



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

3.1. Trend dan Pertumbuhan Pasar

Dalam memulai sebuah usaha seorang pemilik bisnis harus dapat mengetahui, menganalisis trend dan pertumbuhan industri dimana pebisnis dapat melihat bisnisnya layak atau tidak untuk dijalankan. Jupacake merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang makanan yaitu kue ulang tahun, yang sampai saat ini kue ulang tahun tetap dipersembahkan saat seseorang berulang tahun. Dengan konsep kue yang memiliki warna-warna yang cenderung netral dengan warm tone khas dengan budaya Korea yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat terutama konsumen yang memiliki ketertarikan dengan budaya Korea.

Perkembangan teknologi di jaman sekarang membuat trend bisnis kuliner di Indonesia semakin meningkat. Apalagi *Korean Birthday cake* ini menjadi salah satu trend di Korea. Hal yang mendorong peningkatan tren bisnis *Korean Birthday cake* ini karena masyarakat bawah yang sebelumnya ingin membeli kue namun harganya dapat membeli kue Jupacake yang memiliki konsep minimalis dengan harga terjangkau. Lalu, banyak pebisnis mempromosikan bisnisnya melalui media sosial dengan membuat konten yang kreatif dan menarik serta hadirnya aplikasi yang menyediakan promo-promo yang menarik konsumen.

3.2. Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah cara untuk mengidentifikasi ancaman dan peluang yang ada dari para pesaing. Dengan melakukan analisis pesaing dapat



mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari pesaing dan dapat merencanakan strategi pemasaran yang efektif untuk bersaing dengan menganalisis pesaing, pastinya pebisnis akan lebih memahami kondisi pasar yang terjadi saat ini. Dengan mengetahui kelemahan pesaing pebisnis dapat menciptakan peluang yang belum dimanfaatkan oleh pesaing sehingga pebisnis dapat menciptakan keunggulan dan pembeda bagi usahanya.

Dengan melakukan Analisa pebisnis dapat membandingkan jenis produk yang ditawarkan, harga, lokasi, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

Dari hasil observasi yang dilakukan, Penulis menetapkan beberapa pesaing potensial. Berikut adalah hasil pengamatan pesaing potensial yang akan menjadi pesaing Jupacake. Adapun kelebihan dan kekurangan dari masing-masing pesaing tertera dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Delysian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan cukup murah di pasaran 2. kualitas produk yang baik dilihat dari penilaian dan review konsumen 3. Desain produk yang cukup menarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk masih kurang bervariasi 2. Promosi masih kurang tersalurkan dengan baik 3. Varian rasa yang kurang beragam
Iska Cake	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kualitas produk yang baik dilihat dari penilaian dan review konsumen 2. Memiliki harga yang cukup murah di pasaran 3. Desain produk yang cukup menarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi yang masih kurang aktif di media sosial seperti Instagram 2. Foto produk yang masih kurang bagus 3. Varian rasa yang kurang beragam

Sumber : Hasil Observasi Jupacake

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 PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis PESTEL adalah analisis eksternal yang berada diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, karena dengan melakukan analisis PESTEL, perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap Jupacake yang dilakukan oleh penulis :

a. *Politic*

Faktor politik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis yang meliputi peraturan dan kebijakan pemerintah. Bidang politik yang mempengaruhi bisnis Jupacake seperti kebijakan yang mengatur pajak. Kebijakan pemerintah sekarang ini khususnya dibidang usaha terutama Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan diberikan kemudahan dalam mengurus perjanjian usahanya dan meningkatkan pertumbuhan usaha termasuk dengan mendirikan toko kue Jupacake.

Membangun UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia mendapat dukungan dari pemerintah dimana pemerintah menyadari bahwa UMKM dapat memberikan sumbangan besar kepada PDB Nasional. Selain itu pemerintah juga mengencarkan pemanfaatan teknologi informasi seperti *e-commerce*. Sehingga pemerintah memiliki kebijakan-kebijakan terkait dukungannya terhadap UMKM dan *e-commerce*, seperti program pemberian “Sejuta Domain”, program pemberian dana KUR (Kredit Usaha Rakyat), dan juga penurunan tarif Pajak Penghasilan (PPh) Final menjadi 0,5% bagi pelaku UMKM.

Dengan adanya kebijakan pemerintah yang memudahkan dalam perijinan pendirian usaha untuk UMKM, pemanfaatan teknologi informasi, kebijakan-

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.



kebijakan yang memberi dukungan kepada UMKM maka kesempatan ini akan digunakan sebaik mungkin oleh Jupacake agar dapat masuk ke dalam pasar dan mengembangkan usaha dengan baik.

b. Economic

Faktor ekonomi dapat berpengaruh dalam usaha toko kue Jupacake. Faktor ini menganalisis mengenai unsur ekonomi makro dan mikro. Dalam ekonomi makro mencakup pertumbuhan pendapatan nasional, tingkat inflasi, nilai tukar mata uang asing, suku bunga pinjaman dan simpanan, kebijakan perpajakan dan lain-lain. Sedangkan unsur mikro mencakup strategi bauran pemasaran dan eksistensi perusahaan di domestic dan internasional.

Faktor ekonomi dapat berdampak langsung bagi pelaku usaha. Ekonomi yang kurang stabil dapat memberikan dampak yang buruk bagi setiap usaha seperti naik turunnya kurs dapat meningkatkan harga bahan baku, besar kecilnya pendapatan masyarakat berpengaruh pada kemampuan daya beli masyarakat. Semakin tinggi pendapatan akan membuat permintaan produk tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan masyarakat rendah, maka permintaan akan produk juga rendah. Dan tingkat kemiskinan dan jumlah pengangguran yang tinggi dapat menurunkan daya beli masyarakat sehingga permintaan akan produk juga semakin berkurang. Berikut adalah data pertumbuhan ekonomi di Indonesia dari tahun 2019 sampai 2022 :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

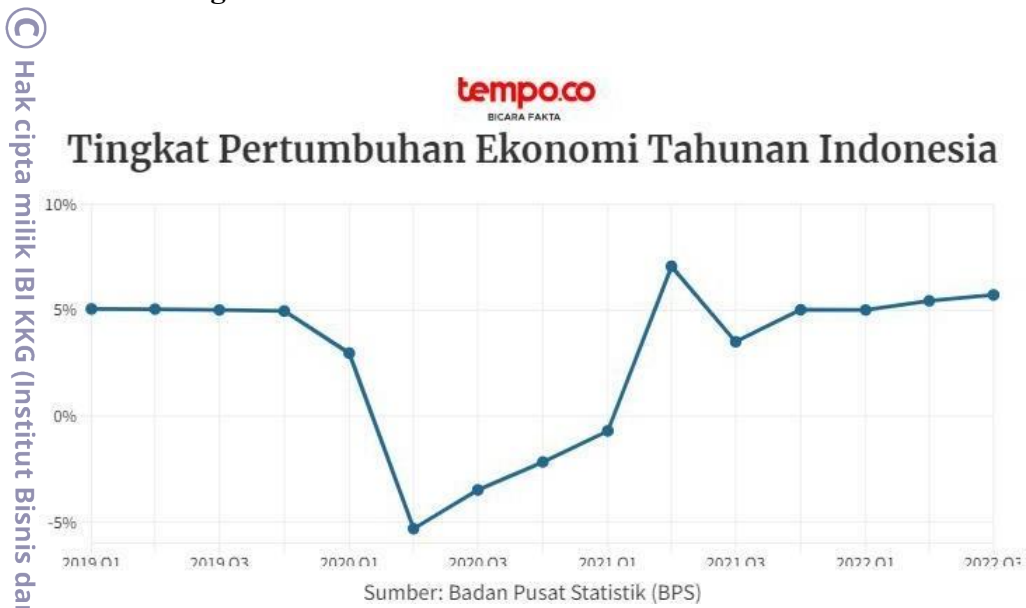
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Gambar 3.1
Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Tahunan Indonesia



Sumber : <https://data.tempo.co/data/1546/bps-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-kuartal-iii-2022-tembus-572-persen>

Dari grafik diatas kita tahu bahwa pertumbuhan ekonomi saat ini dapat dikatakan baik. Ekonomi Indonesia dalam kuartal III 2022 mencapai 5,72%. Dari sisi produksi, usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 25,81 persen.

Bertumbuhnya ekonomi di Indonesia yang terus berlanjut dapat memberi dampak positif bagi pelaku usaha karena daya beli masyarakat menjadi meningkat karena meningkatnya penyerapan tenaga kerja sehingga akan mempengaruhi daya beli masyarakat untuk membeli suatu produk.

c Social

Faktor sosial memiliki hubungan erat dengan perilaku dan gaya hidup. Gaya hidup seseorang sangat mempengaruhi bagaimana perilaku konsumsinya. Perilaku juga mempengaruhi pola pikir, pola sikap dan pola tindakan individu terhadap segala situasi yang ada. Faktor ini penting untuk dilakukan analisis karena akan mempengaruhi pemasaran dengan melihat ketertarikan masyarakat terhadap produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



perusahaan dimana bisnis Jupacake dapat menciptakan produk dengan konsep unik dan menarik yang dapat menciptakan trend di masyarakat. Tentunya di jaman sekarang masyarakat menyukai makanan dengan konsep unik dengan harga yang terjangkau, ditambah lagi dengan kemudahan dalam bertransaksi lewat layanan aplikasi online sehingga membuat bisnis toko kue Jupacake memiliki peluang bisnis yang menjanjikan.

d. *Technology*

Perkembangan teknologi yang pesat memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat. Teknologi dapat memudahkan seseorang untuk mengakses ilmu pengetahuan, informasi, serta berbisnis. Jumlah pengguna teknologi informasi seperti internet di Indonesia sangat tinggi. Dengan adanya teknologi dapat membuat bisnis berkembang pesat dan memudahkan pekerjaan seperti cara menghasilkan produk, cara mendistribusikan barang dan cara berkomunikasi dengan konsumen.

Teknologi dapat menciptakan alat-alat untuk kegiatan produksi seperti mikser, oven, dll, serta alat komunikasi seperti telepon genggam, internet, dan laptop untuk melakukan pemasaran dan perhitungan keuangan usaha. Jupacake menggunakan teknologi pada proses penjualan dan pemasaran secara online. Memanfaatkan berbagai macam aplikasi media sosial yang banyak digemari masyarakat seperti Instagram dan Tiktok dimana semua orang pasti memiliki *handphone* dan *social media*. Jupacake juga melakukan pemasaran secara online agar lebih mudah menjangkau konsumen melalui aplikasi online seperti “Go-Food” dan “Grab Food” yang dapat membantu Jupacake dalam menjalankan proses penjualan. Serta kemajuan platform e-commerce di Indonesia sangat mendukung Jupacake dalam menjangkau konsumen. Jupacake menggunakan platform e-commerce seperti Shopee dimana transaksi menggunakan e-commerce juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



memudahkan bagi kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli karena pembayaran dapat dilakukan secara digital seperti menggunakan Shopeepay dan transfer bank. Pelaku usaha dapat mengurangi kesalahan yang disebabkan oleh human error karena pencatatan dan pembayaran dilakukan secara otomatis. Hal ini dapat memberikan pengaruh positif bagi bisnis toko kue Jupacake.

e. *Environment*

Dalam kegiatan berbisnis diperlukan untuk menjaga keseimbangan lingkungan. Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Jupacake tidak mencemari dan mengganggu lingkungan sekitar usaha, limbah yang dihasilkan dari usaha Jupacake berupa limbah organik dan anorganik. Limbah organik yang dihasilkan dari bahan-bahan pembuatan kue seperti sisa kulit telur dan sisa bahan campuran lainnya yang tidak digunakan. Sedangkan limbah anorganik seperti kaleng susu dan plastik yang digunakan untuk menghias kue. Sehingga lingkungan sekitar usaha tetap terjaga dalam proses kegiatan bisnis toko kue Jupacake.

f. *Legal*

Faktor hukum menganalisis mengenai hal-hal yang sah secara hukum dan berkaitan dengan pengoperasian usaha yang harus ditaati dan bersifat mutlak, maka pelaku bisnis perlu berhati-hati agar tidak melakukan hal yang dapat menentang aturan hukum yang berlaku pada negara tersebut sehingga mengalami kerugian akibat menyalahi aturan. Dalam memiliki usaha PT perorangan di Indonesia tentunya harus memiliki izin. Sehingga Jupacake harus menjalankan prosedur untuk mendirikan usaha seperti pengisian akta pendirian perusahaan, menyiapkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pelaku usaha perseorangan, mempersiapkan Surat Izin Tempat Usaha (SITU), setiap pelaku usaha harus membuat Nomor Induk Berusaha (NIB), dan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Agar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



kedepannya bisnis toko kue Jupacake dapat berjalan lancar dan tidak terjadi masalah di kemudian hari.



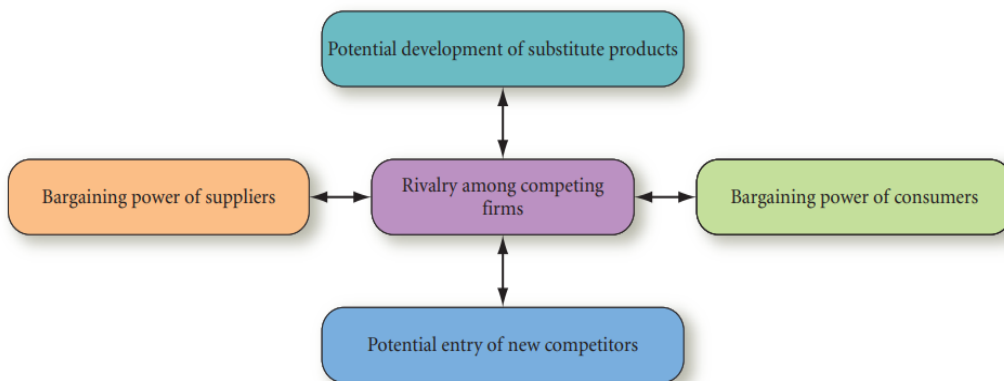
Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Analisis menggunakan metode Lima Kekuatan Persaingan Model Porter merupakan suatu pendekatan yang luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Pebisnis harus mampu menganalisis kekuatan kompetitifnya agar memiliki daya saing dalam menjalankan sebuah usaha. Model yang dapat digunakan untuk mengukur kekuatan kompetitif adalah lima kekuatan Porter (*Porter Five Forces*)

Menurut David (2017:229), "*Porter's Five Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries.*" Artinya analisis persaingan adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan sebagai pengembangan strategi dalam banyak industri.

Gambar 3.2
Porter's Five Forces Model (Model Lima Kekuatan Proter)



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

a) Rivalry Among Competing Firms

Kekuatan yang pertama berhubungan dengan jumlah pesaing dan kemampuan yang mereka miliki untuk melemahkan perusahaan, dimana jumlah

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.



pesaing yang semakin banyak maka jumlah produk dan layanan yang ditawarkan juga akan semakin banyak, disinilah kekuatan perusahaan akan semakin rendah. Sebaliknya jika tidak banyak pesaing dalam menguasai pasar maka sebuah bisnis dapat memiliki kekuatan yang lebih besar lewat inovasi dan strategi untuk menjadi penguasa di pasar tertentu. Persaingan dalam bisnis ini cukup tinggi, dilihat bisnis kue akhir-akhir ini sedang berkembang, sehingga banyaknya perusahaan sejenis.

Namun Jupacake menerapkan strategi persaingan harga dan didukung dengan strategi pemasaran yang sesuai serta memiliki kualitas produk dan layanan yang cepat dibanding pesaing sejenis, maka Penulis yakin Jupacake dapat bersaing dan sukses dalam mendirikan bisnis kue ini.

Tingkat pesaingan yang cukup tinggi dapat dilihat dari jumlah pesaing yang banyak baik di media social, e-commerce maupun toko offline. Namun keunikan Jupacake berfokus terhadap kualitas dan pelayanan yang cepat dimana pesaing menyelesaikan pesanan rata-rata pre-order 7 hari tetapi Jupacake dapat menyelesaikan pesanan hanya 1-3hari saja. Dan Jupacake menambahkan lampu-lampu di dalam packaging kue yang menambah kesan menarik. Maka berdasarkan uraian dan data diatas, dapat disimpulkan potensi pesaingan antar perusahaan saingan tergolong tinggi.

b. *Potential entry of new competitors*

Potensi masuknya pesaing kedalam suatu pasar atau sektor tertentu semakin besar. Adanya pendatang baru dapat berdampak pada profitabilitas perusahaan. Ketika pendatang memiliki keunggulan strategi pemasaran, manajemen dan lainnya. Persaingan dalam usaha bakery sangatlah ketat karena memiliki jumlah pesaing yang cukup banyak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Ancaman pesaing baru bagi Jupacake terhitung cukup tinggi, hal ini dikarenakan semakin banyak penyebaran video cara pembuatan kue tart yang sudah ditonton banyak orang menjadi pertanda bahwa mulai banyak orang yang tertarik untuk belajar membuat kue tart sendiri. Ditambah bahan baku membuat kue mudah ditemukan sehingga potensi masuknya pesaing baru cukup besar. Berdasarkan uraian dan data diatas, dapat disimpulkan potensi masuknya pesaing baru tergolong tinggi.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. *Potential Development of Substitute Product*

Pengembangan produk-produk pengganti menjadi sebuah ancaman yang besar untuk bisnis kue, dimana produk-produk pengganti memiliki peluang dan kesempatan yang besar untuk menggantikan produk Jupacake. Ancaman produk pengganti sangat besar karena mungkin banyak bisnis-bisnis makanan lain yang memiliki konsep yang sama namun lebih bervariasi, sehingga Jupacake menggunakan strategi dengan menjaga kualitas produk, menjaga pelayanan yang baik, pemasaran yang komprehensif, serta meningkatkan promosi melalui media sosial.

Jupacake akan mengikuti perkembangan tren yang sedang berlangsung seperti melakukan promosi dengan konten yang menarik, maka ancaman dari produk substitusi Jupacake sedang, maka dapat disimpulkan potensi pengembangan produk-produk pengganti tergolong sedang.

d. *Bargaining power of suppliers*

Pemasok merupakan salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan. Pemasok sangatlah penting dalam memenuhi kebutuhan bahan-bahan

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.



baku utama dan keberlangsungan kegiatan operasional Jupacake. Jumlah pemasok itu sangat mempengaruhi kegiatan tawar menawar, jika jumlah pemasok banyak maka kesempatan untuk tawar menawar menjadi lebih tinggi dibanding jumlah pemasok yang sedikit biasanya akan mengikuti penawaran dari pemasok atau bahkan membatalkan kerjasama sehingga dapat mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan. Jupacake saat ini memiliki beberapa pemasok untuk bahan baku dan juga perlengkapan untuk kegiatan operasional. Untuk mendapatkan harga yang sesuai, harus ada hubungan yang baik dengan pemasok. Dan Jupacake memiliki cadangan pemasok untuk memenuhi kebutuhan operasional agar tidak terganggu jika suatu saat terjadi masalah atau kendala sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan normal.

Kekuatan pemasok untuk Jupacake tergolong rendah dikarenakan bahan baku dan perlengkapan yang dibutuhkan dalam proses pembuatan kue cukup mudah ditemukan, dan banyak yang menjual baik di toko offline maupun online. Dapat disimpulkan daya tawar pemasok tergolong rendah.

e. *Bargaining power of consumers*

Daya tawar konsumen dapat mempengaruhi harga, konsumen akan memilih produk dengan harga yang sesuai. Maka daya tawar konsumen menjadi kekuatan yang sangat penting yang mempengaruhi keunggulan bersaing. Perusahaan dapat menganalisis kekuatan pelanggan dengan mencari tahu seberapa loyal pelanggan dalam membeli produk dan kemungkinan untuk beralih ke produk pesaing, maka diperlukan pelayanan yang maksimal.

Jupacake harus memiliki daya tarik untuk konsumen dengan memberikan pelayanan yang maksimal, kualitas bahan baku, menjaga kebersihan, harga yang terjangkau. Dapat disimpulkan daya tawar konsumen tinggi karena banyak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



dilakukan dengan baik dan rating yang lebih rendah menunjukkan strategi yang dilakukan perusahaan belum cukup baik.

b. Weight

Weight atau bobot memiliki fungsi untuk menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kesuksesan produk yang akan ditawarkan. Semakin besar bobotnya menunjukkan semakin besar juga pengaruh dari masing-masing faktor. Bobot sebesar 0,0 artinya tidak penting dan bobot sebesar 1,0 artinya penting. Total dari seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Jika total bobot tidak sama dengan 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot pada sebuah faktor yang ada dan harus diperbaiki.

c. Rating

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Kekuatan utama dari produk akan terlihat dari peringkat yang tertinggi. Semakin tinggi rating yang didapat maka akan memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan juga sebaliknya jika memiliki rating rendah maka menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat akan diberikan nilai antara 1,0 sampai 4,0 pada setiap faktor. Untuk nilai 1,0 artinya faktor tersebut merupakan kelemahan mayor produk, untuk nilai 2,0 artinya faktor tersebut merupakan kelemahan minor produk, untuk nilai 3,0 artinya faktor tersebut merupakan kekuatan minor produk, dan untuk nilai 4,0 artinya faktor tersebut merupakan kekuatan mayor produk.

d. Score

Skor merupakan hasil yang dicapai dari perkalian antara bobot faktor dengan nilai peringkatnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



e. *Total Weighted Score*

Jumlah nilai terbobot harus berada di angka 1,0 (rendah) sampai 4,0 (tinggi). Nilai rata-rata terbobot CPM adalah 2,5, dimana setiap perusahaan dengan total nilai terbobot berada di bawah 2,5 dimana perusahaan tersebut berada dalam posisi lemah. Sedangkan jika total nilai terbobot lebih tinggi dari 2,5 akan dianggap produk tersebut memiliki posisi yang kuat. Perbandingan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaing yang ada.

Dalam analisisnya, penulis menyebarkan kuesioner untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap usaha Jupacake dan beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan pesaing yaitu rasa, kualitas, harga, pelayanan dan desain produk, varian rasa, pengiriman, dan promosi. Berikut ini adalah tabel 3.2 *Competitive Profile Matrix* (CPM) toko kue Jupacake berdasarkan survey untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap Jupacake.

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix Jupacake

<i>Critical Success Factor</i>	Weight	Jupacake		D'lyisian		Viska Cake	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas Produk	0.15	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Harga Produk	0.14	4	0.56	4	0.56	3	0.42
Pelayanan	0.15	4	0.6	3	0.45	4	0.6
Desain Produk	0.14	4	0.56	4	0.56	4	0.56
Varian rasa	0.14	3	0.42	1	0.14	2	0.28
Kemasan	0.14	3	0.42	2	0.28	3	0.28
Promosi	0.14	3	0.42	2	0.28	2	0.28
Total	1		3.58		2.87		3.02

Sumber : Data Kuisoner Jupacake

Angka *weight* terdapat pada tabel CPM diatas diperoleh dari hasil survey kuisoner yang telah dilakukan terhadap 34 responden yang terdiri dari perempuan dan laki-laki yang berstatus sebagai mahasiswa, karyawan dan juga pelajar dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



rentang usia 17 tahun sampai 40 tahun. Angka-angka diatas menjelaskan tentang kelebihan dan juga kekurangan dari masing-masing toko. Terdapat 7 kriteria penilaian dalam analisis CPM yaitu kualitas produk, harga produk, pelayanan, desain produk, varian rasa, kemasan dan promosi.

a. Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi salah satu bobot paling tinggi dengan angka 0,15 yang artinya faktor ini merupakan faktor terpenting. Kualitas produk adalah hal penting yang diperhatikan oleh konsumen. Kualitas akan mempengaruhi ketahanan produk. Pada faktor ini, Jupacake memiliki *rating* yang sama dengan pesaing, yaitu 4. Produk *Korean Birthday cake* ini memiliki kualitas yang baik dari bahan baku yang digunakan dan memiliki tingkat kesulitan yang sama dalam pembuatannya.

b. Harga Produk

Harga produk yang ditawarkan produk Jupacake termasuk kedalam produk dengan harga yang rendah bila dibandingkan dengan pesaing. Maka pada tabel CPM, *rating* harga produk Jupacake mendapat nilai 4 sama dengan nilai toko D'lyisian. Harga produk memiliki bobot sebesar 0,14 yang artinya faktor harga produk menjadi hal yang juga penting dibawah kualitas produk. Jika dibandingkan dengan Viska Cake memiliki harga produk yang lebih tinggi maka pesaing mendapatkan *rating* 3. Harga produk ini juga akan menjadi kekuatan utama bagi Jupacake untuk bersaing.

c. Pelayanan

Dari segi pelayanan, merupakan faktor yang sama pentingnya dengan kualitas produk karena memiliki bobot yang sama, yaitu 0,15. Jupacake dapat memberikan pelayanan yang terbaik dengan *admin* media sosial dan *e-commerce*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



yang selalu akan menjawab pertanyaan konsumen dengan ramah dan melayani pesanan dengan cepat dan memastikan ketepatan pesanan konsumen. Maka dari segi pelayanan Jupacake mendapatkan nilai 4. Hal ini juga dilakukan oleh pesaing Viska Cake yang dapat dilihat dari media sosial dan akun *e-commerce* milik Viska Cake. Pesaing lain yaitu D'lysian tidak melakukan hal yang sama, dilihat dari performa dalam menjawab pertanyaan konsumen yang masih kurang sehingga mendapatkan nilai 3.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

d. Desain Produk

Desain produk memiliki bobot yang setara dengan harga produk yaitu 0,14. Jupacake dan para pesaing memiliki rating yang sama yaitu 4 karena memiliki persamaan dalam hal desain yaitu memberikan kebebasan memilih desain, warna tulisan pada *Korean Birthday Cake*.

e. Varian Rasa

Dilihat dari varian rasa, Jupacake lebih unggul dibanding pesaing. Jupacake memiliki 3 variasi rasa yaitu selai strawberry, Chocolate, Blueberry, Tiramisu dan Vanilla sehingga mendapatkan nilai tertinggi yaitu 3. D'lysian hanya memiliki 1 variasi rasa sehingga mendapatkan nilai 1 dan Viska Cake hanya memiliki 3 variasi rasa sehingga mendapatkan nilai 2.

f. Kemasan Produk

Kemasan yang unik dapat menjadi faktor yang penting dalam menarik konsumen. Kemasan yang digunakan Jupacake menggunakan bahan yang *microwave safe, water & grase resistance, 100% home compostable dan thermal & cold resistance*, sehingga kemasan ini memiliki estetika dan kualitas yang baik dibanding pesaing lain. Adapun pesaing menawarkan opsi kemasan yang sama digunakan oleh Jupacake namun dikenakan biaya lebih sedangkan Jupacake

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.



tidak. Dan Jupacake menambahkan lampu-lampu pada kemasan kue agar terlihat lebih menarik sedangkan pesaing lain tidak. Maka Jupacake mendapatkan nilai tertinggi dibandingkan dengan pesaing.

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

g. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Jupacake dilangsungkan dengan media online agar informasi dapat tersebar secara cepat dan luas. Rating promosi Jupacake adalah 3 karena Jupacake akan memberikan promosi berupa potongan harga pada acara tertentu seperti Tahun Baru dan sebagainya. Sedangkan pesaing mendapatkan nilai 2 karena jarang memberikan promosi kepada konsumen.

Secara keseluruhan, Jupacake memiliki nilai sebesar 3,58, D'lyisian memiliki nilai 2,87 dan Viska Cake memiliki nilai 3,02. Nilai ini Toko kue Jupacake unggul dalam bersaing. Namun Jupacake harus tetap fokus dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan agar Jupacake tetap menjadi pilihan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Menurut Fred R. David (2017:251) *“The Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats) strategies. Matching key external and internal factors is the most difficult part of developing a SWOT matrix, as it requires good judgment-and there is no one best set of matches.”*

Yang artinya “Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (SWOT) adalah alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST

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.



(kekuatan- ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama adalah bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT, karena membutuhkan penilaian yang baik – dan tidak ada satu pun yang cocok dengan yang terbaik.”

Berikut ini adalah analisis SWOT dari Jupacake :

a. *Strengths* atau kekuatan merupakan situasi, kondisi atau keadaan yang menjadi kekuatan dari organisasi atau perusahaan untuk membantu dalam mencapai tujuan perusahaan. Kekuatan dari Jupacake adalah :

- 1) Memiliki bahan baku yang berkualitas. Maka rasa yang dihasilkan menjadi lebih enak dan memiliki ketahanan kue kurang lebih satu minggu di dalam kulkas.
- 2) Jupacake menawarkan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik.
- 3) Pelayanan yang cepat dan baik. Jupacake dapat menyelesaikan pesanan dengan cepat dengan pre-order hanya 3 hari dan melayani pertanyaan konsumen dengan ramah dan *fast respon*.
- 4) Kemasan yang menarik. Jupacake menambahkan lampu-lampu di dalam kemasan kue, konsep ini belum ada di pasaran. Pasti menambah nilai dari konsumen.

b. *Weaknesses* atau kelemahan adalah suatu situasi, kondisi atau keadaan yang menjadi kelemahan dari organisasi atau perusahaan yang dapat menghambat perusahaan mencapai tujuannya. Kelemahan dari Jupacake adalah :

- 1) Memerlukan waktu untuk mencari karyawan yang berpengalaman. Pengalaman dalam usaha bakery dan memiliki keahlian dalam menghias kue.
- 2) Merk belum dikenal luas oleh masyarakat, sehingga kepercayaan masyarakat akan merk Jupacake masih rendah.



c. *Opportunities* atau peluang merupakan faktor eksternal dari perusahaan yang dapat dipakai sebagai peluang yang menghasilkan suatu keuntungan. Peluang dari

Jupacake adalah :

- 1) Berkembangnya teknologi informasi sehingga memudahkan pebisnis dalam memasarkan usahanya secara online. Perkembangan ini akan sangat menguntungkan bisnis Jupacake karena akan sangat membantu dalam pemasaran dan operasional usaha lainnya dan menjangkau konsumen lebih luas.
- 2) Gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif dimana *Korean birthday cake* merupakan trend yang dibawa dari Korea, sehingga banyak masyarakat Indonesia yang mengikuti trend dan tidak ingin tertinggal.
- 3) Jumlah konsumen yang besar. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang sangat besar. Hal ini dapat membuka peluang yang baik bagi usaha Jupacake karena bisnis Jupacake akan didirikan di wilayah yang tingkat kepadatan penduduk yang padat.

d. *Threats* atau ancaman merupakan faktor eksternal perusahaan yang bersifat *negative* yang dapat memberikan dampak yang buruk bagi perusahaan. Ancaman dapat menyebabkan kerugian finansial bagi usaha, membuat tujuan usaha tidak tercapai dan lainnya. Ancaman dari Jupacake adalah :

- 1) Banyaknya kompetitor yang sudah lebih dikenal masyarakat yang sudah mendapat kepercayaan dari konsumen.
- 2) Usaha kue ini mudah dimasuki oleh pesaing baru karena bahan baku mudah didapatkan dan banyak resep mengenai cara membuat kue sehingga membuat banyak orang tertarik dan mulai membuat usaha kue.

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



- 3) Kalah dalam persaingan dimana bisnis yang baru didirikan rentan terhadap persaingan. Jupacake harus memposisikan dirinya di tengah persaingan antar bisnis kue agar tidak tertinggal dari persaingan.

Tabel 3.3
Analisis SWOT Matrix

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		1. Memiliki bahan baku yang berkualitas 2. Menawarkan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik 3. Pelayanan yang cepat dan baik 4. Kemasan yang menarik
	Peluang (O)	Strategi S-O
	1. Berkembangnya teknologi informasi yang memudahkan dalam proses pemasaran 2. Gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif 3. Jumlah konsumen yang besar	1. Menjual berbagai varian rasa produk dengan harga yang terjangkau (S1,S2,O2) 2. Menggunakan peralatan dengan spesifikasi yang sesuai untuk kebutuhan membuat & mendesain produk (S3,O1) 3. Mengikuti perkembangan tren misalnya lewat desain dan sebagainya. (S1,S4,O2,O3)
	Ancaman (T)	Strategi W-O
	1. Banyaknya kompetitor yang sudah lebih dikenal masyarakat 2. Usaha kue ini mudah dimasuki oleh pesaing baru 3. Kalah dalam persaingan	1. Melatih karyawan menggunakan peralatan usaha dan menghias kue (W1,O1) 2. Melakukan promosi untuk meningkatkan brand image agar dikenal oleh masyarakat luas. (W2,O1,O2,O3) 3. Mengembangkan varian rasa dan kemasan yang lebih beragam (W3, O3)
		Strategi S-T
		1. Mengembangkan produk lain dengan melakukan inovasi produk dengan harga yang tetap terjangkau (S2, S4, T1,T3) 2. Menonjolkan keunggulan dan keunikan usaha lewat media sosial (S1,S2,S3,S4,T1,T2,T3)
		Strategi W-T
		1. Memperkerjakan tenaga kerja yang memiliki skill yang baik sehingga kue yang dibuat akan menghasilkan hasil yang maksimal (W1,T3) 2. Membuat sebuah promosi yang menarik agar konsumen terus melakukan pembelian dan dengan pelayanan yang terbaik. (W2,T1,T2,T3)

Sumber : Jupacake

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



a. Strategi SO

1) Menjual produk dengan harga terjangkau (S1,S2,O2)

Jupacake menjual berbagai variasi rasa dengan harga yang terjangkau dan kue ini mampu dibeli oleh berbagai kalangan masyarakat. Dapat dibeli oleh kalangan menengah keatas maupun kebawah karena harga yang terjangkau namun tetap berkualitas.

2) Menggunakan peralatan dengan spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan membuat dan mendesain produk (S3,O1)

Memanfaatkan teknologi peralatan dalam membantu operasional perusahaan. Peralatan bisnis bakery semakin berkembang dan memudahkan dalam pengoperasional usaha sehingga perusahaan perlu memanfaatkan teknologi sebaik-baiknya demi kelancaran usaha.

3) Mengikuti Perkembangan tren misalnya lewat desain dan sebagainya (S1,S4,O2,O3)

Perkembangan tren selalu berubah tiap jaman, membuat permintaan konsumen pun menjadi berubah maka Jupacake berusaha mengikuti perkembangan tren yang ada agar produk kue ini selalu fresh dan tidak tertinggal baik lewat desain misalnya tren *ugly cake*, banyak orang memilih desain kue dengan desain yang aneh cenderung berantakan namun itu adalah sebuah tren.

b. Strategi ST

1) Mengembangkan produk lain dengan melakukan inovasi produk dengan harga yang tetap terjangkau (S2,T1,T3)

Melakukan diferensiasi produk dengan harga yang terjangkau serta inovasi terhadap produk ini dapat membuat Jupacake menawarkan kue yang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



berbeda dan unik dari para pesaing, Jupacake membuat inovasi terhadap kemasan produk dengan menambahkan lampu-lampu agar produk terlihat hidup dan unik tentunya dengan harga yang terjangkau.

- 2) Menonjolkan keunggulan dan keunikan usaha lewat media sosial (S1,S2,S3,S4,T1,T3)

Menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh Jupacake lewat media sosial agar masyarakat mengerti apa yang ditawarkan dan menjadi kelebihan toko kue Jupacake dibanding pesaing lain, baik dari segi harga, kualitas, kemasan, pelayanan Jupacake adalah pilihan yang terbaik dan menjadi pilihan mereka.

c. Strategi WO

- 1) Melatih karyawan menggunakan peralatan usaha dan menghias kue (W1,O1)

Pelatihan karyawan ini dilakukan selama 2 minggu agar karyawan siap dan memiliki keterampilan yang dibutuhkan. Pelatihan ini dilakukan untuk menjaga profesionalitas kerja dalam membuat kue tidak sembarangan.

- 2) Melakukan promosi untuk meningkatkan brand image agar dikenal oleh masyarakat luas (W2,O1,O2,O3)

Melakukan promosi yang menarik bagi para konsumen, misalnya seperti diskon 30% pada saat baru buka nanti, mendapatkan bonus hiasan dan sebagainya.

- 3) Mengembangkan varian rasa dan kemasan yang lebih beragam (W3, O3)

Memberikan inovasi dari segi rasa dan kemasan agar tetap menarik minat konsumen dan memilih Jupacake sebagai pilihan yang terbaik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



d. Strategi WT

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- 1) Mempekerjakan tenaga kerja yang memiliki skill yang baik sehingga kue yang dibuat akan menghasilkan hasil yang maksimal (W1,T3)

Dalam memproduksi *Korean Birthday cake* memerlukan keahlian dalam menghias kue, dimana tidak semua orang memiliki kemampuan tersebut. Maka Jupacake mencari tenaga kerja yang dapat memenuhi kriteria agar produk yang dihasilkan dapat maksimal dan sesuai dengan *request* konsumen.

- 2) Membuat sebuah promosi yang menarik agar konsumen terus melakukan pembelian dan dengan pelayanan yang terbaik (W2,T1,T2,T3)

Melakukan sebuah promosi melalui iklan, membayar *influencer* untuk mempromosikan brand toko kue Jupacake agar merk kue Jupacake dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Jupacake. Kepercayaan salah satu kunci yang dapat menguatkan Jupacake dalam bersaing.

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.