibandingkan para pesaing.

2) Menu yang ditawarkan mudah diterima oleh masyarakat

3) Menu yang ditawarkan bervariasi dan terus melakukan inovasi menu

4) Kondisi perekonomian penduduk di Indonesia terbilang baik

d. Threats

1) Bertambahnya pesaing dengan usaha yang sejenis

2) Masyarakat memilih makanan lain dibanding ricebowl

Tabel 3.4 Matriks SWOT The Ricebowl's

	Strength 1. Harga produk yang bersaing 2. Kualitas rasa yang terjamin 3. Bekerja sama dengan aplikasi online 4. Memiliki kualitas pelayanan yang baik	*Weakness* 1. Produk yang belum dikenal oleh masyarakat luas 2. Modal masih terbatas 3. Promosi yang dilakukan masih kurang
Opportunities 1. Menawarkan harga yang terjangkau agar konsumen memilih kami dibandingkan para pesaing. 2. Menu yang ditawarkan mudah diterima oleh masyarakat 3. Menu yang ditawarkan bervariasi dan terus melakukan inovasi menu 4. Kondisi perekonomian penduduk di Indonesia terbilang baik	S-O *Strategies* - Dengam menjual produk yang berkualias serta serta selalu melakukan inovasi menu tentunya akan meningkatkan penjualan(S2,O3) - Dengan menawarkan harga produk yang bersaing dan bekerja sama dengan aplikasi online maka produk The Ricebowl's mudah untuk di pesan(S1,S3,O2)	W-O *Strategies* - Mengadakan promo dalam penjualan dan melakukan promosi di media sosial agar masyarakat mengetahui produk The Ricebowl's (W1 ,W3,O1) -Dengan menawarkan harga yang terjangkau tentunya meningkatkan penjualan dan tentunya menambah modal (W2,O1)
Threats 1. Bertambahnya pesaing dengan usaha yang sejenis 2. Masyarakat memilih makanan lain dibanding ricebowl	S-T *Strategies* - Dengan memiliki harga produk yang bersaing dan kualitas terjamin tentunya tidak khawatir jika ada pesaing dengan usaha sejenis (S1,S2,T1)	W-T *Strategies* - Menerapkan harga dibawah pesaing agar usaha tetap bisa bertahan dan lebih dikenal masyarakat (W1,T1,T2)

Sumber : The Ricebowl's, 2022

a. Strategi S-O

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1) Menghasilkan produk ricebowl yang berkualitas dan selalu melakukan inovasi agar selalu tercipta menu baru sehingga konsumen tidak merasa bosan akan menu yang ditawarkan dengan hal ini tentunya akan meningkatkan penjualan The Ricebowl's

2) The Ricebowl's menawarkan produk dengan harga yang bersaing dan terjangkau sehingga memilih untuk bekerja sama dengan aplikasi *online* seperti Grab, Shopee dan Gojek dengan tujuan masyarakat dapat lebih mudah untuk memesan tanpa harus datang ketoko.

b. Strategi W-O

1) Dengan melakukan promosi di sosial media agar produk dapat lebih dikenal luas dipasar. Menawarkan potongan harga jika pembelian 2 porsi tentunya akan lebih membuat masyarakat tertarik untuk membeli.

2) Dengan menawarkan harga yang terjangkau tentunya akan menjangkau seluruh segmen masyarakat sehingga pasar The Ricebowl's tidak dikhusus kan untuk satu segmen tertentu sehingga dapat mencangkup semua segmen dan hal ini tentunya menaikan penjualan serta menambah kebutuhan modal agar lebih tercukupi

c. Strategi S-T

1) The Ricebowl's memiliki kualitas makanan yang baik namun dengan harga yang sangat bersaing. The Ricebowl's sangat percaya diri dan tentunya tidak terlalu khawatir akan kalah saing jika ada ancaman pesaing dengan tipe usaha yang sejenis.

d. Strategi W-T

1) The Ricebowl's harus menerapkan harga dibawah pesaing agar masih mampu bersaing, karena harus diakui The Ricebowl's masih kurang dikenal oleh masyarkat. Dengan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

melakukan penetapan harga dibawah pesaing bisa menjadi salah satu alasan masyarakat untuk memilih The Ricebowl's dibandingkan pesaing

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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.