



BAB III

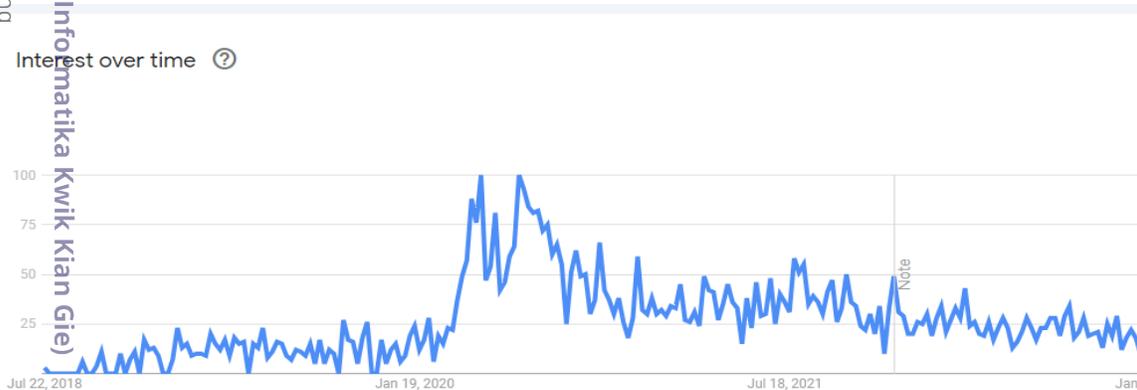
ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

©

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Dessert Box merupakan bagian dari kreasi kue, krim, dan perpaduan berbagai topping yang banyak di gemari oleh masyarakat. Minat masyarakat yang semakin meningkat dikarenakan trend yang sedang berlangsung.

Gambar 3.1
Grafik Neraca Perdagangan Dessert Box Jakarta



Sumber: Google Trends

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaingan pasar hanya dapat di mengerti jika dilihat melalui sudut pandang pasar yang lebih luas terutama dalam pemenuhan dalam pasar yang sama. Dalam hal ini, konsep pasar berfungsi untuk memberikan gambaran pesaing secara actual dan lebih baik. Pada konsep pasar, perusahaan akan bersaing untuk mendatka pasar yang lebih luas. Oleh karena itu,

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



pengetahuan terperinci mengenai karakter pesaing untuk menjadi factor sebagai penentu tingkat pesaing yang dihadapi oleh Cici Barbar.

Dalam menganalisis karakter pesaing, Cici Barbar harus menentukan pri apa yang harus digunakan, tujuannya untuk mencapai target penjualan, serta menjadi power untuk perusahaan.

Strategi ini juga menentukan keberlangsungan perusahaan yang berfungsi untuk menentukan siapa yang menjadi pesaing kunci dalam pasar yang sama. Selain penentuan strategi, diperlukan juga analisis tujuan perusahaan beserta faktor lain seperti ukuran pesaing, pengelolaan usaha pesaing, serta faktor seperti keuangan perusahaan (Kotler et al. 2016)

Analisis beberapa pesaing kunci Cici Barbar akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Ketolicious by Dannie's kitchen merupakan bentuk usaha yang menjual berbagai varian dessert box dan berbagai varian makanan asin.

- a. Harga yang ditawarkan oleh Ketolicious by Dannie's kitchen jangkauan Rp 25.000 – Rp 390.000 dengan harga berbasis kompetitif
- b. Lokasi Ketolicious by Dannie's kitchen berada di daerah Pondok Gede, dan penjualannya khusus di daerah JABODETABEK
- c. Promotion Ketolicious by Dannie's kitchen melalui Instagram ads, gofood.

2. Kuker Hut House of Dessert, bojong Kulur merupakan bentuk usaha yang menjual berbagai macam dessert box dan berbagai varian makanan manis lainnya.

- a. Harga yang ditawarkan Vanila Cake Dessert Box jangkauan Rp 20.000 – 60.000 dengan harga berbasis kompetitif
- b. Kuker Hut House of Dessert berada di daerah Bojong Kulur Bekasi
- c. Promotion Kuker Hut House of Dessert menggunakan Instagram ads, gofood, grabfood.



Analisis terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing kunci penting untuk dilakukan, dalam menganalisis kekuatan dan kelemahan pangsa pasar atau target yang ingin dicapai oleh pesaing, pangsa pikiran, dan pangsa hati atau gambaran dari penawaran pesaing dalam bentuk konsumen (Kotler et al, 2016) dapat ditentukan. Analisis kekuatan dan kelemahan pesaing kunci dijabarkan melalui tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1
Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
1. Ketolicious by Dannie's Kitchen	1. Citra perusahaan yang sudah terbentuk. 2. Basis pelanggan lebih besar.	1. Harga yang lebih mahal.
2. Kukur Hut House of Dessert, Bojong Kulur	1. Menjual produk selain <i>Dessert Box</i> . 2. Basis pelanggan lebih besar. 3. Media sosial lebih representative	1. Pangsa pasar masih lokal.

Sumber: Hasil Observasi Instagram Pesaing

C Analisis PESTEL

Dalam menjalankan operasional usaha, terdapat lingkungan yang mempengaruhi jalannya kegiatan usaha baik dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Untuk menganalisis dampak dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap usaha digunakan analisis PESTEL. Analisis PESTEL merupakan analisis yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan lingkungan tempat sebuah perusahaan beroperasi (Abdullah, 2009) Analisis PESTEL Cici Baarbar akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Politik (*Politic*)

Indonesia merupakan negara demokrasi sekaligus negara hukum. Salah satu ciri negara demokrasi adalah kedaulatan yang berada di tangan rakyat. Pemerintah sebagai penguasa

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian dari tulisan ini tanpa mengemukakan sumber.
 2. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



dan pembuatan kebijakan atau regulator. Adanya dukungan dari penguasa serta regulator terhadap UMKM dengan disediakannya berbagai kebijakan yang memberikan kemudahan perizinan serta insentif dan bantuan usaha memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan usaha.

Cici Barbar sangat mematuhi peraturan yang dibuat oleh pemerintah, faktor yang harus diperhatikan yaitu kebijakan pemerintah, kebijakan pajak dan lainnya. Peraturan lain yang dimaksud yaitu kebersihan tempat operasional, standar untuk menyimpan produk dan persyaratan untuk pekerja di bisnis kuliner.

2. Faktor Ekonomi (*Economy*)

Seiring berkembangnya usaha Cici Barbar tidak lepas dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Faktor tersebut merupakan daya ukur untuk mengetahui daya beli masyarakat untuk membeli produk Cici Barbar. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia triwulan III-2022 terhadap triwulan III-2021 mengalami pertumbuhan sebesar 5,72 persen (y-on-y). Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 25,81 persen. Dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang dan Jasa mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 21,64 persen.

Sumber: www.bps.go.id

3. Faktor Sosial (*Social*)

Mengonsumsi *Dessert Box* akan menghilang rasa suntuk dan penat sehingga setelah mengonsumsi *Dessert Box* membuat *mood* kita menjadi lebih senang. Faktor sosial lainnya, yakni meningkatnya minat banyak orang di masyarakat terutama kaum milenial yang menyukai makanan manis yang berpengaruh dengan bertambahnya segmen dan target konsumen yang dilayani oleh Cici Barbar.



4. Faktor Teknologi (*Technology*)

Evolusi dan inovasi teknologi memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan operasional suatu usaha. Penerapan Teknologi diterapkan pada proses promosi atau pemasaran kepada pelanggan Cici Barbar menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memasarkan dan menggunakan media sosial sebagai sarana menerima pemesanan pelanggan, kemudian untuk teknologi pembayaran, Cici Barbar menggunakan aplikasi seperti M-banking untuk memudahkan pelanggan dalam bertransaksi.

5. Faktor Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan yang mempengaruhi operasional Cici Barbar saat ini adalah pandemi COVID-19 yang masih berlangsung, munculnya pandemi menyebabkan banyak ketidakpastian dalam berbagai bidang kuliner, hal ini menjadi ancaman yang akan datang dalam jalannya usaha. Kondisi pandemi COVID-19 membawa kemajuan pesat dalam penggunaan teknologi yang membuat semua orang membeli makanan secara online.

6. Faktor Hukum (*Legal*)

Faktor legal adalah peraturan yang diwajibkan pemerintah bagi suatu usaha. Legalitas adalah suatu kebutuhan untuk mencegah terjadinya hal - hal yang tidak diinginkan selama usaha beroperasi. Legalitas yang dibutuhkan adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) untuk memenuhi syarat terbentuknya suatu 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 IBKKG.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Gambar 3.2 Nomor Induk Berusaha (NIB) Cici Barbar



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2010210014274

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : SILVI MELYANTI |
| 2. Alamat Usaha | : JL. WIBAWA MUKTI NO.63 KP. KEBANTENAN, Desa/Kelurahan Jatiasih,
Kec. Jatiasih, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +6281231718187 |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU) | : silvimelyan61201@gmail.com |
| 5. Skala Usaha | : Lihat Lampiran |
| | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Import (API-P), hak akses kepabeanan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai persetujuan penggunaan tanda Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Sertifikat Halal (SH).

Ditetapkan di Jakarta, tanggal: 20 Oktober 2021

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 21 Januari 2022

Sumber: Data Diolah, 2023

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 Dilindungi Undang-Undang

Gambar 3.3
Izin Usaha Mikro (UMKM) Cici Barbar



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2010210014274

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha	
					Jenis	Legalitas
1	472	Perdagangan Eceran Roti, Kue Kering, serta Kue Basah dan Sejenisnya	J. Wibawa Mukti No.53 Kp. Kebantenan, Desa/Kelurahan Jalisih, Kec. Jalisih, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat Kode Pos: 17423	Rendah	NIB	Untuk persiapan, operasional, dan/atau komersial kegiatan usaha

- Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
- Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
- Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 3.2
Identifikasi PESTEL

No	Political	Economic	Social	Technology	Environment	Legal, Law, Regulation
1.	Dukungan pemerintah dalam	Kenaikan PDRB per kapita.	Meningkatnya minat masyarakat	Kemajuan teknologi yang	Perubahan metode pembelian	Kemudahan perizinan

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

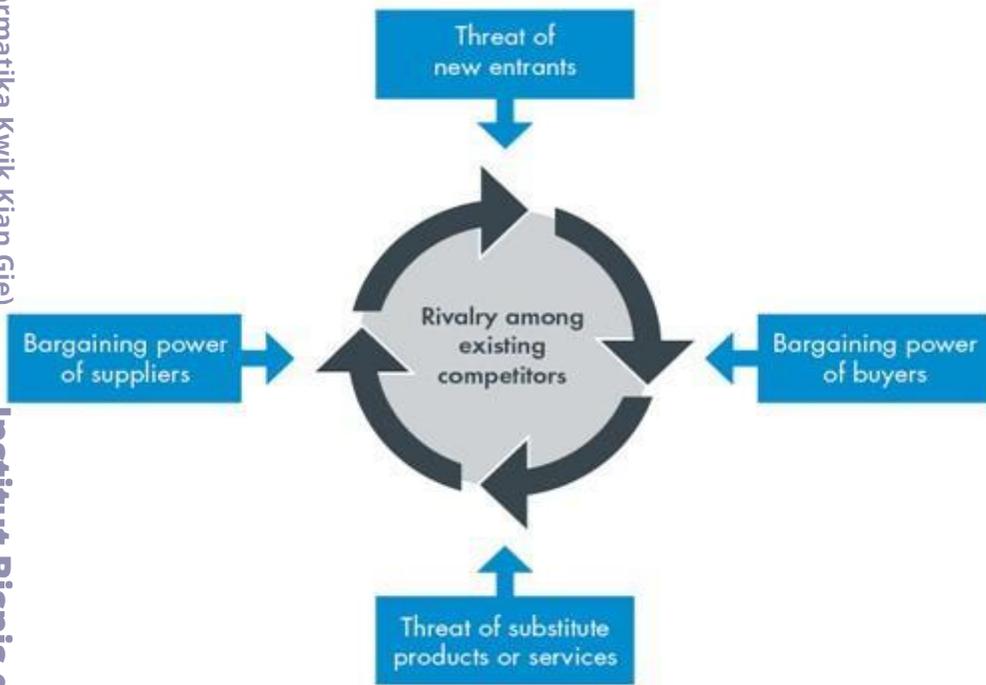


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	mendukung UMKM terutama dalam bidang makanan dan minuman.		yang bosan akibat harus melakukan aktivitas dari rumah.	mendorong kegiatan operasional.	akibat pandemi sehingga eksposur dan variasi pasar meningkat.	usaha (NIB & IUMK).
		Tingkat inflasi yang berfluktuasi.				Pengenaan pajak penghasilan terhadap omzet.

Sumber : Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal

D Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter Five Force Model*)

Gambar 3.4
Komponen Kekuatan Persaingan Model Porter



Sumber: sis.binus.ac.id

Lingkungan industri merupakan aspek yang penting untuk melakukan analisis dan mengidentifikasi pesaing untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, dan



tujuan yang dimiliki oleh pesaing demi keberhasilan strategi dan tujuan yang telah ditetapkan usaha.

Menurut Hitt, et. al. (2001) serangkaian faktor-faktor ancaman dari pelaku bisnis baru, supplier, pembeli, produk pengganti, dan intensitas persaingan diantara para pesaing yang secara langsung mempengaruhi perusahaan dan tindakan serta tanggapan kompetitifnya.

Untuk menganalisis lima kekuatan persaingan pokok tersebut serta untuk menganalisis pengaruh lingkungan industri terhadap suatu usaha, maka Michael Porter mengembangkan permodelan 5 kekuatan Porter (Porter 5 Forces Model). Analisis lima kekuatan persaingan model porter dari Cici Barbar akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*)

Intensitas persaingan semakin tinggi saat pesaing baru dapat memasuki suatu pasar atau industri dengan mudah. Pasar kuliner dengan sangat mudah untuk dimasuki oleh pendatang atau pesaing baru. Modal untuk memulai usaha yang kecil, dapat dengan mudah untuk melakukan proses produksi berskala kecil untuk masuk ke dalam dunia kuliner.

2. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok dapat mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok yang berada di pasar, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan baku yang berkualitas baik. Pemasok memiliki kepentingan untung mendapatkan keuntungan jangka panjang dengan cara saling membantu dengan menetapkan harga jual yang wajar. Kualitas yang baik, pengembangan layanan baru, pengiriman yang tepat waktu, dan biaya persediaan yang rendah. Dalam menjalankan usahanya, Cici Barbar tidak memiliki ketergantungan maupun kemitraan dengan salah satu pemasok.



Cici Barbar membeli kebutuhan bahan baku seperti tepung terigu, *Cream Cheese*, *Whipped Cream*, dan sebagainya secara online atau melalui sesama penjual yang nawarkan bahan baku yang terjamin berkualitas. Jumlah pemasok yang cukup banyak membuat Cici Barbar memiliki alternatif untuk berganti pemasok dengan dasar penawaran harga jual bahan baku yang lebih murah antara pemasok-pemasok yang ada. Hal ini membuat daya tawar pemasok tidak terlalu berpengaruh terhadap kelangsungan usaha Cici Barbar.

3. Daya Tawar Konsumen

Daya Tawar Konsumen adalah aspek kekuatan yang paling penting dan sangat mempengaruhi keunggulan Cici Barbar. Konsumen Cici Barbar merupakan individu yang menggemari makanan manis yang membeli dessert box secara online.

4. Ancaman Produk Pengganti

Tekanan persaingan yang berasal dari produk pengganti memiliki pengaruh yang cukup besar terlebih ketika pesaing berusaha untuk memperluas kapasitas produksi dan penetrasi pasar. Produk pengganti dalam industri makanan penutup seperti es krim atau donut merupakan produk pengganti makanan penutup yang memiliki potensi menggantikan *Dessert Box*, karena lebih murah secara harga dan mudah ditemukan dimana saja serta proses pembuatan yang lebih mudah.

5. Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Persaingan antar perusahaan saingan merupakan kekuatan yang paling berpengaruh dari lima kekuatan kompetitif strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan akan berhasil sejauh strategi tersebut memiliki kekuatan kompetitif atas strategi oleh suatu perusahaan sering ditanggapi dengan langkah balasan dari pesaing, seperti: peningkatan kualitas barang,



penurunan harga, dan penyediaan layanan. Persaingan dalam penjualan dessert box akan semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan meningkatnya jumlah kelompok yang berada di lingkungan sekitar. Sekarang ini banyak kelompok pesaing baru bermunculan di lingkungan sekitar dan naiknya bahan baku yang berkualitas dan harga yang terjangkau.

Analisis Faktor - Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan sebuah alat manajemen strategi yang tepat dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dalam hubungannya dengan posisi strategis produk atau jasa yang ditawarkan. Matrix dapat membantu perusahaan dalam membandingkan keunggulan tiap perusahaan. analisis CPM menggunakan sistem bobot dan rating pada setiap faktor yang merupakan kunci yang paling penting bagi kesuksesan perusahaan, kemudian rating digunakan untuk menggambarkan kondisi strategi perusahaan terhadap pesaing lainnya.

Kunci strategis adalah sebuah faktor yang menjadi acuan untuk dapat meningkatkan keuntungan dari kelebihan yang perusahaan agar daya saing perusahaan dapat meningkat dan tujuan perusahaan dapat tercapai. berikut ini adalah penelitian faktor strategis yang akan digunakan Cici Barbar dalam perbandingan kekuatan dan kelemahan dengan pesaing, sebagai berikut:

Tabel 3.3
CPM Cici Barbar

Critical Success Factors	Weight	Cici Barbar		Ketolicious by Dannie's kitchen		Kuker hut House of Dessert, Bojong Kulur	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Responsiveness	0,16	4	0,64	3	0,48	3	0,48
Harga	0,16	4	0,64	3	0,48	3	0,48
Mutu Pelayanan	0,16	3	0,48	2	0,32	3	0,48

Hak Cipta Dilindungi
Undang-Undang
No. 11 Tahun 2002
tentang Informasi dan Komunikasi Elektronik
Pasal 60
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.



Varian Produk	0,16	4	0,64	2	0,32	3	0,48
Citra Merek	0,18	2	0,36	4	0,72	3	0,48
Promosi	0,17	4	0,68	2	0,34	3	0,54
Total	1,00		3,4		2,7		3,0

Sumber: Hasil Survey, 2023

F Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT merupakan metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. Analisis SWOT digunakan untuk menentukan kekuatan dan peluang yang dapat digunakan untuk meningkatkan kelebihan perusahaan serta kelemahan dan ancaman yang dapat ditingkatkan dikemudian hari. Beberapa strategi yang dapat dirumuskan melalui analisis SWOT, yakni:

1. Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi perusahaan untuk menggunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dihadapi perusahaan.

2. Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi perusahaan untuk memperbaiki kelemahan dalam internal perusahaan dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal yang tersedia.

3. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang digunakan perusahaan saat perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

4. Strategi WT



Strategi WT merupakan strategi taktik bertahan (defensif) yang bertujuan untuk meminimalisir kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan.

Berdasarkan analisis pesaing, analisis PESTEL, analisis lima kekuatan persaingan model porter (*Porter Five Force Model*), dan analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Cici Barbar memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dijabarkan sebagai berikut :

Identifikasi faktor-faktor internal yang didalamnya terkandung kekuatan dan kelemahan perusahaan digunakan untuk Menyusun matriks internal Faktor Evaluation (IFE). Aspek-aspek yang ditinjau untuk mengidentifikasi faktor internal meliputi aspek Management, *Marketing*, *Finance/Accounting*, *Research And Development*, dan *Production/Operation*.

1. Kekuatan

Kekuatan merupakan poin positif yang dimiliki oleh Perusahaan. Kekuatan tersebut berupa inovasi produk, loyalitas konsumen dan sebagainya. Apabila sebuah Perusahaan yang unggul dibandingkan Perusahaan lain maka akan menjadi ancaman untuk para pesaing.

2. Kelemahan

- Merek yang belum banyak dikenal oleh orang
- Citra usaha yang baru dibentuk

3. Peluang

- Kenaikan pangsa pasar dan nilai penjualan.
- Mendapat dukungan dari pemerintah untuk UMKM.

4. Ancaman

- Perubahan strategi dari para pesaing, sehingga mampu mengancam posisi perusahaan di pasaran.

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 IBKKG.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



b. Kurangnya minat perbankan untuk membiayai industri yang telah ditekuni oleh perusahaan.

c. Perkembangan teknologi diluar batas kemampuan perusahaan yang mana di sini terlalu cepat di pasaran, sehingga dapat menyebabkan perusahaan nantinya terlambat dalam mengadopsi.

Identifikasi faktor-faktor internal yang didalamnya terkandung kekuatan dan kelemahan perusahaan digunakan untuk menyusun matriks Internal Factor Evaluation (IFE). Aspek-aspek yang ditinjau untuk mengidentifikasi faktor internal meliputi aspek Management, Marketing, Finance/Accounting, Production/Operation, dan Research & Development.

Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Cici Barbar dijabarkan melalui tabel 3.3 dibawah ini:

Tabel 3.4
Matriks S.W.O.T Cici Barbar

Internal	Kekuatan (Strength) 1. Responsiveness terhadap pelanggan. 2. Harga yang ditawarkan terjangkau. 3. Layanan pelanggan yang baik. 4. Variasi produk yang ditawarkan. 5. Promosi yang menarik untuk menarik perhatian konsumen.	Kelemahan (Weakness) 1. Citra usaha yang baru terbentuk.
Eksternal		
Peluang (Opportunity) 1. Dapat dijual kapan saja.	Strategi SO 1. Mempertahankan harga & kualitas. 2. Membuka cabang & meningkatkan produksi.	Strategi WO 1. Peningkatan kualitas produk. 2. Membuat varian rasa yang unik dan mempunyai ciri khas

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.

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



Ancaman (Threats) <ol style="list-style-type: none">1. Pendetang/pesaing yang semakin bertambah.2. Konsumen mudah bosan.3. Perubahan strategi pesaing.4. Sumber pendanaan relatif sulit.	Strategi ST <ol style="list-style-type: none">1. Menambahkan sertifikat BPOM & halal.2. Memberikan kemasan yang steril dan menarik.	Strategi WT <ol style="list-style-type: none">1. Meminimalisir adanya produk yang rusak atau berkualitas buruk.
--	---	--

Sumber: Analisis CPM