



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Analisis trend dapat menjadi acuan bagi *Vei Cake* untuk melihat peluang dalam membangun suatu bisnis. Dari peluang yang ada, dapat dikembangkan sehingga menjadi pedoman untuk menetapkan strategi bersaing dalam bisnis kuliner yang akan dijalankan.

Prospek bisnis kue bolu gulung memberikan peluang usaha yang sangat baik. Berikut terlampir data penjualan bolu gulung dari beberapa toko online per tanggal 26 November 2022:

Tabel 3.1 - Rata-rata Penjualan Produk Bolu Gulung di Toko Online

No	Nama	Mulai beroperasi	Total Penjualan Bolu gulung (unit)	Rata-rata Penjualan Tahun (unit)
1.	maryspastrylab	Tahun 2015	724	104
2.	Raindra House	Tahun 2015	1668	239
3.	Bolu gulung rina	Tahun 2017	2.478	496
4.	Rotitania	Tahun 2017	6.094	1.218
5.	WhenCake	Tahun 2017	60.026	12.003
6.	Bittersweet by Najla	Tahun 2018	5.800	1.450
7.	Manish-Patisserie	Tahun 2019	786	262
8.	Bread Line Bakery	Tahun 2019	7.600	2.533
9.	Toko Kue Bu Danis	Tahun 2020	2.448	1.224
10.	Kinoka	Tahun 2021	918	918

Sumber: *Shopee dan Tokopedia*



Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa toko yang berhasil menjual bolu gulung dengan jumlah diatas seribu unit pertahunnya. Hal ini memberikan peluang bisnis bagi Vei *Cake* yang khusus menjual bolu gulung

3.2 Analisis Pesaing

Semakin banyak pesaing, semakin sulit juga usaha yang baru untuk memasuki pasar. Hal ini berhubungan dengan analisis pesaing berdasarkan lima kekuatan Porter. Dalam teori Porter ini menjelaskan ada lima hal yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan dalam memasuki pasar. Salah satunya adalah pesaing. Analisis pesaing sangat penting dilakukan untuk mengetahui strategi yang hendak digunakan oleh perusahaan untuk mencapai kesuksesannya. Strategi itu perlu dikembangkan agar tercipta suatu keunikan yang bisa dibidang sebagai keunggulan bagi perusahaan tersebut dalam menghadapi persaingan yang ada di pasar. Jika perusahaan berhasil mendapatkan keunggulan tersebut maka perusahaan akan menjual produk dengan jumlah yang lebih banyak daripada pesaing. Dengan adanya analisis pesaing perusahaan juga bisa menyusun kinerja yang optimal bagi internal perusahaan tersebut.

Berikut kompetitor potensial Vei *Cake*

Tabel 3.2 – Pesaing Vei *Cake*

Kriteria	Pesaing 1	Pesaing 2
Nama Pesaing	<i>WhenCake</i>	<i>Breadline Bakery</i>
Alamat	Jl. Pluit Karang Indah I No.42, RT.8/RW.14, Pluit, Kec. Penjaringan, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta	Metropolis Town Square A8 Nomor 5, Kelapa Indah, RT.003/RW.006, Klp. Indah, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten
Rata-rata penjualan pertahun	12.003 unit	2.533 unit
Produk yang dijual	Aneka macam bolu gulung	Roti, bolu jadul, bolu gulung, keripik, kue kering
Keunggulan	Menawarkan banyak varian bolu gulung	Kemasan yang menarik
Kekurangan	Produk tidak tahan lama (hanya bertahan tiga hari)	Produk tidak tahan lama

Sumber: *Shopee & Tokopedia*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
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
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.



3.3 Analisis Pestel

Berikut adalah pembahasan mengenai analisis PESTEL pada usaha Vei *Cake* yaitu faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan legalitas:

a. Faktor Politik

Kebijakan yang berpengaruh dalam usaha Vei *Cake* adalah berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 serta Peraturan Walikota Tangerang No. 9 Tahun 2019 yaitu kewajiban untuk membuat IUMK dan juga NIB. Pemerintah juga mendukung UMKM dengan mempermudah pembuatan izin tersebut serta membebaskan biaya perizinan bagi usaha mikro. Dengan kemudahan pembuatan izin tersebut dapat mengurangi biaya yang dibutuhkan.

Dalam rangka membantu UMKM yang terdampak Covid-19, Pemerintah memberikan dukungan melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) Dukungan UMKM. Bantuan tersebut berupa anggaran bagi UMKM antara lain, subsidi bunga (KUR dan Non KUR), dan penempatan dana pemerintah pada bank umum yang bertujuan untuk memperluas kredit modal kerja serta program bantuan presiden (Banpres) produktif usaha mikro. Dengan demikian dari segi politik dapat memberikan peluang bagi usaha Vei *Cake*

b. Faktor ekonomi

Faktor ekonomi meliputi kondisi permintaan dan penawaran, inflasi, kenaikan nilai tukar mata uang serta pertumbuhan ekonomi. Dari segi ekonomi yang paling mempengaruhi adalah dari segi inflasi dan kenaikan nilai tukar. Kondisi tersebut akan meningkatkan harga bahan baku produksi. Dengan terjadinya hal tersebut, akan meningkatkan modal yang diperlukan dalam melakukan operasi Vei *Cake* sehingga terjadinya inflasi akan menjadi ancaman bagi Vei *Cake*.

c. Faktor sosial.

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.



Faktor sosial yang mempengaruhi strategi dalam usaha Vei *Cake* adalah dari segi gaya hidup. Dimasa sekarang ini banyak masyarakat yang mulai sadar akan hidup sehat. Salah satunya adalah dengan mengurangi konsumsi gula dan tepung-tepungan. Produk yang ditawarkan Vei *Cake* menggunakan tepung serta memiliki kandungan gula yang cukup tinggi sehingga hal tersebut menjadi ancaman bagi Vei *Cake*.

d. Faktor Teknologi

Faktor teknologi sangat memberikan peluang bagi usaha Vei *Cake*. Tanpa adanya teknologi, maka akan lebih sulit untuk mengembangkan usaha Vei *Cake*. Berikut faktor teknologi yang sangat penting dalam usaha Vei *Cake*:

1. Adanya teknologi yang berperan dalam operasional perusahaan seperti mixer, oven listrik, dan lainnya
2. Dari segi promosi teknologi juga memberikan peran dalam penggunaan sosial media instagram sebagai alat promosi
3. Dari segi pembayaran, perusahaan dapat menerapkan pembayaran cashless untuk memudahkan konsumen.
4. Meningkatkan penjualan dengan melakukan penjualan online di *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia.

e. Faktor Lingkungan (*environmental*)

Untuk saat ini, Vei *Cake* hanya berada di Karawaci. Karena usaha ini akan dijalankan secara online, maka faktor lingkungan/daerah sangat mempengaruhi penjualan produk Vei *Cake*. Untuk saat ini, masyarakat yang dapat membeli produk Vei *Cake* hanyalah yang berlokasi di Jabodetabek dikarenakan sistem pengiriman yang membutuhkan waktu.



Dari sisi ketersediaan bahan, lokasi Vei *Cake* tidak jauh dari pasar salah satunya adalah Pasar Lama Tangerang sehingga akan memudahkan Vei *Cake* dalam membeli kebutuhan operasional seperti buah-buahan, terigu dll.

f. Faktor legal

Dari segi legalitas, Vei *Cake* wajib mendaftarkan produknya sebagai Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (P-IRT) sesuai dengan peraturan BPOM Nomor 22 tahun 2018 yang nantinya akan diterbitkan oleh pemerintah daerah.

Vei *Cake* juga akan menjaga karyawannya dan memberikan upah yang setimpal sesuai dengan arahan UU Ketenagakerjaan no. 13 tahun 2003 dan menerapkan sistem K3 bagi kenyamanan seluruh anggota usaha dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan.

3.4 Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Pesaing Model Porter

Lima Model Porter dalam analisis pesaing merupakan suatu pendekatan yang sangat berguna untuk mengembangkan strategi yang akan diterapkan dalam suatu usaha. Menurut model Porter kesuksesan suatu perusahaan dalam berkompetisi di pasar sangat dipengaruhi oleh 5 kekuatan kompetitif, yakni

a. Ancaman pesaing baru (*threats of new entrants*).

Masuknya pesaing baru dalam industri yang sejenis akan memperketat persaingan yang akan menyebabkan penurunan *profit* perusahaan.

Produk utama yang ditawarkan oleh Vei *Cake* adalah bolu gulung. Dimasa sekarang ini, tidak sedikit pendatang baru yang juga menjual produk sejenis, yang paling mudah ditemukan di platform seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dll. Beberapa contoh pendatang baru yang juga menjual produk bolu gulung diantaranya *Cakeshopjakarta*, *Kimoka*, *Dapoer Zahira*, dll. Menurut saya, ancaman pendatang baru masih tergolong

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



rendah, karena pesaing tersebut hanya menjual produk sejenis bolu gulung saja, namun tidak menjual varian rasa yang sama dengan produk yang dijual oleh Vei Cake sendiri.

Namun hal tersebut akan menjadi ancaman karena adanya kemudahan bagi penjual kue untuk memasuki pasar

b. Ancaman produk substitusi (*threats of substitutes*)

Produk substitusi dapat menjadi alternatif bagi konsumen. Semakin menarik harga yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk berpindah ke produk yang menjadi alternatif tersebut yang pada akhirnya juga akan memperketat persaingan.

Untuk saat ini varian rasa yang ditawarkan oleh Vei Cake hanya varian yang manis saja, oleh karena itu terdapat beberapa produk yang menjadi ancaman bagi Vei Cake, diantaranya *croffle*, *waffle*, donut, dan jenis roti-rotian. Dengan banyaknya produk substitusi yang ditawarkan oleh perusahaan lain maka Vei Cake menilai bahwa ancaman produk substitusi masih tergolong tinggi, sehingga produk substitusi menjadi suatu ancaman bagi Vei Cake.

c. Kekuatan posisi tawar konsumen (*Bergaining power of consumer*)

Semakin sedikit pembeli yang mengonsumsi produk yang kita tawarkan, maka semakin lemah kekuatan kita sebagai produsen dipasaran.

Banyak produsen yang menjual bolu gulung, namun hanya sedikit produsen yang menjual produk bolu gulung dengan varian yang sama dengan yang ditawarkan oleh Vei Cake. Jadi Vei Cake menilai bahwa kekuatan posisi tawar konsumen masih tergolong rendah dikarenakan produsennya yang masih tergolong sedikit hal tersebut menempatkan kekuatan tawar konsumen menjadi peluang bagi Vei Cake untuk mengembangkan bisnisnya

d. Kekuatan posisi tawar pemasok (*Bergaining power of supplier*)

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.



Dalam hal ini, perusahaan akan selalu berusaha untuk mendapatkan harga yang semurah mungkin dari *supplier* dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Oleh karena itu, semakin banyak pemasok maka semakin lemah kekuatan pemasok tersebut.

Dari sisi kekuatan tawar pemasok masih tergolong rendah, karena bahan baku yang digunakan untuk pembuatan produk *Vei Cake* merupakan produk sehari-hari yang banyak dijual dipasaran. Beberapa toko yang menawarkan bahan kue yakni Toko Vivi, *DKitchen*, Toko Anisa, Prima, *Bakermart*. Toko-toko yang disebutkan diatas terletak di lokasi yang dekat dengan usaha *Vei Cake*. Selain itu terdapat juga toko online yang dapat ditemukan di Shopee, Tokopedia dan *marketplace* lainnya. Sehingga kekuatan posisi tawar pemasok memberikan peluang bagi pengembangan bisnis *Vei Cake*.

e. Persaingan diantara kompetitor yang sejenis

Dalam suatu industri, terdapat perusahaan lain yang juga menawarkan produk sejenis serta bersaing merebut pasar. Semakin banyak kompetitor sejenis, maka akan lemah kekuatan kita di pasar.

Kompetitor sejenis yang masih tergolong sedikit memberikan peluang lebih pada usaha ini. Untuk di daerah Tangerang dan Jakarta, *Vei Cake* masih belum menemukan kompetitor yang menjual produk yang persis sama dengan *Vei Cake*, sehingga bisa dikatakan persaingan diantara kompetitor sejenis masih tergolong rendah sehingga memberikan peluang bagi *Vei Cake*.

3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (CPM)

Competitive Profile Matrix menurut David (2017 : 236) adalah alat yang mampu mengidentifikasi para pesaing berdasarkan indikator yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.



Setiap indikator yang digunakan sebagai pembanding harus diberikan bobot mulai dari 1 sampai dengan empat yang mengacu pada kekuatan dan juga kelemahan.

- Bobot 4 berarti *major strenght*
- Bobot 3 berarti *minor strenght*
- Bobot 2 berarti *minor weakness*
- Bobot 1 berarti *major weakness*

Melalui analisis CPM, perusahaan dapat mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dan menggambarkan kelebihan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan jika dibandingkan dengan pesaing sehingga perusahaan dapat mengetahui apa yang harus ditingkatkan/diperbaiki dan apa yang harus dipertahankan.

Dalam melakukan analisis CPM, Vei *Cake* memilih dua pesaing yang dianggap memiliki potensi dalam perkembangan usahanya yaitu:

1. *WhenCake*

WhenCake merupakan toko kue yang beroperasi secara online khususnya di Shopee dan Tokopedia.. Produk yang dijual oleh *WhenCake* adalah aneka macam bolu gulung yaitu selai Nanas, Ovomaltine, Bluberi, Cokelat kacang, Taro, dan strawberry, moka. Terdapat juga varian Keju meses, Keju. Rentang harga yang ditawarkan oleh *WhenCake* adalah 85ribu hingga 105ribu. Dari *feedback* yang tertera di Shopee dan tokopedia, terdapat beberapa *review* yang menyatakan bahwa produk kue yang dikirimkan sudah bulukan walaupun dikirimkan dari ke jarak yang dekat (Jakarta utara – Bekasi). Merk *WhenCake* sudah cukup dikenal khusus untuk produk bolu gulung, bisa dibuktikan dari rata-rata penjualan pertahunnya yang mencapai 12.003unit produk bolu gulung.

2. *Breadline Bakery*

Breadline Bakery merupakan suatu usaha *bakery* yang beroperasi secara baik online maupun offline. usaha menawarkan berbagai jenis makanan seperti bolu, roti, bolu

Hak cipta milik IBI RKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Institusi 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.



gulung, serta keripik. Dari segi kualitas berdasarkan *review* dari konsumen *Breadline Bakery* terbukti bahwa produknya memiliki kualitas yang baik namun produk yang ditawarkan tidak tahan lama. Dari segi harga *Breadline Bakery* menawarkan produk bolu gulung dari harga 70ribu hingga 75ribu. Merek *Breadline Bakery* sudah cukup dikenal dan juga menawarkan banyak jenis produk bukan bolu gulung saja.

Berikut terlampir tabel yang menggambarkan analisis CPM dari usaha *Vei Cake*:

Tabel 3.3 - Matriks CPM Vei Cake

Faktor Keberhasilan	Bobot	Vei Cake		WhenCake		Breadline Bakery	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
1. Kualitas	0,513	4	2,052	2	1,026	4	2,052
2. Harga	0,205	3	0,615	2	0,41	4	0,82
3. Keunikan produk	0,128	4	0,512	3	0,384	3	0,384
4. Lokasi	0,026	3	0,078	3	0,078	4	0,104
5. Merek	0,026	1	0,026	4	0,104	3	0,078
6. Varian	0,103	2	0,206	4	0,412	4	0,412
Total	1	17	3,309	18	2,414	16	3,85

Sumber: Data diolah Vei Cake

Dari hasil analisis CPM di atas, bisa dibuktikan bahwa *Vei Cake* unggul dari segi kualitas, harga, keunikan produk, serta lokasi. Untuk segi merek, *Vei Cake* masih tergolong rendah karena *Vei Cake* merupakan pemain baru yang mereknya belum banyak dikenal oleh konsumen. Dari segi varian, *Vei Cake* juga masih tergolong rendah dikarenakan *Vei Cake* baru menawarkan tiga jenis produk yang jika dibandingkan dengan pesaing yang sudah mampu menawarkan lebih dari sepuluh produk.

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.



3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (Swot Analysis)

SWOT menurut Kotler dan Amstrong (2018 : 80) adalah evaluasi keseluruhan dari kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) perusahaan. Analisis SWOT adalah suatu cara yang baik untuk melakukan monitor lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan.

Lingkungan internal terdiri dari kelebihan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*).

1. Kelebihan (*strength*) adalah suatu aspek dari internal perusahaan yang memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dengan mengetahui kelebihan Vei Cake dapat mengetahui keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Hal ini sangat berguna untuk menarik konsumen dari pesaing lainnya.
2. Kelemahan (*weaknesses*) adalah suatu aspek internal yang memberikan dampak negatif bagi suatu perusahaan. Hal ini tentu menjadi perhatian perusahaan karena dengan mengetahui kelemahan yang dimilikinya suatu perusahaan dapat menyusun suatu strategi untuk dapat memperbaiki kekurangan yang dimilikinya.

Selain lingkungan internal, analisis SWOT juga membahas tentang lingkungan eksternal perusahaan, yaitu kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

1. Kesempatan (*opportunity*) adalah suatu aspek yang berasal dari eksternal perusahaan yang memberikan dampak positif bagi perusahaan. Aspek ini memberikan peluang kesuksesan bagi perusahaan.
2. Ancaman (*threats*) adalah suatu aspek eksternal yang memberikan dampak negatif bagi perusahaan. Ancaman ini tidak dapat dikendalikan namun tetap bisa dibuat rencana untuk mengurangi atau bahkan mencegah dampak dari ancaman tersebut sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan adanya ancaman tersebut.

Berikut analisis SWOT dari usaha Vei Cake:

1. *Strength*



- Dapat melayani konsumen yang berada di luar Kota Tangerang yaitu hingga wilayah

② Jabodetabek

- Produk memiliki keunikan yang berbeda dengan produk lain
- Memiliki kualitas yang baik
- Harga yang terjangkau

2. Weaknesses

- Memiliki varian yang tergolong sedikit
- Vei *Cake* merupakan pemain baru sehingga mereknya belum terlalu dikenal

3. Opportunities

- Perkembangan sosial media yang memperluas jangkauan dari segi pemasaran
- Lokasi usaha yang dekat dengan pasar
- Kemudahan dalam membuat izin usaha
- Adanya dukungan pemerintah melalui bantuan PEN

4. Threats

- Munculnya pesaing baru yang mampu menjual produk sejenis namun dengan harga yang lebih murah
- Munculnya produk substitusi
- Adanya inflasi
- Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat

Hak Cipta, Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milk 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4 - SWOT Analysis Vei Cake

Internal	Strength (S)	Weaknesses (W)
Eksternal Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat melayani konsumen yang berada di luar Kota Tangerang yaitu seluruh Pulau Jawa 2. Produk memiliki keunikan yang berbeda dengan produk lain 3. Memiliki kualitas yang baik 4. Harga yang terjangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki varian yang tergolong sedikit 2. Vei Cake merupakan pemain baru sehingga mereknya belum terlalu dikenal
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan sosial media yang memperluas jangkauan dari segi pemasaran 2. Lokasi usaha yang dekat dengan pasar 3. Kemudahan dalam membuat izin usaha 4. Adanya dukungan pemerintah melalui bantuan PEN 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka cabang di luar Jabodetabek dan bahkan luar Pulau Jawa agar perusahaan bisa melayani konsumen diluar Pulau Jawa (S1,O1) 2. Membuka toko offline di pasar moderen (S2,O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menarik distributor dipasar untuk mendapatkan brand awareness dari konsumen (W2,O2) 2. Menerapkan fitur gratis ongkir yang ada di <i>marketplace</i> agar konsumen tertarik untuk mencoba produk yang dijual (W2,O4) 3. Melakukan inovasi untuk menghasilkan varian baru (O3,W1)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang mampu menjual produk sejenis namun dengan harga yang lebih murah 2. Munculnya produk substitusi 3. Adanya inflasi 4. Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan evaluasi mengenai kekurangan produk (S2,T1) 2. Melakukan inovasi dengan menerapkan bahan-bahan yang bisa dikonsumsi untuk konsumen yang sedang diet (S2,T4) 3. Menciptakan produk yang lebih sehat seperti produk diet (T5,S2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakuksn inovasi produk baru yang sulit ditiru oleh pesaing (W1,T1) 2. Melakukan promosi di sosial media dan membuat <i>website</i> perusahaan untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> dari para konsumen (W3,T1)

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.