



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Untuk menjalankan sebuah usaha akan di perlukan sebuah analisis pertumbuhan industri agar dapat menentukan permintaan dan penawaran lingkungan pasar. “*Healthy Nest*” merupakan produk pada bidang minuman yang berbahan dasar sarang burung wallet yang berbahan alami.

Sarang burung walet menjadi salah satu komoditas ekspor andalan di sektor peternakan Indonesia. Ini mengingat ada sejumlah negara yang membutuhkan sarang burung walet untuk bahan baku obat tradisional, khususnya China. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, nilai ekspor sarang burung walet Indonesia mencapai US\$517,03 juta dengan volume 1.505,5 ton pada 2021. Melihat nilainya, ekspor sarang burung walet turun 4,27% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar US\$540,37 juta. Hal ini menandakan bahwa ketersediaan sarang burung wallet akan selalu siap untuk di pasarkan keseluruh Indonesia.

Permintaan terhadap sarang walet dan membuat harga sarang walet bernilai jual tinggi di pasar internasional, Bahwa kesadaran masyarakat meningkat untuk mulai hidup sehat dikarenakan tergoncang COVID-19 dan kebutuhan masyarakat mengonsumsi minuman kesehatan seperti minuman sarang wallet yang dapat membuat kekebalan imun menjadi kuat. Dari hasil wawancara terhadap pemilik gedung wallet dapat disimpulkan bahwa seiringnya perkembangan tahun maka budidaya sarang burung wallet semakin banyak, maka munculah bahan baku yang

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.

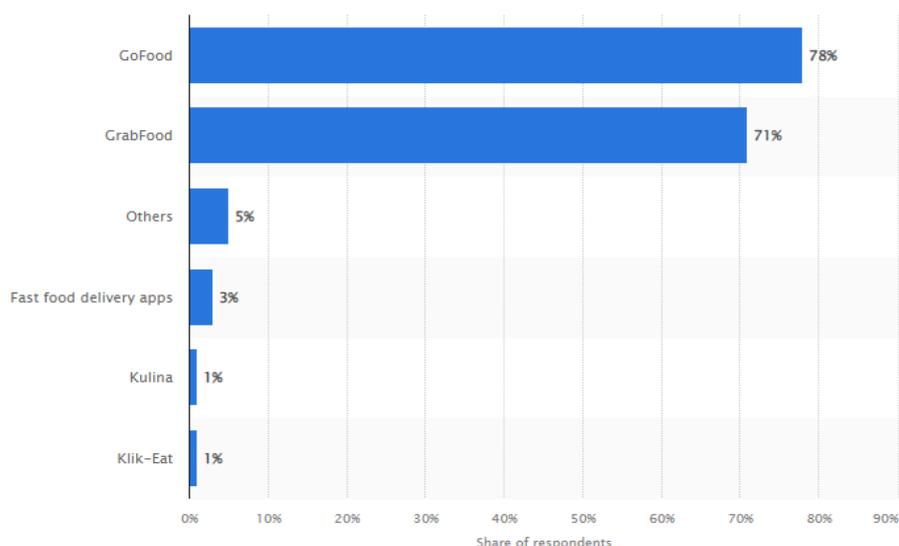
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berlebihan. Berikut ini merupakan data statistik penggunaan Aplikasi *food delivery*

pada bulan agustus 2021 di Indonesia:

Gambar 3. 1

Penggunaan Aplikasi Food Delivery Agustus 2021 di Indonesia.



Sumber : Statista

Dari data diatas ini menggambarkan bahwa banyak masyarakat pada Indonesia yang masih menggunakan aplikasi *Grab-food* untuk membeli makanan atau minuman untuk dikonsumsi. Tidak hanya itu , sebagai salah satu merchant dalam aplikasi *Grab-food* juga mendapatkan keuntungan karena dengan pendaftaran “Healthy Nest” pada *Grab-food*, pencarian kedai akan sangat mudah di temukan dan pelayanan pelanggan secara online mudah karena di berikan sebuah fitur *chatting*. Adanya sistem pengiriman makanan seperti *Grab-Food* juga membuat beberapa platform seperti *Shopee* dan *Gojek* membuka sebuah platform untuk *food delivery* yang bernama *Shopee-Food* dan *Go food*. Ketiga platform *food delivery* sangat membantu untuk membuka sebuah usaha

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



pada bidang makanan atau minuman karena cara pendaftarannya tidak susah dan untuk pengguna juga dapat menikmati promo dan voucher yang tersedia pada setiap platform.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Analisis Pesaing

Pada dunia bisnis, munculnya pesaing adalah hal yang pasti terjadi dan akan terlibat kepada usaha yang telah di jalankan. Khususnya pada daerah DKI Jakarta yang sudah beratusan tahun menjadi ibukota Indonesia, dengan pertumbuhan yang pesat dari tahun ketahun kini DKI Jakarta menjadi kota yang paling maju dan menjadi salah satu kota yang memiliki populasi lebih dari 10 juta penduduk.

Dengan populasi yang banyak ini, memungkinkan banyak masyarakat yang akan membuka sebuah bisnis untuk mencari kekayaan dan ada juga sebagai investasi. Pada beberapa sisi kota terlihat outlet atau toko yang menjualkan produk yang sama dengan nama brand yang berbeda. Perilaku tersebut disebutkan sebagai pesaing. Dengan adanya persaingan dalam pasar yang di targetkan maka sebagai pengusaha "*Healthy Nest*" harus mengidentifikasi apa saja keunggulan dan juga kekurangan dari para pesaing agar tidak terkalahkan oleh brand pesaing.

Dari hasil survey pasar khususnya yang berada di daerah Jakarta melalui pencarian aplikasi *food delivery* ada beberapa outlet brand yang menjualkan produknya sama seperti "*Healthy Nest*" yaitu menawarkan minuman sarang burung wallet. Dari hasil pengamatan , berikut ini adalah keunggulan dan kelemahan pesaing yang telah diperoleh :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 3. 1

Analisis Pesaing “Healthy Nest”

Pesaing	Kekuatan	Kelemahan
Shuang Yan Premium	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki banyak varian rasa. Memiliki packaging yang kuat/ tidak mudah bocor. Memiliki layanan Grab and go (pesan antar). Memiliki promo yang menarik. Nama brand di e-commerce sudah terkenal. 	<ol style="list-style-type: none"> servis produk yang tidak cepat. Tidak disediakan tempat duduk untuk menunggu. Harga tergolong lebih mahal.
Realfood	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki nama menu yang unik. Memiliki banyak varian rasa. Menawarkan harga yang murah. Memberikan layanan grab and go (pesan antar). Nama brand yang sudah dikenal. 	<ol style="list-style-type: none"> packaging kurang aman/ tidak kuat. Promo yang ditawarkan terbatas/sedikit.

Sumber : Healthy Nest

Dari hasil analisis pesaing diatas ini dapat melihat apa keunggulan dan juga kelemahan pesaing “Healthy Nest”, Analisa survey ini di lakukan melalui bantuan sosial media seperti *Instagram* dan juga bantuan *market place* seperti *Tokopedia*. Usaha yang sejenis dengan “Healthy Nest” merupakan Shuang Yan Premium dan Realfood, ke dua kedai pesaing ini berada pada daerah Jakarta dan ikut serta menjadi merchant *tokopedia* yang menjadikan Shuang Yan Premium dan Realfood menjadi pesaing langsung untuk “Healthy Nest”. Harga yang di tawarkan oleh Shuang Yan Premium kurang lebih sekitar Rp 95.000,- per 100ml sedangkan harga Realfood menjualkan harga Rp 80.000,- per 1000ml. Lokasi yang strategis ini tentunya menjadi ancaman untuk “Healthy Nest” karena lokasi yang berdekatan

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

© Hak dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Ditanggung jawab Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



dengan kampus akan menjadi pilihan yang tepat untuk para mahasiswa memilih tempat yang dekat dari lokasi kampus.

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

C. Analisis PESTEL

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis PESTEL sangat berguna untuk mengetahui bagaimana lingkungan eksternal bisnis yang beroperasi dan ancaman yang akan berdampak kepada kegiatan operasional usaha. Banyak kendali dari luar yang harus di perhatikan karena kegiatan eksternal kebanyakan tidak bisa di kendalikan oleh usaha. Maka, usaha harus memahami analisa tersebut untuk meminimalisir dampak yang dapat merugikan usaha (Team FME, 2018b). Berikut ini adalah analisis PESTEL yang di lakukan selaku pengusaha “Healthy Nest”:

1. Politik (*Politics*)

Dalam membangun serta mendirikan suatu usaha paling utama minuman kesehatan, perlu memperhatikan kebijakan-kebijakan pemerintah. Perihal ini pastinya sangat mempengaruhi pada “*Healthy Nest*” kedepannya. Hingga dari itu, pemerintah membuat kebijakan buat para pelaku usaha buat mengurus perizinan usaha yaitu NIB (Nomor Induk Berusaha) serta OSS (*Online Single Submission*).

Dengan adanya kebijakan-kebijakan pemerintah ini, dampak yang akan diterima oleh “*Healthy Nest*” tentunya positif. Karena dengan adanya perizinan usaha seperti ini, maka “*Healthy Nest*” memiliki peluang atas pengembangan minuman kesehatan ini seperti mempermudah untuk mendapatkan investasi dan penambahan modal. Lalu, jika “*Healthy Nest*” ingin mengeluarkan produk minuman dalam kemasan akan mudah untuk mengurus peluncuran nya dikarenakan merek dari “*Healthy Nest*” sudah resmi dan tidak akan mudah

C.

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.



untuk di curi oleh oknum-oknum yang menginginkan merek dari “*Healthy Nest*”.

“*Healthy Nest*” memiliki kesimpulan dengan adanya dampak-dampak positif tersebut, tentunya ini menjadi peluang bagi “*Healthy Nest*”. Sebagai pelaku usaha tentunya perlu meresmikan nama merek untuk mempertahankan usaha minuman kesehatan. Lalu dengan adanya kebijakan seperti sertifikasi usaha ini, maka akan menjadi **peluang “*Healthy Nest*” untuk mengembangkan minuman kesehatan ini kedepannya.**

2. Ekonomi (*Economy*)

Permintaan masyarakat dalam mengonsumsikan minuman kesehatan semakin meningkat karena masyarakat telah mempunyai kesadaran yang lebih untuk menjalankan hidup sehat serta melindungi diri dari virus COVID-19. Terutamanya masyarakat mencarikan kandungan kalsium, lemak, protein, zat besi, dan fosfor untuk membangunkan imun tubuh agar kekebalan tubuh menjadi kuat. Dengan digemparkan COVID-19, Masyarakat mengalami perubahan konsumsi sehingga adanya permintaan yang meningkat terhadap kesehatan sampai 62%. Permintaan produk minuman kesehatan pada masa dan pascapandemi juga meningkat di masa COVID-19.

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) mencatat setidaknya 61,27 persen penduduk Indonesia usia tiga tahun ke atas mengonsumsi minuman manis lebih dari 1 kali per hari. Kemudian 30,22 persen orang mengonsumsi minuman manis sebanyak 1-6 kali per minggu, dan 8,51 persen orang mengonsumsi minuman manis kurang dari 3 kali per bulan. Direktur Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit (P2P) Kemenkes Maxi Rein Rondonuwu mewanti-wanti konsumsi gula berlebih, baik dari makanan atau minuman berisiko tinggi

menyebabkan masalah kesehatan seperti gula darah tinggi, obesitas, dan diabetes melitus.

Dari kedua berita diatas mengindiasikan bahwa daya beli masyarakat terhadap pembelian minuman kesehatan tepatnya pada saat pandemi COVID-19. Seperti yang di sarankan oleh Kepala Balitjestro Harwanto, perkembangan sarang burung wallet untuk di jadikan sebuah minuman kesehatan dapat menjadikan peluang untuk menjalankan “*Healthy Nest*” sebagai penyuplai banyak kandungan kebutuhan harian yang praktis langsung di sajikan ke dalam sebuah gelas, tentunya ini menjadi **peluang bagi “*Healthy Nest*”**.

3. Sosial (Social)

Pada era pandemi, preferensi masyarakat dalam membeli minuman berubah dari yang dahulunya suka menyukai minuman rasa semacam kopi, *cheese tea* dan *bubble tea* kini sekarang banyak yang mencari minuman kesehatan berupa minuman sarang burung wallet. “*Healthy Nest*” merupakan kedai minuman yang langsung dari bahan sarang burung wallet yang secara tidak langsung juga termasuk dalam kategori minuman kesehatan.

Gaya hidup masyarakat tersebut tentunya akan mempengaruhi permintaan dari sebuah usaha kedai minuman kesehatan di jakarta. Banyak kedai minuman yang membuka karena gaya hidup masyarakat ini. Selain itu, dampak yang terjadi akibat adanya gaya hidup masyarakat yang ingin hidup sehat.

“*Healthy Nest*” memiliki kesimpulan dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang ingin hidup sehat, tentunya **minuman kesehatan sarang burung ini menjadi peluang** yang bagus untuk kedepannya.

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



4. Teknologi (*Technology*)

Faktor teknologi eksternal yang digunakan “*Healthy Nest*” yaitu teknologi yang berupa media sosial yaitu Instagram dan Tiktok yang berfungsi untuk melakukan pemasaran serta promosi produk. Selain itu “*Healthy Nest*” juga akan menjalin kerjasama dengan Go-Jek dan Grab yang berfungsi untuk mempermudah masyarakat menjangkau produk “*Healthy Nest*”.

Adapun faktor teknologi yang berasal dari dalam yaitu faktor internal. Faktor internal ini merupakan teknologi yang berkaitan dengan proses dalam produksi yang dimana menjadi salah satu kunci untuk menghasilkan produk yang berkualitas bagus. Teknologi yang digunakan “*Healthy Nest*” yaitu smartphone dan lemari pendingin. 2 teknologi ini yang bertugas dalam pembuatan suatu produk minuman kesehatan sarang burung walet.

Perkembangan 2 jenis teknologi ini sangat-sangat membantu “*Healthy Nest*” dalam memasarkan produk-produk minuman yang akan ditawarkan. Hal ini dikarenakan saat ini masyarakat gemar mencari minuman yang segar dan sehat melalui online. Selain itu, masyarakat juga menggunakan smartphone untuk membeli produk minuman melalui teknologi yang memiliki aplikasi Go-Jek dan GrabFood. Tentunya ini menjadi **peluang “*Healthy Nest*” karena memiliki jangkauan pasar yang lebih luas** lagi melalui teknologi tersebut.

5. Lingkungan (*Environment*)

Lingkungan non fisik merupakan lingkungan yang berkaitan dengan faktor cuaca, iklim dan kondisi geografis. Lalu lingkungan fisik merupakan yang berkaitan dengan kelestarian lingkungan. Dalam “*Healthy Nest*” proses pembuatan sarang burung walet memerlukan gedung kosong yang dipenuhi

© 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.



dengan suara yang lumayan berisik untuk memancing burung wallet untuk membuat sarang burungnya didalam Gedung yang sudah disediakan yang artinya menjadi ancaman.

Dalam “*Healthy Nest*”, pengemasan produk menggunakan bahan botol kaca dan sendok. Hal ini menjadi sebuah ancaman bagi “*Healthy Nest*” karena menurut peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 yang berisikan tentang kewajiban pengguna kantong belanja ramah lingkungan tentu sulit dihindari.

Kebijakan ini disebabkan oleh benda plastik yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari seperti sendok plastik karena bahan plastik tidak dapat membaur langsung dengan lingkungan. Maka dapat dikatakan ini dapat **menjadi ancaman untuk “*Healthy Nest*”**.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

6. Legalitas (*Legal*)

Legalitas untuk seorang pengusaha itu sangat penting. Legalitas ini tidak hanya untuk mempermudah dalam pengembangan usaha, tetapi dapat menjaga nama merek dari suatu usaha atau produk.

Dalam perencanaan sebuah usaha, tentu sebagai pelaku usaha harus mengetahui kebijakan peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 5 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko meliputi sertifikat usaha dan NIB (Nomor Induk Berusaha). Peraturan ini tentu berpengaruh terhadap berjalannya suatu usaha. Sertifikat usaha dan NIB ini akan berfungsi untuk seorang pelaku usaha agar produk yang diciptakan resmi atas hukum.

“*Healthy Nest*” akan mendaftarkan NIB (Nomor Induk Berusaha) melalui aplikasi online yang bernama OSS.go.id. Setelah NIB keluar, maka

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.

produk minuman kesehatan ini akan memiliki kelegalitasan atas merek dan dapat dikatakan menjadi **peluang untuk memperluas minuman kesehatan melalui pembukaan cabang.**

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

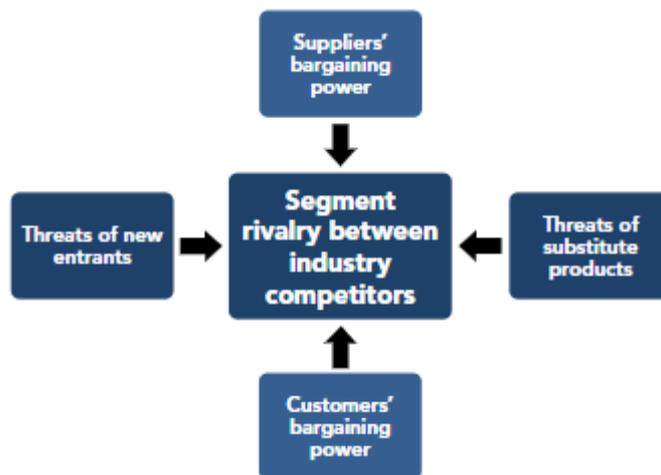
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Untuk mengetahui perkembangan strategi atau lingkungan eksternal pesaing maka dibutuhkan sebuah analisa persaingan lima model porter. Analisa Persaingan Model Porter adalah untuk mempertimbangkan lima kekuatan sebagai daya tarik usaha dengan persaingan (Team FME, 2018a) Dengan Analisa ini dapat mengetahui apa saja strategi kompetitif yang akan di nilai dengan melihat peluang dan risiko potensial dalam pasar. Lima kekuatan persaingan bisa di lihat dari bagan berikut ini:

Gambar 3. 2

Team FME's Porter's Five Forces



Sumber : Team FME, Porter's Five Forces - Strategy Skills e-book



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.



1. Ancaman Pendetang Baru

Ancaman pendatang baru merupakan salah satu ancaman yang dapat diartikan sebagai kesempatan bagi pengusaha baru untuk masuk industri bisnis. Tetapi, tidak semua pendatang baru dapat bertahan dalam industri usaha seperti minuman dan makanan. Ancaman pendatang baru ini tentu berkaitan dengan seberapa mudah pendatang baru tersebut dalam mengikuti kompetisi usaha sejenis.

“*Healthy Nest*” merupakan golongan dalam usaha minuman kesehatan yang jarang di temui khususnya pada Kelapa Gading. Akan tetapi, untuk mendapatkan *supply* bahan dasar usaha ini mudah dicari secara umum sehingga pesaing akan sangat mudah meniru usaha “*Healthy Nest*” dengan menggunakan bahan dasar sarang burung wallet.

Dengan tingkat ancaman pendatang baru yang tinggi, maka dapat disimpulkan untuk “*Healthy Nest*” memiliki **ancaman** karena mudahnya pendatang baru untuk masuk industri minuman kesehatan sarang burung wallet.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Ancaman Produk Pengganti

Produk minuman yang diracikkan oleh “*Healthy Nest*” semuanya dibuatkan sendiri di mulai dari awal. Tetapi, meniru racikkan menu *the bird nest* akan sangat gampang diraihkan oleh pesaing. Karena sudah banyak pesaing yang menjualkan produk serupa seperti *bird nest original series* dengan *volume* yang berbeda. Pada menu *bird nest mix peach gum* masih sulit untuk ditirukan oleh para pesaing karena menggunakan bahan baku yang berbeda dengan takaran yang tepat.

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.



Dapat disimpulkan untuk produk pengganti khususnya produk minuman *the original variance* akan menjadi ancaman untuk “*Healthy Nest*”. Selain itu, produk minuman *the bird nest mix* merupakan **peluang** untuk “*Healthy Nest*” karena masih sulit untuk ditiru pesaing.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Kekuatan Pemasok

Supply atau pemasok bahan baku utama “*Healthy Nest*” adalah sarang burung wallet. Pemasok untuk bahan baku sarang burung wallet, dan buah peach mudah didapatkan secara *online* atau *offline* sehingga kekuatan pemasok “*Healthy Nest*” termasuk rendah. Dengan kekuatan pemasok yang rendah ini menjadi sebuah **peluang** untuk “*Healthy Nest*”.

4. Kekuatan Pembeli

Kekuatan pembeli merupakan kekuatan daya tawar yang dimiliki oleh pembeli untuk menawar harga dari suatu produk. Jika harga yang ditawarkan kepada pembeli tinggi, maka pembeli dapat menuntut harga yang lebih rendah dan kualitas yang tinggi. Sehingga akan terjadi pengurangan harga produk oleh perusahaan.

Produk minuman yang menggunakan sarang burung wallet masih terlihat sangat jarang pada daerah Kelapa Gading, sehingga masyarakat jika ingin mau mencobakan minuman dengan bahan dasar sarang burung wallet yang menyegarkan dan menyehatkan terpaksa harus membeli pada “*Healthy Nest*”. Dengan kekuatan pembeli yang rendah ini menjadikan sebuah **peluang** untuk “*Healthy Nest*”.

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.



5. Persaingan Usaha Sejenis

Persaingan usaha sejenis merupakan sebuah persaingan yang biasanya terjadi dalam dunia usaha yang menjual produk yang. Persaingan usaha sejenis ini biasanya berkompetisi dalam hal penjualan dan keuntungan. Kompetisi ini tentunya akan semakin susah dihindari jika semakin banyak pengusaha yang masuk kedalam jenis industri tersebut.

Bisnis minuman dengan bahan dasar sarang burung wallet masih jarang ditemui di Kelapa Gading. Hal ini menjadi salah satu keunggulan “*Healthy Nest*” dalam menjalankan bisnisnya. Melalui promosi yang dapat menarik agar masyarakat tertarik kepada produk minuman “*Healthy Nest*”. Dari faktor jarangunya kedai yang serupa dengan “*Healthy Nest*”, disimpulkan bahwa persaingan antara perusahaan di bidang ini tergolong rendah yang menjadikan **peluang** untuk “*Healthy Nest*”.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix /CPM)

Dalam menentukan faktor kunci sukses suatu bisnis bisa digunakan metode *Competitive Profile Matrix* atau CPM. Metode ini digunakan untuk membandingkan bisnis yang sedang dijalankan dengan competitor atau pesaing. Dengan analisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki masing-masing usaha akan ditemukan nilai akhir yang mengindikasikan perlu tidaknya perubahan untuk memperbaiki kondisi bisnis saat ini. Untuk penentuan nilai bobot didapatkan melalui kuisisioner. berikut uraian penjelasannya:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Weight

Dalam faktor CPM, weight atau bobot merupakan penentu keberhasilan strategi yang diukur dari bobot kuantitatif dimulai dari 0 – 1 yang dimana 0

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.



merupakan tidak penting dan 1 merupakan penting. Setelah masing-masing bobot ditemukan maka akan di totalkan yang harus memiliki jumlah 1.

Maka, “*Healthy Nest*” melakukan kuisisionering yang akan menentukan nilai bobot. Berikut tabel bobot faktor kunci sukses dibawah ini:

Tabel 3. 2

Bobot Faktor Kunci Sukses

Faktor Kunci Sukses	Respoden	Perhitungan	Bobot
Harga Produk	27	$(27/50)*100\%$	0,19
Kualitas Produk	32	$(32/50)*100\%$	0,22
Kemasan Produk	21	$(21/50)*100\%$	0,15
Lokasi	15	$(15/50)*100\%$	0,11
Promosi Produk	28	$(28/50)*100\%$	0,20
Layanan Pelanggan	19	$(19/50)*100\%$	0,13
Total	142		1

Sumber : Hasil Kuesioner ,2022

Pada tabel 3.2 adalah hasil perhitungan bobot untuk perhitungan kunci factor sukses. Terdapat 50 responden dengan bobot tertingginya pada Kualitas Produk dan juga pada promosi produk. Untuk bobot terendahnya adalah 0,11 yaitu jatuh pada lokasi. Untuk penerapan hasil bobot tabel 3.2 dapat di lihat pada tabel 3.3 yang akan menjelaskan lebih lanjut untuk “*Healthy Nest*” untuk membandingkan dengan pesaing lainnya.

2. Rating

Rating atau yang biasa disebut sebagai penilaian merupakan salah satu komponen dalam CPM yang menunjukkan kekuatan atau kelemahan yang dilihat dari faktor-

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



faktor keberhasilan untuk menganalisa suatu perusahaan. Kekuatan atau kelemahan peringkat ditentukan berdasarkan angka dari 1 hingga 4, dapat dijabarkan bahwa peringkat 1 merupakan kelemahan utama/mayor, peringkat 2 merupakan kelemahan minor, peringkat 3 merupakan kekuatan minor, dan peringkat 4 merupakan kekuatan utama / mayor.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Score

Score/skor adalah hasil perkalian antara bobot dan rating dalam masing-masing perusahaan. Hasil dari perkalian tersebut kemudian akan di totalkan yang akan menunjukkan bahwa semakin tinggi skor maka semakin baik suatu perusahaan dan begitu sebaliknya.

Tabel 3. 3

Tabel Competitive Profile Matrix

Kunci Faktor Sukses		Healthy Nest		Shuang Yan Premium		Realfood	
		Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Keterangan	Bobot						
Harga Produk	0,19	4	0,76	3	0,57	4	0,76
Kualitas Produk	0,22	4	0,88	2	0,44	3	0,66
Kemasan Produk	0,15	2	0,3	2	0,3	3	0,45
Lokasi	0,11	2	0,22	3	0,33	4	0,44
Promosi Produk	0,20	3	0,60	2	0,40	2	0,40
Layanan Pelanggan	0,13	3	0,39	3	0,39	3	0,39
Total	1		3,15		2,43		3.1

Sumber : “Healthy Nest”

Setelah mendapati angka-angka tersebut, bisa dilihat bahwa bisnis “*Healthy Nest*” lebih unggul daripada pesaing langsung yaitu Shuang Yan Premium dan

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.



Realfood. Nilai total akhir yang cukup jauh menunjukkan bahwa bisnis ini mampu bersaing dengan jenis bisnis serupa. Secara komprehensif masing-masing faktor akan dibahas sebagai berikut :

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. Perbandingan Harga Produk

Harga produk minuman “*Healthy Nest*” masih terjangkau bagi para konsumen namun sehingga mendapatkan nilai rating 4 karena tidak terlalu mahal harga yang ditawarkan untuk kalangan menengah keatas. Dibandingkan dengan pesaing Shuang Yan Premium ini mendapatkan nilai 3 karena harga yang relatif mahal untuk sebotol jar minuman sarang burung wallet. Shuang Yan Premium ini menawarkan harga Rp 95.000,- untuk sebotol sarang burung wallet yang berisikan 100ml. Selain itu , perbandingan harga pada Realfood mendapatkan nilai 4 karena harga yang ditawarkan cukup kompeten dengan “*Healthy Nest*”. Realfood menawarkan harga kisaran Rp 85.000,- untuk sebotol sarang burung wallet dengan varian original per 100ml.

2. Perbandingan Kualitas Produk

Penggunaan bahan dasar dengan kualitas terbaik dan higienis menjadi faktor utama dalam berbisnis, setiap bisnis tentunya akan mengoptimalkan kualitas produk agar mendapat loyalitas pelanggan. “*Healthy Nest*” mengelolah produk minumannya langsung pada dapur sendiri dengan menggunakan alat dan bahan yang *fresh* dan higienis. Kualitas yang didapatkan “*Healthy Nest*” nilai 4. Pada Shuang Yin Premium mendapatkan nilai 2, karena kualitas sarang burung wallet yang di tawarkan oleh Shuang Yin Premium “tidak bersih”. Yang di maksud “tidak bersih” dikarena masih ada sisa bulu halus pada minuman yang belum tersaringin dengan bersih.

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.



Kualitas produk pada produk minuman oleh Realfood mendapatkan nilai 3 karena sarang burung wallet meyang ditawarkan untuk pelanggan terjamin murninya. Tetapi, penyimpanan sarang burung wallet saja yang bermasalah. Sehingga sarang burung wallet yang tidak segar.

3. Perbandingan Kemasan Produk

Penampilan dan packaging yang menarik dapat tarik pelanggan untuk membeli produk kita. Dengan itu, “*Healthy Nest*” mendapatkan nilai 2 karena kemasannya yang tidak menarik dan masih dalam penampilan yang minimalis. Selain itu Shuang Yin Premium juga mendapatkan nilai 2 dikarenakan masih menggunakan logo brand yang tinggal di sticker kepada botol kacanya. Selain itu, Kemasan produk pada Realfood mendapatkan nilai 3 karena beliau menggunakan packaging botol kaca yang bagus.

4. Lokasi

Lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu penentu dalam berbisnis. Dalam usahanya, “*Healthy Nest*” memperoleh rating 2 karena pada saat ini gerai “*Healthy Nest*” hanya terdapat disekitar perumahan saja. Dikarenakan tempatnya perumahan membuat interaksi pelanggan langsung engan penjual menjadi kurang dan hanya bisa melalui aplikasi *online* fitur *chat food delivery*. Sedangkan untuk Shuang Yin Premium mendapatkan nilai 3. Selain menjual di aplikasi online, nama Shuang Yin Premium sudah tidak asing di DKI Jakarta yang menjadikan pendekatan konsumen dengan penjual menjadi gampang di raihkan. Untuk lokasi Realfood mendapatkan nilai 4. Karena gerai fisik Realfood berada pada kebon jeruk. Tentunya Realfood juga mengikuti sebagai salah satu penjual di aplikasi *food delivery*.

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.



5. Perbandingan Promosi Produk

Penawaran produk agar pelanggan tertarik kepada produk kita merupakan salah satu cara untuk mendapatkan pelanggan. Dari sisi penawaran produk, “*Healthy Nest*” mendapatkan nilai 3 karena setiap beberapa harian akan membagikan sebuah postingan pada *social media* seperti *Instagram* untuk berharap masuk kepada kategori explore pengguna *Instagram*. Selain itu untuk Shuang Yin Premium mendapatkan nilai 2 karena pada halaman *Instagram*-nya sangat sedikit postingan dan tidak ada perilaku untuk mempromosikan produknya seperti memberikan sebuah diskon atau voucher. Untuk kegiatan Promosi Realfood juga mendapatkan nilai 2 karena kurangnya mempromosikan minuman sarang burung wallet beliau pada postingan mingguan dan kurangnya memperlihatkan promosi kedai gerai langsung sehingga masyarakat yang melihat kedai tersebut tidak menyadari bahwa itu brand dari Realfood.

6. Perbandingan Layanan Pelanggan

Layanan Pelanggan merupakan kegiatan yang ditunjukkan kepada pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Pada faktor ini, “*Healthy Nest*” mendapatkan nilai 3 yang sama dengan pesaingnya yaitu Shuang Yan Premium dan Realfood. Karena ketiganya mempunyai platform *social media* untuk melayanin saran, kritikan dan juga feedback dari pelanggan yang dapat berkunjung yang ingin menyalurkan pendapat.

© 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.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis lingkungan eksternal dan internal bisa dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Untuk menganalisis lingkungan internal menggunakan 2 buah faktor yaitu *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan). Kekuatan merupakan unsur dari usaha yang unggul dari pesaing lainnya serta Kelemahan merupakan kebalikan dari kekuatan yaitu kekurangan dari usaha dari pesaing (Noam, 2019).

Menganalisa lingkungan eksternal juga menggunakan 2 buah faktor yaitu peluang (*Oppurtunity*) dan Ancaman (*Threats*). Peluang merupakan yang bisa di raihkan kedepannya usaha. Selain itu, Ancaman adalah sebuah tantangan yang muncul yang memberikan kerugian dalam usaha kedepannya. Ke-empat factor secara internal maupun internal dapat memperjelas keunggulan serta kerugian di dalam usaha "*Healthy Nest*". Berikut ini merupakan rincinan dari analisis SWOT "*Healthy Nest*":

1. Kekuatan (*Strengths*)

- a. Harga yang ditawarkan "*Healthy Nest*" terjangkau masih dapat dibeli oleh masyarakat kelas menengah kebawah.
- b. Produk minuman "*Healthy Nest*" memiliki kualitas baik karena bahan baku yang segar dan higienis langsung dari tempat penyimpanan.
- c. Memberikan sebuah promosi diskon atau voucher untuk menarik pelanggan.
- d. Melayani kritikan dan saran dari pelanggan dengan baik.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Kemasan produk yang masih dengan design yang minimalis.
- b. Lokasi yang kurang untuk lahan parkir sehingga tidak gampang pelanggan untuk datang dengan kendaraan pribadi.

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. Peluang (*Opportunities*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Pemerintahan memberi dorongan untuk pelaku UMKM yaitu bantuan sisi modal dan keringanan tagihan utilitas pada masa pandemi.
- b. Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap sarang burung wallet dan memungkinkan “*Healthy Nest*” sebagai salah satu calon kedai yang dipilih masyarakat untuk menikmati minuman sarang burung wallet.
- c. Mayoritas masyarakat menyukai rasa original pada minuman sarang burung wallet.
- d. Dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi produksi dan teknologi pemasaran.
- e. Adanya pengurangan tarif Pajak Penghasilan (pph) UMKM menjadi 0.5%.
- f. Bahan-bahan baku seperti sarang burung wallet dan peach gum gampang di cari pasar.
- g. Masyarakat DKI Jakarta jarang menemukan kedai minuman sarang burung wallet seperti “*Healthy Nest*”.

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Adanya larangan dari pemerintahan dalam penggunaan plastik.
- b. Gampangnya kompetitor untuk memasuki pasar yang menjual sejenis dengan “*Healthy Nest*”.
- c. Sebagian menu dari “*Healthy Nest*” gampang di tiru oleh pesaing.

Setelah mengetahui 2 faktor lingkungan internal dan juga 2 faktor lingkungan eksternal, maka selanjutnya akan dibuatkan sebuah SWOT Matrix. Tujuan dari pembuatan SWOT Matrix adalah untuk dapat mengetahui perkembangan pada strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi WO (*Weakness-Opportunities*) , Strategi ST (*Strengths-Threats*) dan Analisis

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.

WT(*Weakness-Threats*). Strategi dan analisa “*Healthy Nest*” tersebut disajikan dalam tabel 3.4, berikut ini adalah SWOT Matriks “*Healthy Nest*”

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

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



Tabel 3. 4

Matriks SWOT “Healthy Nest”

<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Harga yang ditawarkan “Healthy Nest” terjangkau. 2) Produk minuman “Healthy Nest” memiliki kualitas baik. 3) Promosi diskon atau voucher. 4) Melayani kritikan dan saran dari pelanggan dengan baik. 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kemasan produk dengan design yang minimalis. 2) Lahan parkir yang kurang. 	
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pemerintahan memberi dorongan untuk pelaku UMKM. 2) Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap sarang burung walle. 3) Mayoritas masyarakat menyukai rasa original pada minuman sarang burung wallet. 4) Dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. 5) Pengurangan tarif Pajak Penghasilan (pph) UMKM menjadi 0.5%. 6) Bahan baku sarang burung wallet gampang di cari. 7) Masyarakat DKI Jakarta jarang menemukan minuman sarang burung wallet, 	<p>S-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas rasa dan menekankan pemasaran produk minuman agar calon pelanggan menjadi loyalitas kepada "Healthy Nest".(O7 , S2) 2. Membuat varian baru dengan sarang burung wallet dengan harga yang terjangkau. (O6,S1) 3. Berkerjasama dengan aplikasi food delivery lainnya agar masyarakat mendapatkan sebuah potongan harga yang tersedia pada platform tersebut. (O4 , S3) 	<p>W-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menentukan lokasi yang strategis untuk penjualan offline agar dapat di kenalkan oleh masyarakat banyak. (O2 , W2) 2. Merombakkan design botol "Healthy Nest" dan menggunakan botol kaca yang dapat di daur ulang agar masyarakat dapat mencobakan "Healthy Nest" sambil membantu untuk berhidup eco-friendly. (O7 , S1)
<p>Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Larangan penggunaan plastik. 2) Kompetitor mudah untuk memasuki pasar yang menjual minuman sejenis. 3) Sebagian menu dari “Healthy Nest” mudah di tiru oleh pesaing. 	<p>S-T Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi produk minuman dengan memberikan potongan harga untuk mempertahankan harga yang murah dibandingkan dengan pesaing pada lingkungan pasar. (S3 , T2) 2. Mengembangkan kualitas untuk menu “Healthy Nest” yang gampang ditirukan oleh pesaing. (S2 , T3) 	<p>W-T Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan botol kaca atau sebuah tas yang gampang di daur ulang sebagai pengemasan "Healthy Nest". (T1 , W1) 2. Segera mencari tempat untuk menjadikan kedai "Healthy Nest" serta membukakan sebuah <i>Franchise brand</i> "Healthy Nest" agar tidak terkejar oleh pesaing yang akan datang. (T2 , W2)

Sumber : “Healthy Nest”



Berikut pada tabel di atas adalah analisis SWOT Matrix “Healthy Nest” yang

akan di rincikan dibawah ini:

1. S-O Strategis

Kekuatan yang digunakan dalam “Healthy Nest” untuk memanfaatkan peluang yang ada adalah dengan memberikan promo yang menguntungkan melalui aplikasi seperti Tokopedia dan GrabFood. Dengan adanya cara ini “Healthy Nest” tentu mengharapkan peluang yang ada agar dapat digunakan secara maksimal dalam kemajuan “Healthy Nest” ini.

2. W-O Strategis

W-O strategis merupakan pemanfaatan yang dikendalikan oleh peluang untuk meminimalisir kelemahan yang ada. Dalam “Healthy Nest” kelemahan yang ada adalah memiliki harga yang lebih mahal, suara yang dihasilkan oleh Gedung wallet berisik, packaging yang digunakan kurang menarik. Hal ini dapat diminimalisir melalui peluang dengan cara pemanfaatan teknologi yang modern dalam penggunaan fasilitas produksi agar lebih efektif dan efisien, membuat packaging produk dengan design yang menarik dan kuat.

3. S-T Strategis

S-T Strategis merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk meminimalisir dampak dari ancaman dengan memanfaatkan kekuatan. “Healthy Nest” memiliki sebuah ancaman yaitu produk yang mudah ditiru yang dimana dapat diminimalisir dengan berbagai kekuatan yaitu menerima kritik dan saran dari pelanggan untuk kedepannya.

4. W-T Strategis

W-T strategis adalah meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. W-T Strategis yang dilakukan oleh “Healthy Nest” adalah bekerjasama 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

GrabFood dalam memberikan voucher promo, mencari lokasi offline untuk para pengunjung untuk menyantap langsung minuman Kesehatan sarang burung wallet.

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.