



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri penting untuk dilakukan, karena dengan analisis industri pelaku usaha dapat mengetahui potensi yang berada di industri bisnis tersebut, tren pasar yang ada di industri tersebut, keberadaan pesaing, dan kendala – kendala yang bisa saja terjadi di bidang industri tersebut.

Dalam melakukan analisis industri pelaku usaha wajib melakukan analisis pada tren industri di bidang yang akan dijalankan. Pelaku usaha dapat meminimalkan resiko dan kendala yang dapat muncul nanti dengan mempersiapkan diri untuk menghadapi kendala dan resiko yang terburuk sekalipun dengan melakukan analisis industri. Analisis industri ini juga membantu pelaku bisnis untuk menentukan langkah dan strategi dalam pengambilan keputusan.

3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Bisnis makanan & minuman merupakan usaha yang sangat berkembang. Di era saat ini, industri makanan dan minuman sudah berkembang pesat seiring berkembangnya teknologi. Perkembangan aplikasi layanan pesan antar dan *financial Technology* yang mempermudah pelaku bisnis terhubung dengan konsumen.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), di tahun 2021 rata-rata penduduk Indonesia mengeluarkan Rp 1.327.782 per bulannya untuk biaya konsumsi. Selain itu, kehidupan sosial masyarakat dalam budaya dan agama juga menjadi salah satu faktor dalam mengkonsumsi produk. Tentunya masyarakat yang beragama Islam akan mengkonsumsi produk halal. Bubur manis merupakan makanan yang telah *familiar* bagi masyarakat beragama Islam yang dimana bubur manis merupakan salah satu dari makanan pembuka puasa umat beragama



Islam saat bulan puasa. Agama Islam merupakan mayoritas agama yang dipeluk oleh masyarakat dengan jumlah 237,53 juta jiwa atau sebesar 86,9%, dari jumlah masyarakat

Indonesia yang mencapai 273,32 juta jiwa menurut Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri).

3.2 Analisis pesaing

Pesaingan merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari dalam menjalankan suatu usaha. Karena bisnis atau usaha itu sendiri dapat diartikan bersaing atau berkompetisi dalam mencari keuntungan. Dalam menjalankan bisnis diperlukan adanya strategi atau rencana usaha untuk menghadapi persaingan. Dalam pembuatan strategi atau rencana usaha pelaku usaha perlu untuk membuat analisis pesaing yang dapat mengganggu usaha yang akan dijalankan.

Perusahaan memerlukan informasi mengenai perbandingan produk, perbandingan harga, alur distribusi produk, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan perusahaan pesaing terdekat. Perusahaan membutuhkan informasi - informasi mengenai data perusahaan pesaing dalam perencanaan strategi usaha yang akan digunakan perusahaan untuk bersaing secara efektif. Hal ini sangatlah penting karena dengan melihat data tersebut, maka perusahaan dapat melakukan analisis dan memiliki perbandingan mengenai kelebihan dari suatu usaha. Perusahaan juga perlu memperbaiki kekurangan agar dapat menyaingi kelebihan dari pesaing serta mengantisipasi tindakan yang kurang efektif.

Dari hasil data yang penulis dapatkan, penulis mendapatkan beberapa pesaing potensial yang dapat mengganggu keberlangsungan usaha. Penulis menggunakan beberapa faktor penting dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, seperti kualitas produk, kebersihan produk, dan harga. Berikut adalah hasil observasi dari pesaing-pesaing potensial Bubur Manis BM :

Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Opta 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.



berdampingan dengan *virus Covid - 19*. Pemerintah memberikan kebijakan baru untuk memperbolehkan usaha berjalan normal kembali.

Kebijakan pemerintah juga dalam membantu UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pada tahun 2021, Kredit Usaha Rakyat (KUR), dan UU Cipta Kerja yang membantu UMKM dalam hal perizinan yang lebih dipermudah. Kebijakan ini sangat membantu UMKM di Indonesia dan untuk Bubur Manis BM yang merupakan usaha kecil dalam mengembangkan usaha.

2. *Economic* (Ekonomi)

Kondisi perekonomian negara sedang dalam masa terpuruk yang diakibatkan oleh pandemi *Covid - 19* yang mengakibatkan lumpuhnya kegiatan perekonomian. Penurunan tingkat konsumsi dari masyarakat yang juga berdampak menurunnya juga pendapatan dari para pelaku usaha. Karena menurunnya tingkat konsumsi dari masyarakat yang berakibat penurunan pendapatan para pelaku usaha yang juga berimbas kepada penurunan perekonomian di Indonesia karena UMKM menyumbang PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Setelah Pandemi *Covid - 19* telah membaik masyarakat juga mulai beraktivitas seperti biasanya. Dengan bantuan - bantuan dari pemerintah yang berfungsi untuk mengembalikan ekonomi kembali normal yaitu salah satunya dengan upaya membantu para pelaku UMKM agar perekonomian di Indonesia bisa berjalan normal kembali. Dengan adanya bantuan - bantuan dari pemerintah,

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.



tentunya Bubur Manis BM dapat berjalan karena laju pertumbuhan ekonomi yang telah membaik serta peran bantuan dari pemerintah yang baik juga.



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

3. *Social* (Sosial)

Keadaan sosial di lingkungan eksternal saat ini dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu bisnis, budaya yang ada dapat memberikan nilai, persepsi, selera. Kebiasaan masyarakat yang perlu menyantap sarapan sebelum memulai aktivitas, akan tetapi semakin bertambah sibuknya kehidupan bermasyarakat yang mengakibatkan masyarakat tidak punya waktu lagi untuk menyiapkan sarapan dan lebih memilih makanan yang instan atau membeli dari luar yang bisa menjadi keunggulan untuk Bubur Manis BM karena Bubur Manis bisa menjadi opsi sarapan yang praktis dan murah.

4. *Technology* (Teknologi)

Kemajuan teknologi yang telah mempengaruhi pola kehidupan bermasyarakat untuk mencari informasi, ilmu pengetahuan, berkomunikasi dengan orang yang jauh, dan memesan makanan. Dengan kemajuan teknologi ini masyarakat lebih memiliki kemudahan dalam melakukan segala sesuatu khususnya dalam memesan makanan, mereka bisa memesan makanan melalui aplikasi *Gojek, Grab, Shopee* yang didalamnya memiliki banyak fitur dan salah satu fiturnya adalah fitur pesan antar makanan. Kemajuan Teknologi juga mempengaruhi bidang keuangan atau yang sering disebut dengan *Financial Technology* yang mempermudah mereka dalam melakukan transaksi. Dengan perkembangan teknologi juga membantu pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produknya, dengan cara melakukan promosi di bidang digital melalui media sosial dan iklan secara digital.

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 IBIRKKG.

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



5. Environment (Lingkungan)



Lokasi yang menjadi tempat di mana sebuah usaha beroperasi bisa diartikan sebagai lingkungan bagi usaha yang menjual barang. Lokasi yang akan dipilih harus strategis dan memiliki keunggulan, aman, dan nyaman agar calon konsumen yang ingin datang merasa bahwa tempat yang akan didatangi berada di lokasi yang aman sehingga konsumen tidak ragu untuk mendatangi tempat tersebut. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan Bubur Manis BM memilih lokasi di Bundaran Harapan Indah Kota Bekasi yang merupakan tempat yang ramai dan juga bisa dilihat oleh calon konsumen dengan mudah.

6. Legal (Hukum)

Setiap negara memiliki hukum yang harus dipatuhi khususnya oleh para pelaku bisnis. Maka dari itu, para pelaku bisnis perlu memperhatikan produk yang dipasarkan, proses produksinya, serta kegiatan usahanya agar tidak melanggar aturan yang berlaku. Pelaku usaha wajib mengikuti aturan bisnis yang telah ditetapkan pemerintah demi kelancaran dalam kegiatan bisnisnya. Pelaku usaha perlu memenuhi persyaratan hukum untuk memulai usaha seperti memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Pemerintah telah memberikan kemudahan untuk para pelaku usaha dalam memenuhi persyaratan hukum untuk menjalankan usaha dengan adanya sistem lembaga *Online Single Submission (OSS)* yang berfungsi untuk memudahkan segala urusan dalam membuat perizinan usaha. Dampak positif dari bantuan pemerintah untuk Bubur Manis BM memudahkan Bubur Manis BM dalam pengurusan persyaratan usaha.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

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

Business Model)

Menurut David (2017:229) 5 kekuatan persaingan model Porter adalah alat analisis usaha yang digunakan untuk mengembangkan strategi dalam menghadapi persaingan dan menjaga keberlangsungan usaha. Menurut model Porter kesuksesan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh 5 faktor persaingan, yaitu sebagai berikut :

Gambar 3.1
Porter's Five-Force Model



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

1. Persaingan diantara kompetitor sejenis (*Rivalry among competing firms*)

Kompetitor sejenis adalah perusahaan yang menjual produk atau jasa yang sejenis. Persaingan merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari dalam menjalankan suatu usaha. Karena bisnis atau usaha itu sendiri dapat diartikan bersaing atau berkompetisi dalam mencapai keuntungan. Pelaku usaha harus bisa menganalisis serta memahami industri usaha yang akan dijalankan. Persaingan dalam dunia bisnis biasanya terjadi dalam memperebutkan pangsa pasar atau (*market*





share). Dengan memperhatikan keunggulan dan kelemahan perusahaan serta inovasi perusahaan yang baik, penulis berpendapat bahwa perusahaan dapat bersaing dalam industri. Bubur Manis BM berpendirian untuk tetap menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk terus mempertahankan kualitas produk.

2. Ancaman produk pengganti (*Potential development of substitute products*)

Bubur Manis BM adalah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang merupakan industri yang memiliki persaingan yang ketat serta juga ancaman produk pengganti yang tinggi, akan tetapi Bubur Manis BM yang menggunakan bahan baku yang alami dan sehat serta dengan cita rasa yang enak dapat menjadi keunggulan dalam bersaing di pasar.

3. Kekuatan tawar menawar konsumen (*Bargaining power of consumers*)

Faktor yang sangat penting dalam menjalankan usaha adalah konsumen, karena konsumen merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan. Tanpa adanya konsumen yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan, perusahaan tidak akan dapat bertahan dan beroperasi secara berkelanjutan. Jika terdapat banyak alternatif produk atau produk pengganti lainnya daripada yang ditawarkan perusahaan baik alternatif produk tersebut memiliki kualitas yang lebih tinggi atau harga jual yang lebih rendah maka daya tawar konsumen akan menjadi tinggi.

Daya tawar menawar konsumen terhadap Bubur Manis BM adalah moderat karena dalam dunia usaha di bidang makanan dan minuman, persaingan sangat ketat baik dalam segi kualitas, harga yang ditawarkan, nilai produk yang ditawarkan. Dengan inovasi dari perusahaan masing - masing yang bisa menjadi keunggulan serta alasan tersendiri untuk konsumen dalam memilih produk.

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.



4. Ancaman pendatang baru (*Potential entry of new competitors*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bisnis dengan dengan bidang makanan dan minuman memiliki potensi pesaing baru yang besar dan merupakan hal yang wajar karena industri makanan dan minuman memiliki pasar yang luas dan permintaan yang besar terutama jika suatu bisnis tersebut sedang *trending* dan *viral* sehingga banyak pelaku usaha berlomba - lomba untuk mengambil kesempatan tersebut.

Dengan pasar yang besar, pengurusan izin usaha yang mudah, serta tidak memerlukan modal yang besar membuat persaingan di industri makanan dan minuman sangat ketat. Oleh karena itu ancaman pendatang baru bagi Bubur Manis BM tinggi.

5. Kekuatan tawar menawar pemasok (*Bargaining power of suppliers*)

Pemasok merupakan salah satu faktor utama yang penting dalam menjalankan sebuah usaha, karena jika pelaku usaha semakin mudah dalam mencari dan mendapatkan bahan baku maka pemasok tidak memiliki daya tawar menawar, dikarenakan terdapat alternatif lainnya yang bisa dipilih oleh pelaku usaha.

Daya tawar menawar pemasok terhadap Bubur Manis BM adalah rendah. Karena Bubur Manis BM menggunakan bahan baku yang digunakan sehari - hari yang banyak dijual di pasaran sehingga jumlah pemasoknya cukup banyak yang membuat daya tawar menawar pemasok untuk Bubur Manis BM rendah.

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

Menurut David (2017:236) CPM adalah alat analisis keunggulan usaha untuk membandingkan dengan usaha lainnya di dalam sebuah industri. Analisis CPM

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.



mengidentifikasi perusahaan pesaing potensial 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.

1. Bobot 4 = kekuatan utama
2. Bobot 3 = kekuatan minor
3. Bobot 2 = kelemahan minor
4. Bobot 1 = kelemahan utama

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.

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix Bubur Manis BM

Faktor Keberhasilan	Bobot	Bubur Manis BM		Bubur Candil HI		Pancong & Kacang ijo Pakde	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Harga	0.10	4	0.40	3	0.30	2	0.20
Cita Rasa	0.30	4	1.20	3	0.90	3	0.90
Kemasan Yang Bagus & Aman	0.14	4	0.56	3	0.42	2	0.28
Varian Menu Yang Beragam	0.23	4	0.92	3	0.69	4	0.92
Merk	0.03	2	0.06	1	0.03	3	0.09
Porsi Yang Banyak	0.20	3	0.60	2	0.40	3	0.60
Total	1		3.74		2.74		2.99

Sumber : Data diolah

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.



3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Kotler dan Amstrong (2018 : 80) SWOT adalah analisis dan evaluasi keseluruhan dari kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) perusahaan.

Analisis SWOT adalah alat analisis yang baik untuk mengontrol 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 penulis 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 merupakan analisis SWOT dari Bubur Manis BM :

1. *Strengths* (Kekuatan)

- a. Memiliki harga yang terjangkau
- b. Mempunyai cita rasa yang enak
- c. Memiliki varian menu yang beragam
- d. Memiliki kemasan produk yang menarik dan aman
- e. Menawarkan porsi yang banyak

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- a. Merk yang tidak kuat, karena konsumen tidak memilih produk bubur manis berdasarkan merk
- b. Bubur manis yang identik dengan makanan ringan yang menjadikan konsumen membeli hanya untuk sarapan atau makan malam

3. *Opportunities* (Peluang)

- a. Bahan baku yang mudah dicari dan tidak mahal
- b. Kelonggaran kebijakan pemerintah tentang batas waktu operasional usaha
- c. Kebiasaan masyarakat yang perlu menyantap sarapan sebelum melakukan aktivitas
- d. Bahan baku yang mudah dicari dan tidak mahal
- e. Dapat memenuhi keinginan pelanggan yang bermacam karena Bubur Manis BM menyediakan berbagai macam varian menu
- f. Perkembangan teknologi yang membantu dalam layanan antar ke konsumen
- g. Peningkatan UMR yang menjadikan masyarakat menjadi lebih konsumtif
- h. Pemerintah memudahkan pelaku usaha dalam membuat izin usaha dengan

Online Single Submission (OSS)

4. *Threats* (Ancaman)

- a. Ancaman pesaing baru, karena bahan baku yang mudah dicari dan murah
- b. Kondisi ekonomi yang tidak stabil akibat adanya pandemi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institusi 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.



Tabel 3.3

Matriks SWOT Analisis Bubur Manis BM

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki harga yang terjangkau Mempunyai cita rasa yang enak Memiliki varian menu yang beragam Memiliki kemasan produk yang menarik dan aman Menawarkan porsi yang besar 	<ol style="list-style-type: none"> Merk yang tidak kuat, karena konsumen tidak memilih produk bubur manis berdasarkan merk Bubur manis yang identik dengan makanan ringan yang menjadikan konsumen membeli hanya untuk sarapan atau makan malam
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> Kelonggaran kebijakan pemerintah tentang batas waktu operasional usaha. Kebiasaan masyarakat yang perlu menyantap sarapan sebelum melakukan aktivitas Bahan baku yang mudah dicari dan tidak mahal Dapat memenuhi keinginan pelanggan yang bermacam karena Bubur Manis BM menyediakan berbagai macam varian menu Perkembangan teknologi yang membantu dalam layanan antar ke konsumen Peningkatan UMR yang menjadikan masyarakat menjadi lebih konsumtif Pemerintah memudahkan pelaku usaha dalam membuat izin usaha dengan Online Single Submission (OSS) 	<ol style="list-style-type: none"> Menjaga hubungan dan kerja sama yang baik dengan pemasok (S1,S4,S5,O1) Membuat hubungan dan kerja sama yang baik serta promosi yang menarik dengan mitra layanan antar (S1,S2,S3,S5,O2,O3) Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen agar konsumen mau melakukan pembelian kembali (<i>Repeat Order</i>) (S1,S2,S3,O2,O4) Menjaga terus kualitas produk dan bahan baku (S1,S2,S3,S5,O1) 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan pemasaran untuk menciptakan <i>Brand Awareness</i> masyarakat (W1,O3) Melakukan promosi di platform pesan antar untuk menarik konsumen membeli dan mencoba produk (W1,O2,O3,O4) Membangun citra merek yang baik (W1,O3)
Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Acaman pesaing baru, karena bahan baku yang mudah dicari dan murah Kondisi ekonomi yang tidak stabil akibat adanya pandemi 	<ol style="list-style-type: none"> Menjaga kualitas rasa dan kebersihan (S2,S3,S4,T1) Membuat inovasi produk agar tetap menarik (S2,S3,T1) 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan promosi dan pemasaran yang baik agar dikenal masyarakat luas (W1,T1) Membuat <i>Campaign</i> bahwa bubur manis bukan hanya makanan untuk sarapan tetapi bisa dijadikan camilan (W2,T1)

Sumber : Data diolah