KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

# BAB III

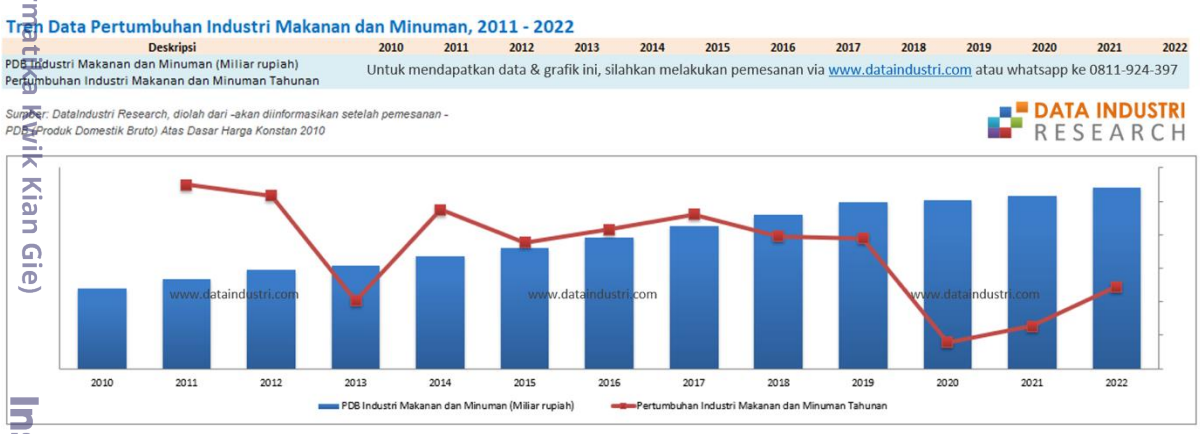
# ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

## 3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Seorang pengusaha diperlukan untuk melakukan analisis terhadap industri yang akan dijalaninya sebelum memulai usahanya. *Kyushou Ramen Bar* merupakan restoran yang menjual *ramen* dengan rasa dan suasana yang autentik. Pertumbuhan industri makanan menurut data dari *Data Industri Research:*

**Gambar 3.1**

**Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 - 2022**




Pada kuartal 4 2022, kinerja industri makanan dan minuman per kuartal (q on q) mengalami konstraksi atau penurunan sebesar minus 1,03 persen. Sedangkan untuk pertumbuhan tahunan sektor industri makanan dan minuman (year on year) sampai kuartal 4 2022 tumbuh positif. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun-tahun sebelumnya yang juga selalu positif.

(Sumber : https://www.dataindustri.com)

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

### 3.2 Analisis Pesaing

Menurut David (2017:59), Pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis dipasar yang sama. Perusahaan perlu menciptakan perbedaan baik dari segi produk, strategi, dan pemasaran agar memiliki nilai tambah yang unik dan berbeda dari pesaing lain.

Analisis pesaing sangat diperlukan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan dari pesaing di bisnis serupa. Dalam menganalisis tentunya ada berbagai aspek yang harus diperhatikan seperti harga, jenis produk, strategi, saluran distribusi, dan saluran promosi, sehingga dapat mengambil kesimpulan mengenai kelebihan dan kekurangan dari pesaing.

*Kyushou Ramen Bar* memiliki beberapa pesaing yang sudah terlebih dahulu terjun di bisnis serupa. Berikut profil pesaing dari *Kyushou Ramen Bar* yaitu:

a. Nama Perusahaan : *Sai Ramen*
   Lokasi : Jakarta
   Tahun Berdiri : 2020
b. Nama Perusahaan : *RamenYa!*
   Lokasi : Jakarta
   Tahun Berdiri : 2018

Dasar penulis dalam menentukan pesaing yaitu dengan:

a. Melihat bentuk restoran dan produk yang di jual.
b. Melihat testimoni dari konsumen terhadap produk dan layanan pesaing.

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

**Tabel 3.1**

**Perbandingan Pesaing Kyushou Ramen Bar**

| **Kategori** | ***Kyushou Ramen Bar*** | ***Sai Ramen*** | ***RamenYa!*** |
|---|---|---|---|
| Harga | Rp 40.000 - Rp 70.000 | Rp 40.000 - Rp 55.000 | Rp 40.000 - Rp 50.000 |
| Variasi Produk | Berbagai macam ramen, makanan pendamping, minuman. | Berbagai macam ramen, makanan pendamping, minuman. | Berbagai macam ramen, makanan pendamping, minuman. |
| Kualitas Produk | Kualitas Baik | Kualitas sesuai harga | Kualitas sesuai harga |
| Layanan | Sangat baik | Cukup baik | Kurang baik |
| Promosi | Promosi menarik | Promosi kurang menarik | Promosi menarik |
| Reputasi Toko | Cukup baik | Baik | Sangat baik |

Sumber: Observasi Penulis.

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Berdasarkan hasil dari analisis terhadap pesaing tersebut, penulis telah menyimpulkan keunggulan dan kelemahan dari kedua pesaing tersebut:

**Tabel 3.2**

**Keunggulan dan Kelemahan Pesaing**

| Pesaing | Keunggulan | Kelemahan |
|---|---|---|
| *Sai Ramen* | a. Bentuk restoran yang cukup menarik.<br>b. suasana dan desain restoran yang cukup menarik | a. Variasi produk sedikit<br>b. Kualitas produk standar<br>c. Tidak ada diskon menarik |
| *RamenYa!* | a. Memiliki harga produk paling murah<br>b. Memiliki reputasi yang cukup baik<br>c. memiliki banyak promosi menarik | a. Layanan kurang baik<br>b. Kualitas produk standar<br>c. Rasa yang tidak konsisten |

Sumber: Observasi Penulis

### 3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan analisis yang berfungsi untuk memberikan gambaran luas mengenai lingkungan bisnis melalui berbagai macam perspektif sehingga dapat melihat lingkungan bisnis secara keseluruhan.

Menurut David (2017:45), kekuatan eksternal dibagi menjadi beberapa kategori luas: kekuatan ekonomi, kekuatan budaya, sosial, demografi, dan lingkungan; kekuatan politik, pemerintah, dan hukum; kekuatan teknologi; dan kekuatan persaingan. Analisis ini disebut analisis PESTEL, yaitu *Politics, Economy, Social, Technology, Environment, Legal.*

Berikut analisis PESTEL dari *Kyushou Ramen Bar*:

a. *Politics*

Ketika menjalankan suatu bisnis, tentunya harus memperhatikan faktor politik yang ada. Faktor politik adalah faktor eksternal yang berhubungan dengan politik yang ada, seperti undang undang yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan peraturan peraturan yang telah

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

ditetapkan untuk menjalankan suatu bisnis. Kebijakan kebijakan tersebut dapat berdampak terhadap operasional usaha seperti peraturan jam kerja atau gaji minimum.

b. *Economy*

Perekonomian suatu negara berperan dalam mempengaruhi daya beli masyarakatnya terhadap suatu produk, dari sinilah akan berdampak kepada perusahaan dalam menjalankan usahanya. Menurut Badan Pusat Statistik, perekonomian Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan sebesar 5,31% lebih tinggi dibanding capaian tahun 2021.

Sumber: https://bps.go.id

c. *Social*

Sosial dan budaya merupakan faktor yang dapat memperlihatkan perilaku konsumen yang ada di wilayah tersebut. Perusahaan harus bisa mengikuti perkembangan dari wilayah tersebut. Sosial budaya menggambarkan bagaimana sikap, tindakan dan pola pikir individu yang membentuk sebuah kebiasaan individu atau kelompok dalam kehidupan sehari-hari.

Tren yang banyak berkembang di masyarakat saat ini adalah rasa ingin tahu terhadap suatu produk baru yang terkenal di media sosial sehingga menjadi ramai pembeli, hal tersebut harus diperhatikan oleh perusahaan agar mampu memanfaatkannya.

d. *Technology*

Dengan perkembangan teknologi, teknologi menjadi hal yang tergolong wajib di zaman yang serba maju ini. Teknologi harus digunakan oleh perusahaan untuk membantu dalam perkembangan usahanya, semakin berkembangnya teknologi maka akan semakin mudah suatu bisnis berkembang. *Kyushou Ramen Bar* menggunakan teknologi untuk mempermudah menjalankan bisnisnya seperti dalam hal promosi sehingga pembelian bahan baku.

e. *Environment*

Perusahan harus memperhatikan lingkungan sekitarnya, karena dengan ikut merawat dan peduli dengan lingkungan sekitarnya maka masyarakat sekitar tidak akan merasa

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memfotokopi 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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

terganggu. *Kyushou Ramen Bar* memperhatikan kebersihan lingkungan sekitarnya terutama dalam pembuangan sampah hasil produksi sehingga tidak meresahkan masyarakat sekitar.

f. *Legal*

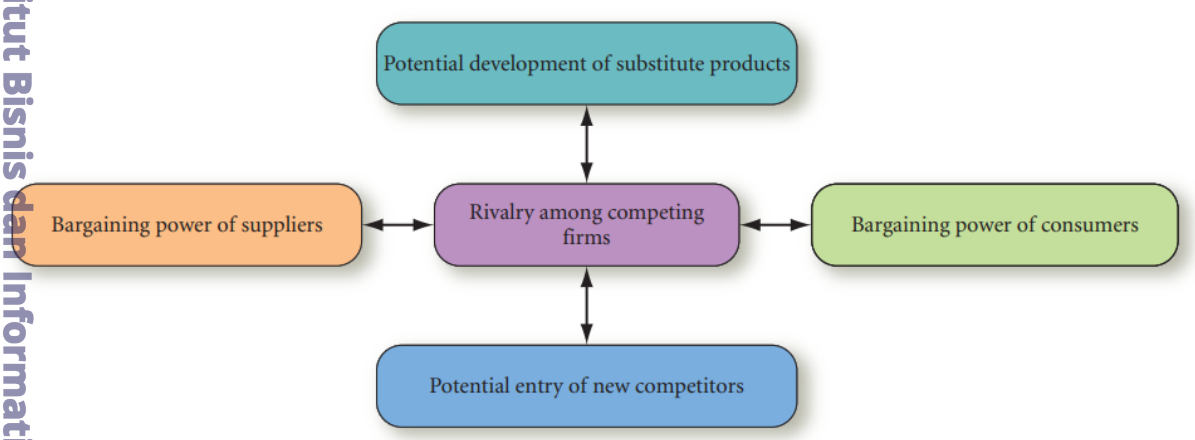
Setiap perusahaan tentunya wajib menaati peraturan yang ada di wilayah tertentu. *Kyushou Ramen Bar* merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman harus mengikuti peraturan seperti standarisasi BPOM dan MUI. Perusahaan harus menaati peraturan yang sudah dibuat sehingga agar tidak menimbulkan masalah di kedepannya.

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

Setiap perusahaan yang ada tentunya harus bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga disebut adanya persaingan, agar dapat memenangkan persaingan maka harus adanya strategi yang bagus. Menurut David (2017:229), kompetitif merupakan pendekatan yang dapat digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di dalam industri. Berikut merupakan analisis *Porter Five Forces Business Model*:

**Gambar 3.2**

**Porter's Five Forces Model**




Sumber: *David and David (2017:229), Strategic Management*

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Larang 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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

a. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Produk pengganti baru memang dapat muncul kapan saja, berbeda bentuk dan dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen, terlebih ketika produk pengganti tersebut memberikan harga yang kompetitif.

Dalam hal ini *Kyushou Ramen Bar* mengetahui akan banyaknya ancaman produk pengganti namun karena *Kyushou Ramen Bar* memiliki rasa yang autentik dan khas sehingga menjadikan keunggulan restoran, maka ancaman tersebut dapat di minimalisir sehingga ancaman produk pengganti tergolong sedang.

b. Daya tawar pemasok

Pemasok merupakan pihak yang sangat penting terutama untuk usaha di bidang *food and beverage* karena mereka dapat mempengaruhi produksi suatu perusahaan. hal tersebut harus diperhatikan oleh perusahaan karena semakin sedikitnya pemasok maka harga bahan baku dari pemasok pastinya meningkat. Sebaliknya semakin banyak pemasok akan mengurangi harga bahan baku agar pemasok dapat memberikan harga yang bersaing. Dengan banyaknya pemasok, perusahaan akan lebih mudah mencari harga bahan baku yang terbaik untuk keperluan produksinya.

c. Daya Tawar Konsumen

*Ramen* merupakan makanan yang cukup banyak digemari ,sehingga menghasilkan banyaknya pesaing. Persaingan mengakibatkan para pesaing untuk memberikan harga terbaik untuk para konsumennya.

Penawaran dari pembeli akan kuat ketika konsumen membeli dalam jumlah banyak, atau ketika pembeli yang ada hanya sedikit sehingga memaksa perusahaan menjual produknya dengan harga yang lebih murah.

*Kyushou Ramen Bar* memberikan beberapa variasi rasa kepada konsumen dan juga berbagai macam hidangan pendamping sehingga konsumen dapat memilih sesuai

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

selera dengan harga yang bersaing sehingga dapat dibilang kekuatan penawaran dari pembeli kuat.

d. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Pesaing baru akan muncul ketika sebuah industri menguntungkan dan hanya sedikit hambatan untuk masuk ke industri tersebut, dengan meningkatnya persaingan maka akan mengurangi keuntungan. Ancaman pendatang baru terhadap *Kyushou Ramen Bar* adalah tinggi karena biaya bahan baku yang diperlukan tidak mahal dan yang membedakan adalah variasi produk dan rasa.

e. Persaingan Antar Perusahaan Saingan

Perusahaan wajib bersaing dengan agresif agar dapat bersaing di insutri yang sangat kompetitif dan memenangkan persaingan pasar, kurangnya strategi akan mengurangi keuntungan yang diperoleh karena banyaknya pesaing. Kompetitor utama Kyushou Ramen Bar adalah *Sai Ramen* dan *RamenYa!* yang sudah berjalan terlebih dahulu ada dan dikenal oleh masyarakat sehingga ini merupakan ancaman. Oleh karena itu *Kyushou Ramen Bar* melakukan inovasi dalam variasi ramen serta suasana makan yang berbeda. Dengan adanya inovasi maka akan meredam ancaman tersebut.

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

Menurut David (2017:36*),"The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position"*, yang artinya adalah *Competitive Profile Matrix* (CPM) mengidentifikasikan pesaing utama sebuah perusahaan serta kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahannya dalam hubungan dengan posisi strategis perusahaan sampel. Penulis menetapkan faktor-faktor kunci keberhasilan suatu usaha yang diperoleh dari respon kuisioner. Berikut adalah *Competitive Profile Matrix*nya:

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Tabel 3.3**

**Bobot Competitive Profile Matrix**

| Faktor | Responden | Bobot |
|---|---|---|
| Harga yang bersaing | 2 | 0,0625 |
| Kualitas makanan | 21 | 0,6563 |
| Layanan | 1 | 0,0313 |
| Ulasan dari pelanggan | 1 | 0,0313 |
| Suasana restoran | 1 | 0,0313 |
| Porsi makanan | 6 | 0,1875 |
| Total | 32 | 1 |

Sumber: Hasil Kuisioner Penulis, 2023

Pada Tabel 3.3 diperlihatkan ada 32 responden dengan bobot tertinggi pada kualitas makanan yaitu 23 responden dan bobot terendah ada pada layanan, ulasan, dan suasana restoran yaitu hanya 1 responden. Dibawah ini merupakan tabel yang menjelaskan mengenai *Competitive Profile Matrix*, di mana *Kyushou Ramen Bar* akan dibandingkan dengan pesaingnya. Berikut perbandingannya:

**Tabel 3.4**

**Competitive Profile Matrix**

| Critical Success Factor | Weight | *Kyushou Ramen Bar* | | *Sai Ramen* | | *RamenYa!* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Rating | Score | Rating | Score | Rating | Score |
| Harga yang bersaing | 0,0625 | 3 | 0,1875 | 3 | 0,1875 | 4 | 0,25 |
| Kualitas makanan | 0,6563 | 3 | 1,96875 | 3 | 1,96875 | 2 | 1,3125 |
| Layanan | 0,0313 | 4 | 0,125 | 3 | 0,09375 | 2 | 0,0625 |
| Ulasan dari pelanggan | 0,0313 | 1 | 0,03125 | 2 | 0,0625 | 3 | 0,0938 |
| Suasana restoran | 0,0313 | 3 | 0,09375 | 4 | 0,125 | 2 | 0,0625 |
| Porsi makanan | 0,1875 | 3 | 0,5625 | 2 | 0,375 | 3 | 0,5625 |
| Total | 1 | | 2,96875 | | 2,8125 | | 2,3438 |

Sumber: Data kuesioner yang diolah

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat dilihat bahwa Kyushou Ramen Bar yang lebih unggul dibandingkan dengan 2 pesaingnya yaitu Sai Ramen dan RamenYa!. Bobot yang terdapat dalam Tabel 3.4 diperoleh dari hasil kuesioner terhadap 32 responden dengan rentang usia rata-rata 21 tahun sampai dengan 25 tahun. Tetapi *Kyushou Ramen Bar* harus tetap konsisten dan terus memperbarui strategi yang akan dipakai sehingga tetap bisa menjaga keunggulan dari para pesaingnya.

### 3.6 Analisis Lingkungan Ekstenal dan Internal

Menurut David (2017:248), Analisis SWOT merupakan analisis strategi dan pilihan untuk menentukan program alternatif yang terbaik yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya.

Analisis lingkungan eksternal dikelompokkan menjadi 2 yaitu peluang dan ancaman, perusahaan harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang mempengaruhi kemampuan menghasilkan laba. Perusahaan juga harus melihat, menelusuri tren dan perkembangan serta semua peluang dan ancaman yang berhubungan dengan bisnisnya.

Analisis lingkungan internal perusahaan dikelompokkan menjadi 2 yaitu kekuatan dan kelemahan, setiap perusahaan harus bisa mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya sehingga perusahaan bisa mengeluarkan semua potensi terbaiknya dan dapat memperbaiki kelemahannya.

Berikut adalah analisis SWOT pada *Kyushou Ramen Bar*:

a. Kekuatan
   1. Harga yang bersaing.
   2. Memiliki pelayanan yang baik.
   3. Kualitas makanan yang terjamin.
   4. Porsi makanan yang cukup banyak.

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

5. Suasana restoran yang nyaman.

b. Kelemahan

1. Merek yang baru dan belum banyak dikenal masyarakat.
2. Belum adanya loyalitas pelanggan.
3. Ulasan dari pelanggan masih kurang karena usaha baru.

c. Peluang

1. Berkembangnya teknologi dapat memudahkan perkembangan bisnis.
2. Tersedianya layanan pembayaran digital untuk mempermudah pembayaran.
3. Pemasok bahan baku yang cukup banyak jumlahnya.

d. Ancaman

1. Selera masyarakat yang cepat berubah.
2. Harga bahan baku yang tidak menentu.
3. Mudahnya muncul pesaing baru.

Menurut David (2017:251), SWOT Matrix adalah alat pencocokan yang penting dalam membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategi, yaitu: SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weakness-Threats*). Berikut SWOT *Matrix* dari Kyushou Ramen Bar:

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

**Tabel 3.5**

**Matrix SWOT Kyushou Ramen Bar**

| ***Internal*** / ***External*** | ***Strength* (S)** | ***Weakness* (W)** |
|---|---|---|
| | 1. Harga yang bersaing.<br>2. Memiliki pelayanan yang baik.<br>3. Kualitas makanan yang terjamin.<br>4. Porsi makanan yang cukup banyak.<br>5. Suasana restoran yang nyaman. | 1. Merek yang baru dan belum banyak dikenal masyarakat.<br>2. Belum adanya loyalitas pelanggan.<br>3. Ulasan dari pelanggan masih kurang karena usaha baru. |
| ***Opportunities* (O)** | **Strategi SO** | **Strategi WO** |
| 1. Berkembangnya teknologi dapat memudahkan perkembangan bisnis.<br>2. Tersedianya layanan pembayaran digital untuk mempermudah pembayaran.<br>3. Pemasok bahan baku yang cukup banyak jumlahnya. | 1) Meningkatkan kualitas pelayanan dengan perkembangan teknologi. (S2,O1)<br>2) Melakukan promosi menarik dengan media sosial. (S1,S2,S3,S4,S5,O1) | 1) Melakukan promosi secara digital menggunakan teknologi.(W1,W3,O1) |
| ***Threat* (T)** | **Strategi ST** | **Strategi WT** |
| 1.Selera masyarakat yang cepat berubah.<br>2.Harga bahan baku tidak menentu.<br>3.Mudahnya muncul pesaing baru. | 1) Memberikan makanan berkualitas dengan pelayanan terbaik untuk memenangkan persaingan. (S3,S5,T3) | 1) Membuat variasi menu baru untuk menarik minat konsumen. (W2,T1) |

Sumber: *Kyushou Ramen Bar*

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie