



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Suatu industri tentu berbeda antara satu dengan lainnya berdasarkan atas karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangan di masa mendatang. Perubahan dari berbagai faktor seperti ekonomi, teknologi, pasar dan persaingan akan bergerak mulai dari yang lambat hingga menjadi cepat. Analisis industri dan pesaing dibutuhkan sebelum melakukan kegiatan berusaha, kegiatan ini dilakukan pengusaha agar mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai bagaimana keadaan situasi industri dan persaingan dari kompetitor. Selain itu juga dengan analisis industri dan pesaing ini akan menjadi atau dijadikan gambaran apakah usaha tersebut mampu bersaing di antara pesaingnya, dalam analisis industri juga biasanya membandingkan berbagai hal apakah industri ini juga cukup menjanjikan?, setelah melakukan analisis industri kemudian kita menjadikan informasi tersebut untuk dapat mempertimbangkan layak atau tidak usaha tersebut.

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Data tren dan pertumbuhan industri tentu diperlukan bagi pebisnis untuk menganalisa pada industri yang dijalankan, khususnya pada bidang *food and beverages* yaitu minuman kesehatan “*kindnest*”. Tren minuman kesehatan sedang berkembang di Indonesia pada saat ini, hal ini karena banyak masyarakat yang mulai sadar atau peduli akan kesehatan mereka masing-masing.

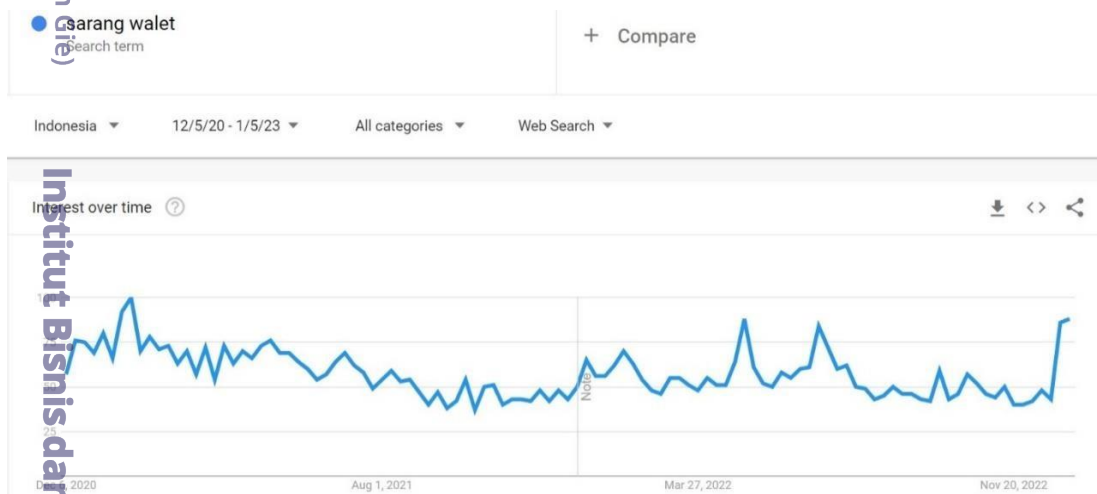
Mengacu data dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor burung walet ke berbagai negara mencapai US\$517,03 juta dengan volume 1.505,5 ton pada 2021. Angka ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara penghasil sarang burung walet



terbesar di dunia dan hal ini menjadi keuntungan bagi pengusaha minuman sarang burung walet karena tidak perlu khawatir akan kekurangan bahan baku yaitu sarang burung walet dan akan mendapatkan harga sarang burung walet dengan murah. Selain itu, dengan tingginya minat negara luar atau tingkat ekspor yang tinggi, menunjukkan bahwa minuman sarang burung walet memiliki banyak khasiat yang sudah dirasakan oleh masyarakat luar negeri. Dengan begitu, Indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 276, 4 juta jiwa pada 2021 memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk mengonsumsi minuman sarang walet ini.

Selain itu, dilansir dari Google *Trends*, tren sarang burung walet naik pada tahun 2020, kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan sedikit dan melandai, tetapi tren sarang walet masih terjaga stabil dan melandai. Dan pada akhir tahun 2022, tren sarang walet mengalami peningkatan.

Gambar 3.1
Tren Sarang Walet



Sumber: <https://trends.google.com/trends>

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3.2 Analisis Pesaing

Persaingan dalam suatu kegiatan bisnis merupakan hal yang wajar dan hal yang tidak akan dihindari. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menganalisis pesaing dan dapat merencanakan strategi guna menjalankan usahanya dan memenangkan persaingan antar kompetitor. Diperlukannya analisis pesaing terdekat atau pesaing di industri yang sama dan pesaing potensial yang dapat mengancam keberlangsungan usaha yang sedang dijalankan.

Dari hal itu, penulis melakukan pengamatan dari pesaing-pesaing dari *Kindnest*, dan menetapkan pesaing yang potensial. Dalam melakukan analisisnya juga penulis memilih faktor-faktor yang menjadi pengamatan dalam menentukan keunggulan dan kelemahan kompetitor. Berikut ini kompetitor *Kindnest*, yaitu

Tabel 3.1
Analisis Pesaing *Kindnest*

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Realfood	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki banyak pilihan varian sesuai kebutuhan Produk sudah dikenal dimasyarakat Memiliki informasi lengkap yang tertuang di website realfood 	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki harga yang lumayan tinggi
Billion Nest	<ol style="list-style-type: none"> Foto produk yang baik Harga lebih terjangkau dari minuman sarang walet lainnya Memberikan informasi mengenai produk yang lengkap 	<ol style="list-style-type: none"> Tidak memiliki banyak varian
Iwalet Bird's Nest	<ol style="list-style-type: none"> Harga lebih terjangkau dari minuman sarang walet lainnya Memberikan informasi mengenai produk yang lengkap 	<ol style="list-style-type: none"> Belum banyak dikenal oleh masyarakat Tidak memiliki banyak varian

Sumber: Penelitian

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.



3.3 Analisis *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*

Analisis PESTEL (*Political, Economic, Social, Technology, Environment, dan Legal*)

merupakan suatu teknik dalam manajemen strategis yang digunakan untuk melihat faktor-faktor lingkungan eksternal bisnis yang nantinya berpengaruh terhadap suatu perusahaan.

Menerapkan analisis PESTEL dapat memberikan pandangan baru tentang lingkungan makro dari banyak sudut pandang yang ingin diperiksa oleh bisnis saat mengembangkan ide atau rencana tertentu. Analisis ini menyediakan pandangan terhadap faktor eksternal yang mempengaruhi organisasi mereka. Analisisnya sendiri cukup fleksibel sehingga organisasi dapat menggunakannya dalam segala situasi yang berbeda. Hasil analisis ini bisa menjadi bimbingan untuk pengambilan keputusan strategis bagi perusahaan tersebut.

Berikut ini adalah hasil analisis PESTEL dari *Kindnest* yang dibagi menjadi 6 (enam)

bagian, yaitu:

a. *Politic* (Politik)

Faktor politik bisa dijadikan sebagai peluang dan juga ancaman bagi suatu usaha. Keadaan politik saat ini di Indonesia dalam keadaan baik dan stabil, sehingga membuat situasi saat ini baik dan berjalan normal. Selain itu, banyak kebijakan politik yang mengundang investasi dari luar negeri untuk datang ke Indonesia sehingga banyak uang akan berputar di Indonesia dan terbukanya lapangan pekerjaan. Oleh karena itu, politik ini memberikan peluang untuk *Kindnest*.

b. *Economy* (Ekonomi)

Keadaan ekonomi seperti sekarang di tahun 2022 sedang memasuki tahap pemulihan akibat dari pandemi Covid-19 yang dampaknya sangat besar bagi seluruh pelaku ekonomi. Pemulihan ekonomi di dorong karena pandemi Covid-19 yang semakin menurun dan proses vaksinasi yang terus berjalan sehingga membuat masyarakat dapat kembali melakukan

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

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

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



aktivitas normal seperti sebelumnya dan kegiatan ekonomi dapat berjalan kembali.

Pemulihan ini juga di dukung oleh data yang mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi

Indonesia pada triwulan 3 2022 yaitu sebesar 5,72% yang berarti perekonomian Indonesia

sedang kembali untuk normal dan bertumbuh. Keadaan ini bisa menjadi peluang bagi

Kindnest karena daya beli masyarakat yang telah kembali.

c. *Social* (Sosial)

Faktor sosial menjadi salah satu faktor yang berdampak bagi keberlangsungan hidup

pada suatu bisnis atau usaha. Di mana, keadaan sosial dapat mempengaruhi suatu kegiatan

perekonomian di suatu negara. Dengan melihat pertumbuhan penduduk di Indonesia yang

tinggi, di mana berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia

akan naik 1,13% pada tahun 2022 menjadi 275,77 juta jiwa dari 272,68 juta jiwa. Dengan

begitu akan membuat tingkat konsumsi meningkat. Selain itu, berubahnya gaya hidup

masyarakat Indonesia yang lebih peduli akan kesehatannya memberikan kesempatan lebih

banyak bagi *Kindnest* untuk dapat berkompetisi di pasar. Sehingga keadaan ini memberikan

peluang bagi *Kindnest*.

d. *Technology* (Teknologi)

Perkembangan teknologi di dunia khususnya di Indonesia terbilang sangat pesat. Di

mana banyak terjadi perubahan dan adaptasi baru bagi masyarakat yang mau tidak mau

harus mengikuti perkembangan jaman. Perkembangan jaman dalam hal ini perkembangan

teknologi dapat di liat dua sisi yaitu positif dan negatif tetapi dampak positif yang akan kita

gunakan untuk menjadi kesempatan dalam kegiatan usaha. Banyak dari masyarakat yang

dapat menjadi pelaku usaha atau pebisnis hanya bermodalkan telepon genggam atau

handphone dan jaringan internet. Masyarakat kini dapat berjualan secara *online* melalui

berbagai lapak seperti Tokopedia, *Shopee*, Blibli, dan masih banyak lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi 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
1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi 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.



Perkembangan teknologi di Indonesia menjadi peluang bagi penulis untuk memulai usaha *Kindnest* karena penulis tidak perlu mengeluarkan modal terlalu besar dan dapat menjangkau konsumen dari berbagai wilayah serta konsumen dapat melakukan pembayaran dengan cara transfer. Selain itu, penjual dan pembeli tidak perlu khawatir akan ditipu oleh salah satu pihak.

e. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan menjadi salah satu bagian penting bagi keberlangsungan suatu bisnis. Karena lokasi akan menentukan ketertarikan konsumen untuk datang atau tidak. Tetapi untuk bisnis *online* seperti *Kindnest* sepertinya lingkungan bukan merupakan faktor yang sangat penting, walaupun jika lokasinya strategis akan memudahkan dalam proses pengiriman. Namun, bisnis *online* mempunyai kelebihan yaitu dapat menjangkau konsumen dari mana pun, oleh karena itu lingkungan tidak menjadi fokus utama dan memberikan peluang yang lebih bagi *Kindnest* untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

f. *Legal*

Hukum merupakan faktor yang harus ditaati dalam suatu kegiatan bisnis agar kegiatan bisnis dapat berjalan dengan lancar. Pelaku usaha harus menaati peraturan-peraturan dari pemerintah dan memenuhi semua kewajiban perizinan sebagai pelaku usaha maupun perusahaan.

Kindnest yang merupakan bisnis yang bergerak di bidang minuman ini tentunya harus memiliki sertifikat Halal dari BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) dari Kementerian Agama. Berikutnya, *Kindnest* harus memiliki OSS RBA (*Online Single Submission Risk Based Approach*) yang merupakan izin usaha bisnis *online*. Kemudian harus memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), NIB (Nomor Induk Berusaha), dan BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) agar produk yang dipasarkan atau dijual oleh *Kindnest* sudah terbukti halal dan sudah mendapatkan izin secara resmi serta sudah

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.

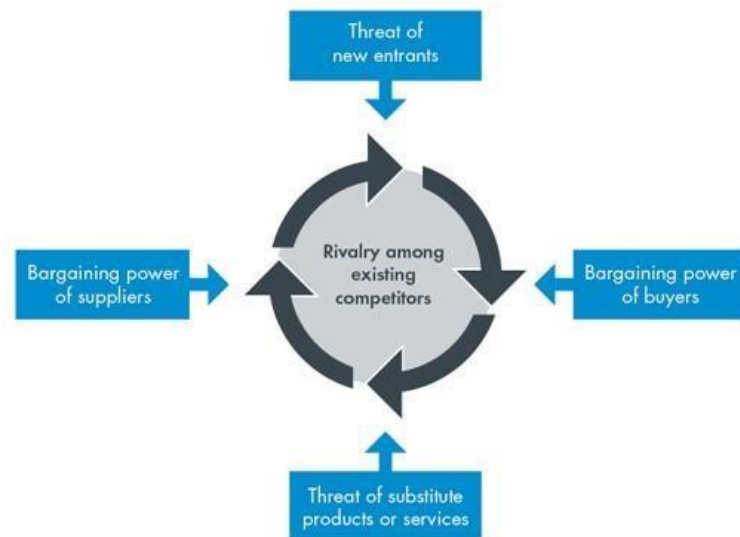
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

layak di konsumsi karena sudah lulus dari BPOM. Dengan adanya sertifikat tersebut, maka akan menjadi peluang untuk *Kindnest* agar mendapat kepercayaan dari publik atau konsumen.

3.4 Analisis Pesaing (*Porter's Five Forces Business Model*)

Menurut Fred R. David (2017:229), "*Porter's five forces model of competitive analysis is a widely approach for developing strategies in many industris*". Yang artinya pendekatan yang digunakan secara luas dan mendalam untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Lima kekuatan yang akan dianalisis, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, kemungkinan masuknya pesaing baru, dan ancaman produk substitusi. Berikut ini lima kekuatan porter:

Gambar 3.2
Porter Five Business Model



Sumber: <https://sis.binus.ac.id>

a. Persaingan Antar Perusahaan yang Ada

Persaingan antar perusahaan adalah perusahaan yang menawarkan produk dan atau jasa yang sejenis. Jika dibandingkan dengan kekuatan lain, persaingan antar perusahaan sejenis merupakan kekuatan yang paling besar dalam model ini. Persaingan antar perusahaan dalam





dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari antara perusahaan yang memiliki jenis bidang yang sama. Untuk mengatasi hal tersebut tentu perusahaan harus melakukan analisis pesaing dan menentukan keunggulan kompetitif agar mampu membuat bisnis bersaing dengan perusahaan sejenis secara optimal dan menjadi *market leader*.

Kindnest yang nantinya akan menjalankan bisnisnya memiliki pesaing yang cukup tinggi karena kompetitor seperti *realfood*, *Billion Nest*, dan *Iwalet Bird's Nest* merupakan perusahaan yang sudah berjalan atau berdiri terlebih dahulu dan sudah dikenal oleh masyarakat luas serta sudah terbukti dengan banyaknya penjualan yang telah mereka lakukan.

b. Potensi Masuknya Pendetang Baru

Dalam potensi masuknya pendatang atau pesaing baru di industri bidang kuliner masih sangat potensial atau tinggi karena minuman sarang walet sudah mulai dikenal oleh masyarakat dan banyaknya permintaan akan minuman sarang walet, sehingga *Kindnest* tetap harus menjaga kualitas dan mutu secara konsisten dan melakukan inovasi sesuai kebutuhan serta memberikan pelayanan yang terbaik.

Masuknya pendatang baru dalam bisnis memiliki ancaman yang besar, banyak pesaing atau pendatang baru yang menawarkan kelebihan dari produknya masing-masing.

Mengingat modal yang ditawarkan dalam membuat usaha ini juga tidak terlalu besar.

c. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Dalam potensi produk pengganti juga tinggi dan harus diwaspadai. Karena minuman kesehatan, banyak dijumpai dengan berbagai macam bentuk seperti jamu, jus, teh, dan lainnya. Oleh karena itu, *Kindnest* harus memberikan kesan positif dan kualitas serta pelayanan yang baik. Tidak hanya itu, *Kindnest* harus mau dan siap untuk melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar.



d. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok memberikan pengaruh terhadap persaingan dan keberlangsungan dalam suatu industri bisnis. Di mana, tanpa adanya pemasok, produsen tidak dapat melakukan kegiatan produksi. Di sini, pemasok dan produsen sama-sama ingin mendapatkan harga terbaik, dari sisi pemasok ingin menjual dengan harga yang tinggi, sedangkan produsen ingin membeli bahan baku semurah mungkin dengan kualitas sebaik mungkin.

Di sini, *Kindnest* pastinya akan memiliki pemasok tetap atau pemasok langganan yang menjadi sumber pemasok bahan baku dalam pembuatan minuman sarang walet. Pemasok tersebut memberikan bahan baku berupa sarang walet kepada *Kindnest* setiap bulannya sesuai dengan kebutuhan dengan harga yang relatif di bawah pasaran dan kualitas baik. Selain itu, ada pemasok bagian botol kaca dan *packaging*. Pihak pemasok dan produsen akan bekerja sama dan menjalin hubungan yang baik sehingga proses kegiatan bisnis ini dapat berjalan dengan baik. Sehingga daya tawar pemasok rendah karena banyaknya calon pemasok dan persediaan bahan baku.

e. Daya Tawar Konsumen

Konsumen merupakan target utama dari semua pelaku bisnis. Oleh karena itu, konsumen mempunyai hak istimewa untuk memilih produk yang terbaik yang ada di pasaran. Konsumen pastinya akan mencari produk yang memiliki kualitas yang tinggi dengan harga yang rendah. Sehingga agar memenangkan hati konsumen, perusahaan atau khususnya *Kindnest* harus dapat memberikan hal yang istimewa yang dapat membuat konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh *Kindnest*. Berbagai cara harus dilakukan seperti melakukan promosi, membuat kemasan yang menarik dan aman bagi konsumen, memenuhi syarat seperti legal dan halal, dan lain sebagainya. Karena konsumen di sini sebagai raja yang dapat memilih sesuka hati dan keinginan mereka.

Hak cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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

Competitive Profile Matrix (CPM) adalah alat manajemen strategi yang tepat untuk membandingkan antara perusahaan dengan para pesaingnya dan mengungkapkan atau melihat kekuatan dan kelemahan relatif mereka. Faktor keberhasilan penting dalam *competitive profile matrix* yaitu termasuk isu-isu internal ataupun eksternal karena peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan parah pesaing, di mana 4 adalah kekuatan utama, 3 adalah kekuatan minor, 2 adalah kelemahan minor, dan 1 adalah kelemahan utama. Berikut ini adalah enam analisis pesaing dari *Kindnest*, yaitu

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix Pesaing

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Kindnest		Realfood		Billion Nest	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas Produk	0,585	4	2,34	4	2,34	3	1,755
Harga Produk	0,122	3	0,366	2	0,244	3	0,366
Rating Produk	0,22	1	0,22	4	0,88	3	0,66
Varian Rasa	0,049	1	0,049	4	0,196	3	0,147
Promosi	0,024	4	0,096	4	0,096	3	0,072
Total	1		3,071		3,756		3

Sumber: *Kindnest*

Dari hasil perhitungan secara keseluruhan tabel *Competitive Profile Matrix* (CPM) di atas, *Realfood* mendapat angka tertinggi dengan total *score* sebesar 3,756. *Realfood* memiliki kekuatan utama pada kualitas produk, rating produk, varian rasa, dan promosi. Pada posisi kedua terdapat *Kindnest* dengan total *score* 3,071. *Kindnest* memiliki kekuatan utama pada kualitas produk dan promosi dan memiliki kelemahan utama pada rating produk dan varian rasa. Dan peringkat terakhir terdapat *Billion Nest* dengan total *score* sebesar 3.



Di mana, kekuatan minor dari *Billion Nest* yaitu Kualitas produk, harga produk, rating produk, varian rasa dan promosi.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Philip Kotler dan Gray Armstrong (2018:80), “*An overall evaluation of the company’s strengths (S), weakness (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 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 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.

a. *Strengths* (Kekuatan)

- 1) Produk memiliki kualitas yang tinggi
- 2) Harga Produk yang lebih rendah dibandingkan *market leader*
- 3) Melakukan kegiatan promosi

b. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) *Rating* produk atau testimoni dari konsumen yang masih rendah
- 2) Belum memiliki banyak varian rasa

c. *Opportunities* (Peluang)

- 1) Masyarakat Indonesia sudah peduli akan kesehatan
- 2) Pertumbuhan penduduk Indonesia yang akan meningkatkan jumlah konsumsi
- 3) Perekonomian Indonesia terus bertumbuh dan akan menjadi negara dengan perekonomian terbesar ke-4
- 4) Kemajuan teknologi membuat *kindnest* lebih mudah melakukan promosi dan penjualan serta dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat Indonesia

d. *Threats* (Ancaman)

- 1) Tingkat persaingan yang tinggi
- 2) Masyarakat memiliki banyak pilihan minuman kesehatan
- 3) Datangnya pesaing atau kompetitor baru
- 4) Naiknya harga barang pokok karena inflasi



Tabel 3.3
Analisis SWOT Matrix

Internal	<i>Strengths</i> (kekuatan)	<i>Weakness</i> (kelemahan)
	<ul style="list-style-type: none"> a) Produk memiliki kualitas yang tinggi b) Harga produk yang lebih rendah dibandingkan <i>market leader</i> c) Melakukan kegiatan promosi 	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Rating</i> produk atau testimoni dari konsumen yang masih rendah b) Belum memiliki banyak varian rasa
Eksternal	<i>Opportunities</i> (peluang)	<i>Threats</i> (ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> a) Masyarakat sudah peduli akan kesehatan. b) Pertumbuhan penduduk dapat meningkatkan konsumsi. c) Perekonomian Indonesia yang terus bertumbuh dan akan menjadi negara dengan perekonomian terbesar ke-4. d) Kemajuan teknologi membuat <i>kindnest</i> lebih mudah melakukan promosi dan penjualan serta dapat diakses oleh masyarakat seluruh Indonesia. 	<i>Strategi S-O</i>	<i>Strategi W-O</i>
	<ul style="list-style-type: none"> a) Melakukan <i>training</i> terhadap tenaga kerja agar dapat memproduksi dan melakukan pelayanan dengan baik. (S1, S2, O4) b) Melakukan promosi produk melalui media sosial dan <i>e-commerce</i> (Tokopedia ads dan iklan Shopee). (S3, O1, O2, O4). 	<ul style="list-style-type: none"> a) Melakukan promosi melalui media sosial dan <i>e-commerce</i> (Tokopedia ads dan iklan Shopee) (W1, O1, O2, O3, O4) b) Melakukan inovasi dan menambah varian rasa sejalan dengan berkembangnya minat dari konsumen (W2, O1, O2)
	<i>Strategi S-T</i>	<i>Strategi W-T</i>
<ul style="list-style-type: none"> a) Tingkat persaingan tinggi. b) Masyarakat memiliki banyak pilihan untuk minuman kesehatan. c) Datangnya pesaing atau kompetitor baru. d) Naiknya harga barang pokok karena inflasi. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Mempunyai ciri khas pada kemasan, melakukan inovasi, dan memberikan harga yang terjangkau serta mempertahankan kualitas (S1, S2, T1, T2, T3, T4) b) Meningkatkan pelayanan dan <i>branding</i>, serta meminta testimoni dari konsumen. (S3, T1, T2, T3) 	<ul style="list-style-type: none"> a) Menggunakan <i>influencer</i> kesehatan untuk melakukan promosi. (W1, T1, T2, T3) b) Melakukan inovasi terhadap rasa produk (W2, T1, T3)

Sumber: *Kindnest*

1. Strategi S-O

- a. Melakukan *training* terhadap tenaga kerja agar dapat memproduksi dan melakukan pelayanan dengan baik (S1, S2, O4)

Training kepada tenaga kerja dilakukan agar tenaga kerja dapat menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan dan dapat menjaga kualitas produk.

- b. Melakukan promosi produk melalui media sosial dan *e-commerce* (S3, O1, O2, O4)

Kindnest menggunakan media sosial seperti *instagram* dan *whatsapp*. Media sosial *kindnest* dimanfaatkan sebagai tempat promosi dan memberikan informasi mengenai produk minuman sarang walet. Selain itu, media sosial *kindnest* juga sebagai alat



komunikasi antara *kindnest* dengan konsumen serta menjaga hubungan baik dengan konsumen. *Kindnest* juga melakukan promosi melalui *e-commerce* yaitu Tokopedia ads dan iklan Shopee.

2. Strategi S-T

a. Mempunyai ciri khas pada kemasan, melakukan inovasi, dan memberikan harga yang terjangkau, serta mempertahankan kualitas (S1, S2, T1, T2, T3, T4)

Kindnest memberikan pembeda dengan produk kompetitor melalui ciri khas pada kemasan. Kemasan juga akan dapat berubah-ubah sesuai dengan tren atau hari raya tertentu. Selain itu, *kindnest* juga akan melakukan inovasi terhadap produk dengan menambahkan varian rasa dan manfaat yang baru. Harga yang ditawarkan juga relatif lebih rendah daripada kompetitor.

b. Meningkatkan pelayanan dan *branding*, serta meminta testimoni dari konsumen (S3, T1, T2, T3)

Kindnest akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik dengan cara memberikan informasi yang lengkap, menjawab semua pertanyaan yang diberikan oleh konsumen, menanggapi *feedback* dengan cepat. *Branding* juga dilakukan untuk membangun *brand image kindnest* melalui kemasan, dan kualitas produk yang baik. Selain itu, *kindnest* juga akan selalu meminta testimoni dari konsumen untuk memberikan bukti sosial kepada calon konsumen yang lain agar lebih percaya akan produk *kindnest*.

3. Strategi W-T

a. Menggunakan *influencer* kesehatan untuk melakukan promosi (W1, T1, T2, T3)

Dalam membangun sebuah *brand* baru dibutuhkan promosi agar target pasar yang dituju dapat *awareness* terhadap produk yang ingin dipasarkan. Dalam menjangkau dan membangun *awareness* konsumen, maka *kindnest* akan menggunakan jasa *influencer* kesehatan untuk mempromosikan produk *kindnest* agar maksud dari promosi tersebut dapat tersampaikan kepada calon konsumen yang tepat.

b. Melakukan inovasi terhadap produk (W2, T1, T3)

Dengan berjalannya bisnis dan bertambahnya konsumen, maka *kindnest* akan melakukan inovasi berupa penambahan varian rasa dan manfaat yang akan memberikan banyak pilihan kepada konsumen.



4. Strategi W-O

a. Melakukan promosi melalui media sosial (W1, O1, O2, O3, O4)

Media sosial yang digunakan yaitu *instagram* dan *whatsapp*. Media sosial ini digunakan untuk melakukan promosi agar konsumen dapat melihat dan menjangkau informasi serta produk *kindnest* dengan mudah. Selain itu, promosi melalui media sosial tidak memerlukan biaya yang cukup tinggi. Serta melakukan promosi pada *e-commerce* yaitu Tokopedia ads dan iklan Shopee.

b. Melakukan inovasi sejalan dengan berkembangnya minat konsumen (W2, O1,O2)

Inovasi akan dilakukan dengan seiring berkembang bisnis minuman sarang walet ini. Dimana, *kindnest* akan memberikan banyak pilihan terhadap produk minuman sarang walet. Sebelum menambahkan varian rasa, *kindnest* akan memberikan tester kepada konsumen sebagai bagian dari tes pasar. Jika banyak mendapatkan respons baik dan konsumen meminta varian rasa tersebut untuk dipasarkan, maka *kindnest* akan meluncurkan produk dengan varian baru tersebut.

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.