



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

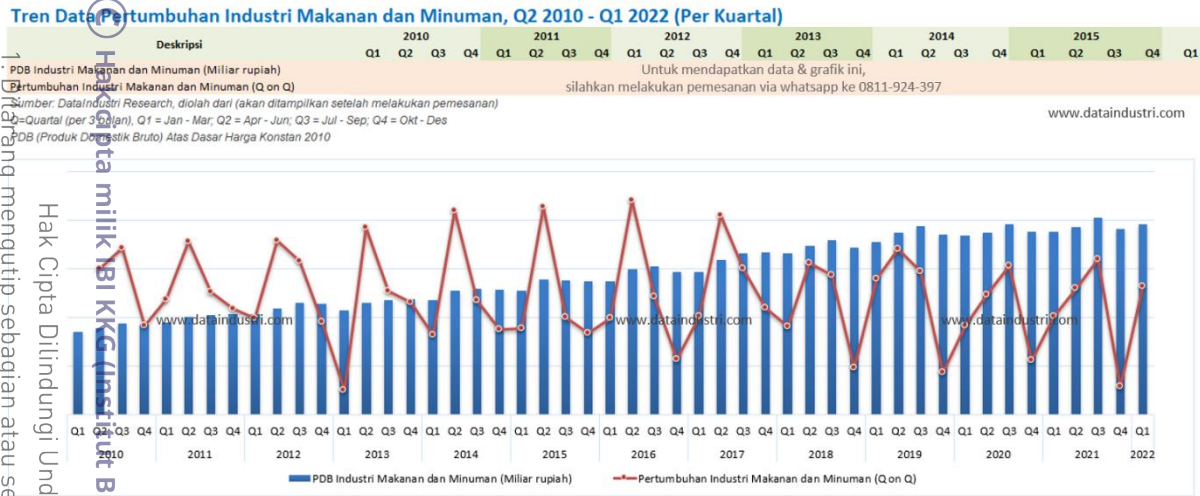
#### 3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang sangat berkembang di Indonesia, jenis dan bentuk produk yang dihasilkan kepada masyarakat juga sangatlah beragam. Didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih juga dapat mempermudah para pebisnis untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan kepada konsumen dan pada era modern seperti sekarang ini bisnis kuliner yang sangat berkembang adalah bisnis kedai kopi, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya; Pertama, inovasi-inovasi yang dilakukan dalam membuat racikan kopi sehingga menghasilkan menu baru yang dapat menjadi tren di dalam masyarakat. Kedua, perkembangan teknologi yang dapat disatukan dengan kegiatan operasional agar mempermudah masyarakat dalam memesan dan mengkonsumsi kopi tersebut. Ketiga, walaupun memiliki cukup banyak pesain namun masing-masing kedai kopi memiliki cita rasanya tersendiri yang tidak dapat dijumpai di kedai kopi lainnya. Terakhir, gaya hidup masyarakat yang gemar berkumpul bersama kerabat atau keluarga dengan menikmati minuman kopi yang mereka sukai. Keempat faktor tersebutlah yang dapat menjadi faktor kunci mengapa bisnis kedai kopi memiliki perkembangan yang sangat pesat dari waktu ke waktu.

Produk minuman kopi termasuk dalam industri makanan dan minuman. Berikut adalah grafik tren pertumbuhan industri makanan dan minuman :



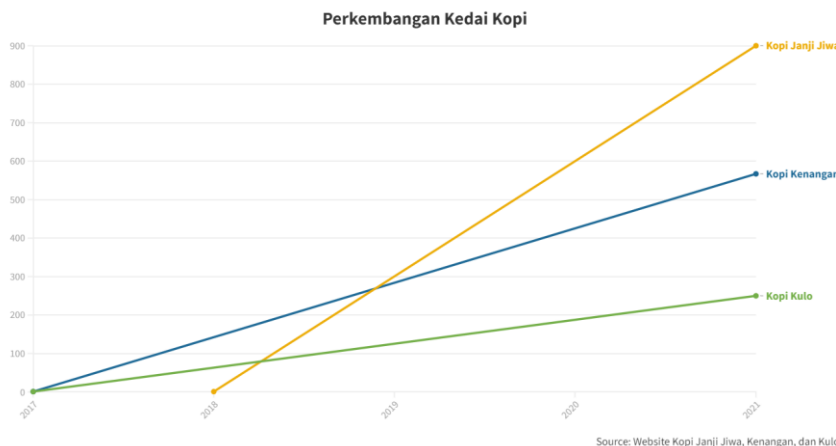
**Gambar 3. 1 Pertumbuhan tren industri makanan dan minuman**



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

Dilihat dari grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa minuman kopi yang termasuk dalam industry makanan dan minuman berpeluang untuk terus tumbuh ditambah pandemic covid-19 yang sudah mulai mereda yang memungkinkan tingkat konsumsi masyarakat semakin tinggi. Berikut merupakan grafik trend pertumbuhan kedai kopi lokal di Indonesia

**Gambar 3. 2 Perkembangan kedai kopi**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Milik IBI KKG (Instansi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Pengecekan dan peninjauan kembali karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengecekan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengecekan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



## Sumber : Website Kopi Janji Jiwa, Kenangan, dan Kulo

Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa perkembangan kopi janji jiwa merupakan yang terpesat dalam kurun waktu yang cepat. Strategi kopi janji jiwa sehingga dapat menjadi kedai kopi terlaris adalah kedekatan dengan pelanggan. Tim dari janji jiwa memiliki istilah ‘teman sejiwa’ untuk menyebut para pelanggannya. Hal ini menguatkan kesan kedekatan dengan para pelanggan sehingga usaha kopi ini makin disukai. Lalu yang kedua Tema dan Image yang mereka gunakan. Kopi janji jiwa menjual produk-produknya dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga membuat brang mereka terkesan lebih merakyat. Konsepnya yang sederhana, namun merasuk ke jiwa. Sesuai dengan tagline nya yang puitis dan filosofis, yaitu ‘Kopi dari Hati’.

### 3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah sebuah proses untuk mengenali dan menilai pesaing atau kompetitor utama, analisis ini dilakukan oleh para pelaku bisnis guna mendapatkan gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan dari pesaing atau kompetitor mereka sehingga seorang pelaku bisnis dapat dengan mudah Menyusun strategi mengenai apa yang harus dilakukan dalam menghadapi persaingan bisnis ini.

Dalam bisnis *coffee shop* ini sendiri pun masih banyak hal yang perlu diperhatikan dalam menghadapi persaingan yang ada yaitu sebagai contoh dari segi harga, kualitas produk, lokasi tempat, suasana tempat, kualitas pelayanan, fasilitas yang disediakan, saluran distribusi maupun saluran promosi yang dilakukan oleh para pesaing disekitarnya, faktor – faktor tersebut merupakan sebuah acuan untuk melakukan pengamatan terhadap pesaing atau kompetitor dari Sekala. Dengan cara inilah seorang pelaku usaha dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki oleh 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.



menemukan bidang – bidang mana saja yang berpotensi untuk dijadikan kekuatan sekaligus mengetahui betul titik lemah dari bisnis yang sedang dijalankan.

Berikut merupakan hasil pengamatan yang telah dilakukan penulis dalam menganalisis atau kompetitor dari Sekala :

**Tabel 3. 1 Analisis Pesaing SEKALA**

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
KOCIL Specialty Coffee Coconut Tusk	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki banyak varian menu</li> <li>Harga terjangkau</li> <li>Kemasan bersih</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rasa kurang konsisten</li> <li>Tempat dan suasana tidak menarik</li> </ol>
Kinari	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki banyak varian menu</li> <li>Brand sudah dikenal di sekitar kelapa gading</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Harga makanan dan minuman tergolong mahal</li> <li>Kapasitas tempat duduk terbatas</li> </ol>

Sumber : SEKALA, 2022

### 3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah metode manajemen resiko yang digunakan untuk mengevaluasi lingkungan eksternal suatu bisnis, hal ini berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan suatu bisnis beroperasi, serta mengetahui peluang dan ancaman yang mungkin terjadi sehingga dapat mengambil kesempatan maupun mengurangi ancaman yang muncul.

Hak cipta pinda ulang ini milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (IBIKKG) dan disetujui oleh seluruh karyawan IBIKKG. Hak cipta pinda ulang ini milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (IBIKKG) dan disetujui oleh seluruh karyawan IBIKKG. Hak cipta pinda ulang ini milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (IBIKKG) dan disetujui oleh seluruh karyawan IBIKKG.

1. Dilarang mengutip seluruh atau sebagian 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.



Analisis PESTEL ini terdiri dari 6 faktor yang utama yaitu Politik (*Politics*), Ekonomi (*Economy*), Sosial (*Social*), Teknologi (*Technology*), Lingkungan (*Environment*), dan Hukum (*Legal*), berikut penulis jabarkan analisis PESTEL dari Sekala

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

### 1. Politik (*Politics*)

Faktor politik merupakan salah satu factor eksternal yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Faktor politik yang dibahas meliputi masalah hukum yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturan formal maupun informal di lingkungan dimana pemilik usaha melakukan kegiatan bisnisnya. Peraturan dan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi jalannya suatu bisnis.

Kondisi politik berkaitan erat dengan kebijakan pemerintah Indonesia. Di era pemerintahan saat ini, 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.

### 1. Ekonomi (*Economy*)

Dari sektor ekonomi, terdapat beberapa hal yang dapat memengaruhi, yaitu pertumbuhan ekonomi dunia, tingkat suku bunga, nilai mata uang dan inflasi. Di masa pandemic covid-19 ini banyak pengusaha berinovasi agar bisnis nya dapat terus berjalan, inovasi yang dilakukan seperti online food delivery, makan di mobil,dll. Kondisi ekonomi Indonesia yang sedang membaik pasca *pandemic* Covid-19 dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pada tahun 2021

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.



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.

Pada tahun ini, pemerintah menyatakan bahwa tingkat konsumsi masyarakat tumbuh lebih baik, seiring dengan inflasi yang cukup rendah. Hal tersebut dapat memberikan keuntungan bagi para pengusaha, salah satunya adalah Sekala. Dengan meningkatnya perekonomian, masyarakat akan datang ke toko dan mengkonsumsi produk yang kami jual dan ini menunjukkan daya beli yang tinggi.

## 2. Sosial (*Social*)

Faktor sosial budaya sangat penting dalam bisnis ini karena saling berhubungan dengan perilaku konsumen dan gaya hidupnya. Perilaku konsumen menunjukkan pola pikir, sikap dan tindakan dari masing – masing orang. Aspek yang mempengaruhi dalam bisnis ini adalah gaya hidup dan tren yang sedang terjadi di masyarakat.

Dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif dalam makanan dan minuman, hal ini dapat menjadi peluang bagi pemilik usaha untuk menjalankan bisnisnya. Banyaknya kedai kopi yang ada di Indonesia membuat pilihan kedai kopi menjadi beragam sehingga ini dapat menjadi ancaman untuk pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya.

## 3. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat yang memberikan begitu banyak kemudahan bagi masyarakat. Hanya dengan menggunakan ponsel, masyarakat dapat melakukan berbagai aktivitas seperti memesan makanan dan



minuman secara online. Perkembangan teknologi mempermudah pemilik usaha untuk melakukan promosi secara menyeluruh kepada setiap calon konsumennya sehingga target promosi dapat tercapai. Perkembangan teknologi memiliki peran penting terhadap usaha Sekala.

#### 4. Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan menjadi faktor yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha. Produk yang dihasilkan harus ramah lingkungan. Produk yang ada diharapkan menggunakan bahan yang ramah lingkungan atau disajikan di kemasan yang dapat di daur ulang.

Dalam menjalankan usaha, pemilik sudah mencari dan menggunakan produk yang ramah lingkungan, sehingga tidak meninggalkan terlalu banyak sampah plastik yang dapat merusak lingkungan.

#### 5. Hukum (*Legal*)

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

Sekala menaati aturan yang dikeluarkan seperti standarisasi BPOM, ijin mendirikan bangunan, pemasangan reklame, dll. Sehingga Sekala akan menaati peraturan yang ada agar dapat bersaing dengan pesaing lain.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang 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.



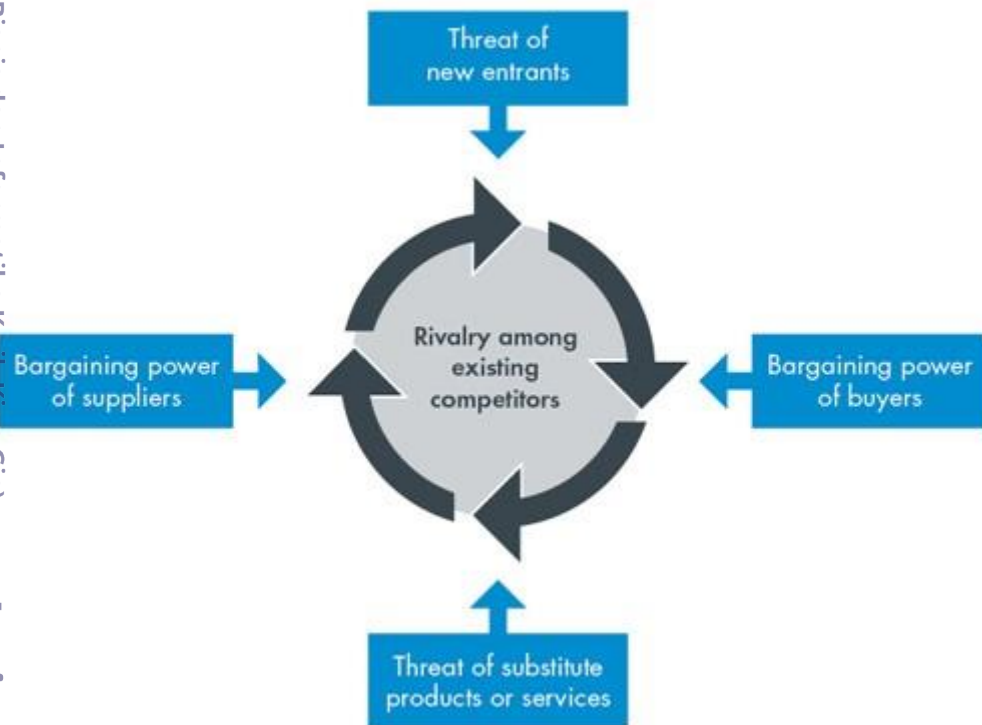


### 3.4 Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Five Forces Business Model)

Menurut 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 industry menurut Porter :

**Gambar 3. 3 Lima Kekuatan Persaingan Model Porter**



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

a. Persaingan antar perusahaan yang ada (*Rivalry among existing competitors*)

Persaingan dalam industri merupakan persaingan yang di dalamnya terdapat berbagai perusahaan yang melakukan penawaran barang atau jasa yang sejenis dan sesuai dengan bidang usaha yang dibangun. Mengingat peluang yang terdapat





dalam bisnis kedai kopi atau coffee shop masih terbuka lebar maka tingkat persaingan di dalam bisnis kuliner sangatlah tinggi, karena sudah banyak kedai kopi atau coffee shop yang berdiri baik dalam skala besar ataupun kecil.

Jumlah pesaing Sekala yang ada di wilayah Jakarta Utara tergolong cukup banyak, yaitu sekitar 20 pesaing. Oleh karena itu persaingan antar perusahaan yang ada dalam pasar kedai kopi atau coffee shop tergolong tinggi karena banyaknya jumlah pesaing sejenis di wilayah DKI Jakarta.

b. Potensi masuknya pesaing baru (*Threat of new entrants*)

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 terus berinovasi memunculkan ide-ide segar dalam menghadapi persaingan. Sebaliknya jika potensi masuknya pesaing baru rendah artinya usaha tersebut sulit untuk dimasuki oleh pesaing baru yang sejenis.

Dapat disimpulkan bahwa potensi masuknya pesaing baru dalam industry makanan dan minuman tinggi karena modal yang diperlukan untuk membangun usaha tidak terlalu besar dan mudahnya sistem pendirian usaha yang difasilitasi oleh pemerintah, maka banyak pesaing baru yang akan terus bermunculan dengan menawarkan berbagai inovasi – inovasi baru kepada konsumen.

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



c. Ancaman produk substitusi (*Threats of substitutes*)

Dalam sebuah industri, pemilik usaha harus menyadari jika persaingan bukan hanya dari produk sejenis, tetapi bisa dari produk pengganti. Barang pengganti ini menjadi sebuah ancaman bagi penulis karena produk pengganti memiliki peluang dan kesempatan untuk menggantikan produk inti yang dimiliki oleh para pesaingnya. Di dalam bisnis kopi, produk pengganti sangat mudah terjadi, dikarenakan saat ini sudah banyak masyarakat yang menggemari dunia kopi sehingga masyarakat dan pesaing berbondong-bondong mempelajari bisnis kopi dan membuat bisnis kopi dan produk pengganti untuk bersaing.

Dengan konsep minuman kopi yang ditawarkan, maka produk atau jasa pengganti yang dapat mengancam adalah kopi saset, kopi literan, dan kopi kemasan. Melihat banyaknya ancaman produk atau jasa pengganti, maka dapat disimpulkan bahwa ancaman produk pengganti tergolong tinggi.

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

Daya tawar pemasok menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri. Jika bahan baku yang dibutuhkan adalah bahan baku umum, artinya daya tawar pemasok rendah. Jika terjadi kelangkaan bahan baku dalam menjalankan suatu usaha, akan membuat daya tawar pemasok tinggi.

Dalam menjalankan usahanya, Sekala menggunakan bahan baku yang berkualitas, dengan mutu yang terjamin, serta harga yang terjangkau. Maka hubungan baik antara pemasok dan pebisnis perlu diperhatikan. Sekala bekerja sama dengan petani kopi agar menyediakan biji kopi berkualitas tinggi dan



menjamin ketersediaan dan pengiriman bahan baku tepat waktu. Sekala menggunakan biji-biji kopi pilihan dari Jawa dan Sumatra yang bersifat umum di pasaran sehingga mudah dicari. Daya tawar pemasok untuk Sekala tergolong sedang.

e. Kekuatan tawar menawar pembeli (*Bargaining power of customers*)

Konsumen adalah faktor yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha. Karena sebagai pelaku usaha, harus memenuhi keinginan konsumen yang bermacam-macam dan selalu berubah. Konsumen adalah raja, oleh sebab itu sebagai pelaku usaha kita harus dapat beradaptasi dengan situasi dan selera konsumen.

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Dalam menjalankan usahanya, Sekala memberikan pelayanan yang berbeda yaitu melakukan penyajian minuman kopi secara langsung di meja konsumen dan dapat memberikan edukasi terkait minuman kopi / biji kopi sehingga konsumen dapat teredukasi tentang minuman kopi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tawar konsumen tergolong tinggi.

### 3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci (CPM)

Menurut 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 melakukan analisis CPM, diperlukan critical success factor yang ditentukan setelah melakukan analisis internal dan eksternal perusahaan. Pemberian bobot dapat dilakukan setelah menemukan critical success factor dan akan disesuaikan dengan tingkat kepentingan faktor. Setelah itu setiap critical success factor akan diberikan peringkat atau 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 kecil perusahaan
- C. Pemberian rating dengan angka 3,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kekuatan kecil perusahaan
- D. Pemberian rating dengan angka 4,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kekuatan utama perusahaan

Berikut adalah analisis faktor – faktor kunci sukses yang terdapat dalam Sekala, yaitu sebagai berikut :



**Tabel 3. 2 Competitive Profile Matrix Sekala**

Faktor kunci sukses	Bobot	SEKALA		KOCIL Specialty Coffee Coconut Tusk		Kinari	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Harga produk	0,16	3	0,47	3	0,47	2	0,32
Kualitas produk	0,19	4	0,77	1	0,19	4	0,77
Lokasi	0,17	3	0,51	2	0,34	3	0,51
Brand awareness	0,14	1	0,14	2	0,28	4	0,56
Suasana	0,18	4	0,73	2	0,36	2	0,36
Varian produk	0,16	2	0,32	4	0,63	4	0,63
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,93</b>		<b>2,28</b>		<b>3,15</b>

Berdasarkan tabel 3.2, didapatkan angka bobot sebesar 0.16 untuk harga produk; 0.19 untuk kualitas produk; 0.17 untuk lokasi; 0.14 untuk brand awareness; 0.18 untuk suasana tempat; dan 0.16 untuk varian produk. Data yang tertera dalam tabel analisis CPM tersebut didapatkan dari hasil survei kepada 32 responden laki-laki dan perempuan dengan rentang usia dari 17 tahun hingga 30 tahun.

Setelah mendapatkan nilai dari setiap faktor kunci sukses, penulis memberikan peringkat kepada setiap merek usaha berdasarkan asumsi penulis.

Berdasarkan perhitungan diatas, bahwa Sekala memiliki dua pesaing yaitu KOCIL Specialty Coffee Coconut Tusk dan Kinari. Sekala menempati urutan kedua dengan skor sebesar 2.93, sedangkan urutan pertama ditempati oleh Kinari dengan skor sebesar 3.15. Urutan ketiga atau terakhir ditempati oleh KOCIL Specialty Coffee Coconut Tusk dengan skor sebesar 2.28.

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

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.



Dengan hasil analisis perhitungan CPM tersebut, maka bisa dikatakan bahwa Sekala masih lebih unggul dibanding KOCIL Specialty Coffee Coconut Tusk, tetapi masih sedikit kurang unggul dibanding Kinari. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing dengan Kinari, Sekala berfokus dalam meningkatkan promosi, menambah varian produk dan mempersiapkan strategi usaha terbaik agar mendapatkan hasil yang maksimal.

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

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 kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

*Weakness* adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan tersebut terdapat kendala pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

*Opportunities* adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar 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 yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan. Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda.

Berikut adalah hasil analisis SWOT Sekala :

a. *Strength* (Kekuatan)

1. Kualitas produk di Sekala sangat terjamin karena kami menggunakan biji kopi terbaik yang berasal dari dalam negeri. Biji kopi yang digunakan berasal dari daerah Sumatra dan Jawa yang sudah terkenal akan kenikmatannya dan disukai seluruh dunia.

2. Suasana di Sekala sangat nyaman karena mengusung konsep industrial coffee shop dan modern sehingga membuat pengunjung merasa nyaman.

3. Harga produk yang masih terjangkau

4. Lokasi yang strategis karena berdekatan dengan pusat perkantoran dan perumahan

5. Melakukan promosi yang menarik

6. Memberikan pelayanan terbaik dan sepenuh hati kepada konsumen

b. Kelemahan (Weakness)

1. Merek Sekala belum dikenal oleh masyarakat luas

2. Varian menu kopi relatif sedikit





3. Manajemen yang masih baru dan belum memiliki pengalaman yang banyak

c. Peluang (Opportunities)

1. Banyaknya platform online yang dapat meningkatkan penjualan yaitu shopee food, gofood dan grabfood.

2. Kemudahan mendapatkan biji kopi di Indonesia agar tercipta berbagai macam produk olahan biji-biji yang bervariasi.

3. Kemudahan mendapatkan distributor kopi karena Indonesia merupakan penghasil biji kopi terbesar nomor 4 di dunia.

4. Perkembangan teknologi di era industry 4.0 yang mempermudah manusia dalam beraktivitas. Peredaran informasi menjadi begitu cepat dan mudah menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok dan Facebook sehingga dapat dijadikan media promosi.

d. Ancaman (Threats)

1. Usaha coffee shop selalu mudah dimasuki oleh pesaing baru

2. Sudah ada pesaing yang lebih berpengalaman dan memiliki nama besar

3. Selera makanan dan minuman masyarakat yang selalu berubah-uba

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang 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 SEKALA**

<p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p>	<p><b>Strength (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk di Sekala sangat terjamin karena kami menggunakan biji kopi terbaik</li> <li>2. Suasana di Sekala sangat nyaman karena mengusung konsep industrial coffee shop dan modern</li> <li>3. Harga produk yang masih terjangkau</li> <li>4. Lokasi yang strategis</li> <li>5. Melakukan promosi yang menarik</li> <li>6. Memberikan pelayanan terbaik dan sepenuh hati kepada konsumen</li> </ol>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek Sekala belum dikenal oleh masyarakat luas</li> <li>2. Varian menu kopi relatif sedikit</li> <li>3. Manajemen yang masih baru dan belum memiliki pengalaman yang banyak</li> </ol>
	<p><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya platform online yang dapat meningkatkan penjualan yaitu shopee food, gofood dan grabfood.</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan promosi melalui media sosial (S2,S5,O1,O3,O4)</li> <li>2. Mengadakan diskon dan promo di hari raya tertentu (S2,S3,S5,O1,O4)</li> </ol>



<p>2. Kemudahan mendapatkan biji kopi di Indonesia agar tercipta berbagai macam produk olahan biji-biji yang bervariasi</p> <p>3. Kemudahan mendapatkan distributor kopi karena Indonesia merupakan penghasil biji kopi terbesar nomor 4 di dunia.</p> <p>4. Perkembangan teknologi</p>	<p>3. Bekerja sama dengan jasa transportasi online (S3,S4,O1,O3,O4)</p>	<p>2. Menambah varian produk yang unik agar produk dikenal masyarakat (W2,O2,O3,O4)</p> <p>3. Bekerja sama dengan jasa transportasi online dan mengadakan promo-promo menarik (W1,O1,O4)</p>
<p>Threat (T)</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<p>1. Usaha coffee shop selalu mudah dimasuki oleh pesaing baru</p> <p>2. Sudah ada pesaing yang lebih berpengalaman dan memiliki nama besar</p> <p>3. Selera makanan dan minuman masyarakat yang</p>	<p>1. Menonjolkan keunggulan usaha dibanding pesaing (S2,S6,T1,T2)</p> <p>2. Membangun hubungan baik dengan pelanggan dengan cara pelanggan dapat memberikan feedback untuk kami (S5,S6,T3)</p>	<p>1. Menciptakan kesan yang nyaman untuk pelanggan untuk menjaga kualitas (W1,T2)</p> <p>2. Selalu aktif melakukan promosi melalui media sosial agar menciptakan brand awareness (W1,T1,T2)</p> <p>3. Mengadakan promo / diskon untuk minuman tertentu agar konsumen</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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



selalu berubah-ubah Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		tertarik mencoba varian baru (W1,W2,T1,T2,T3) 4. Selalu mengikuti event-event / bazaar agar menjangkau pasar yang lebih luas (W1,W3,T2,T3)
--	--	---

Sumber : SEKALA, 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipannya 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.