

BAB III

ANALISIS INDUSTRI PESAING

Analisis Industri pesaing merupakan sebuah kunci untuk memenangkan persaingan di dalam sebuah pasar. Tujuan dibuatnya analisis bisnis agar bisa mengetahui gambaran-gambaran yang terjadi pada industri pesaing saat ini serta bisa melihat perkembangan industri yang bisa dijadikan peluang bisnis.

A. Trend dan Perubahan Industri

industri makanan dan minuman merupakan merupakan industri yang tidak pernah mati, dalam artian selalu dibutuhkan oleh masyarakat luas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari nya. di Indonesia sendiri banyak sekali UMKM yang bermunculan di bidang makanan dan minuman. Ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia gemar berbisnis di bidang kuliner terlebih lagi di bidang makanan ringan atau snack.

Pada Grafik UMKM Makanan dan minuman dibawah dalam 3 tahun terakhir menunjukan setiap tahun terjadi lonjakan yang signifikan minat dalam berbisnis makanan dan minuman. Badan pusat statistic (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konsta (ADHK) dari industry makanan dan minuman sebesar Rp. 209,51 triliun pada kuartal II/2023. Nilai tersebut naik 4,62% dibandingkan dengan priode yang sama pada tahun sebelumnya *year of year* sebesar Rp. 200,30 triliun.



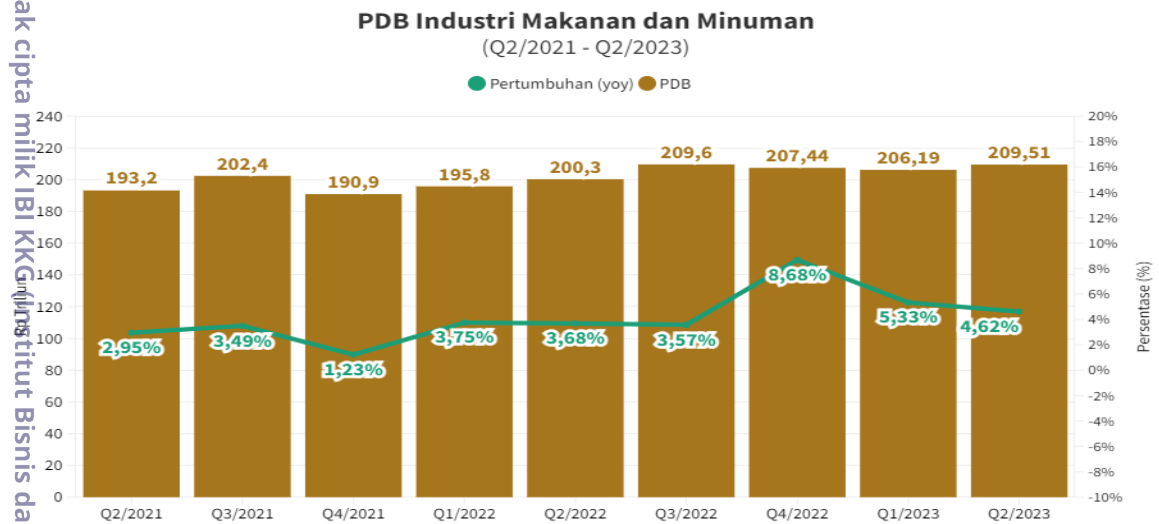
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

Gambar 3.1

Grafik PDB Industri makanan dan minuman



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Pertumbuhan industry makanan dan minuman merupakan terbesar ke empat dibandingkan subsektor industri lainnya sisinya di bawah industri alat angkutan, logam dasar, dan elektronika yang masing-masing tumbuh 9,66% (yoy), 11,49 (yoy), dan 17,32% (yoy). Meski demikian, pertumbuhan industri mamin mengalami perlambatan pada kuartal II/2023. Hal tersebut melanjutkan tren yang terjadi pada kuartal sebelumnya.



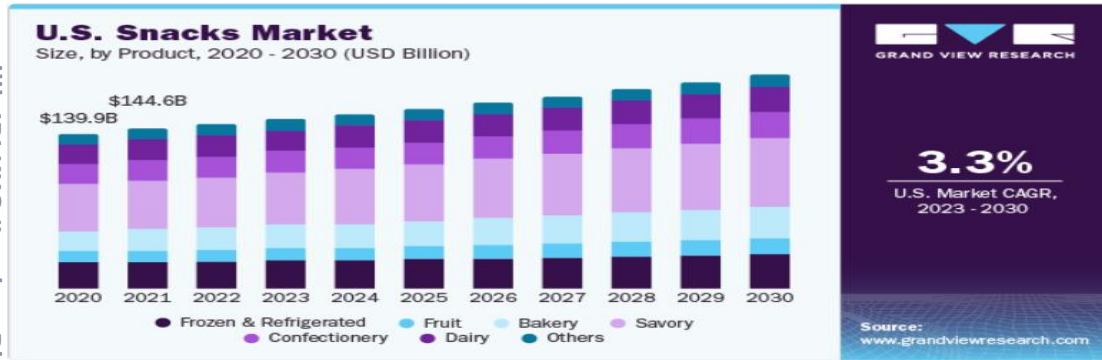
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Gambar 3.2

Grafik Ukuran Pasar Makanan Ringan



Sumber : *grandviewresearch us snacks market*

Ukuran pasar makanan ringan global diperkirakan mencapai USD 1,483.14 miliar pada tahun 2022 dan diperkirakan akan tumbuh pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 2,8% dari tahun 2023 hingga 2030. Meningkatnya permintaan akan pilihan makanan yang mudah dibawa dan mudah dibawa, didorong oleh perubahan gaya hidup dan jadwal yang sibuk, telah menjadi pendorong yang signifikan.

Berdasarkan Hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa berbisnis di bidang makanan ringan merupakan sebuah peluang yang sangat besar. Terlebih lagi di era sekarang manusia telah di dominasi oleh berbagai kesibukan makaan ringan telah berkembang melampaui peran konvensional sebagai makanan ringan di antara waktu makan, dengan camilan kini berfungsi sebagai pengganti makanan, penambah energi, dan camilan sosial selama pertemuan dan acara. Pergeseran waktu ngemil ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan industri makanan ringan secara keseluruhan. Perubahan gaya hidup dan jadwal sibuk konsumen telah mendorong mereka untuk mencari pilihan yang nyaman yang dapat memuaskan rasa lapar dan

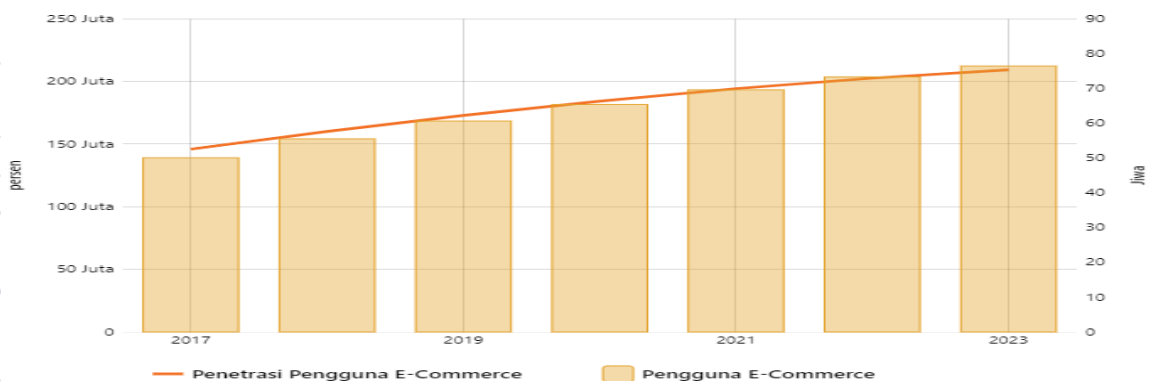
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



kebutuhan nutrisi mereka, sehingga menyebabkan munculnya makanan ringan sebagai pengganti makanan. Selain itu, camilan telah menjadi pilihan utama untuk meningkatkan energi dengan cepat sepanjang hari.

Gambar 3.3

Grafik Trend Pengguna E-commerce



Sumber : *Databooks.com*

Jawara Ngemil memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk melakukan aktivitas penjualan online. Grafik tren pengguna e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir, seperti terlihat pada Gambar 3.3 di atas. Pertumbuhan diperkirakan akan terus berlanjut pada tahun-tahun berikutnya.

Statista mencatat jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun lalu. Tahun ini diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna dan 212,2 juta pada 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



B. Analisis Pesaing

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis pesaing adalah analisis hal yang dilakukan untuk mengetahui apa saja yang ada pada bisnis pesaing baik dari segi kemampuan. Strategi, dan taktik yang dilakukan pesaing untuk memenangkan pasar di lapangan. Di dalam sebuah bisnis yang namanya persaingan merupakan sesuatu yang sudah biasa, dengan adanya pesaing maka sebuah bisnis dapat berkembang lebih besar lagi karena termotivasi. Oleh karena sangat penting untuk melakukan analisa bisnis pesaing.

Jawara Ngemil memiliki 4 pesaing yang menurut penulis perkembangan nya jauh lebih besar dari pada pesaing lainnya di dalam bidang yang sama baik dari segi harga, kualitas, saluran distribusi. hal ini dapat mengetahui kelemahan dan keunggulan produk pesaing. Berdasarkan analisa Jawara Ngemil yang telah didapatkan dari berbagai sumber berikut ditetapkan ada 5 pesaing potensial yang menawarkan produk yang sama dibidang snack dengan Jawara Ngemil. Berikut ini merupakan daftar para pesaing yang terbaik, masing-masing memiliki keunggulan dan kekurangan nya sebagai berikut :

Tabel 3.1

Identifikasi Keunggulan Dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Raja Ngemil	- Produk kualitas bagus, varian rasa banyak. - Cemilan yang dibuat sangat enak. - Promosi toko secara rutin di media sosial	- Produk yang dijual varian produk nya sedikit. - Terlalu terpaku terhadap produk unggulan dari pada mengembangkan produk lainnya.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Win Snack	- Produk yang dijual sangat banyak varian nya - Harga nya juga relatif murah	- Kurang nya media promosi
Maichik	- Produk dalam kemasan sangat banyak sehingga Pelanggan mereka kebanyakan sangat senang berbelanja disana.	- Varian produk sangat terbatas. - Varian rasa sedikit.
Sipetek	- Produk memiliki kualitas yang bagus - Varian produk yang banyak - Kemasan yang simple	- Rasa Kurang menonjol - Pemesanan hanya melalui satu platform online yaitu Whatsapp

Sumber : Diolah Jawara Ngemil

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, Hukum) merupakan konsep dalam manajemen strategis. Konsep ini digunakan sebagai alat untuk memonitor lingkungan di mana sebuah perusahaan beroperasi atau merencanakan peluncuran produk dan layanan baru, serta untuk mengantisipasi situasi makro yang dapat mempengaruhi kondisi perusahaan. PESTEL adalah singkatan yang terbentuk dari beberapa kata sehingga memudahkan penggunaannya. Penerapan analisis PESTEL dapat memberikan pandangan baru tentang aspek-aspek makro dari berbagai sudut pandang yang ingin diperiksa oleh sebuah bisnis saat mengembangkan ide atau rencana tertentu. Analisis ini menyediakan wawasan tentang faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi organisasi. Oleh karena itu, analisis PESTEL sangat sesuai untuk bisnis yang baru berkembang agar dapat menjadi lebih baik di masa depan. Berdasarkan penjelasan Identifikasi PESTEL dapat dijelaskan sebagai berikut dan akan diberikan tingkat peluang berbisnis makanan ringan di setiap poin pestel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBKKG (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 IBKKG.

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



1. Politik (*politics*) Rendah

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pergerakan politik di Indonesia sangat berpengaruh besar terhadap kelangsungan bisnis umkm di Indonesia. Karena dengan pergerakan politik bisa menentukan apakah dapat membantu kelangsungan bisnis atau menghambat pertumbuhan bisnis. Pengetahuan seperti ini sangat penting bagi pelaku bisnis untuk menganalisis lebih dalam demi kelangsungan sebuah tujuan usaha dan daya beli konsumen.

pemerintah Indonesia juga menerapkan kebijakan terbaru terkait kenaikan pajak umkm yang semula sebesar 0,5% menjadi 5-35% namun ini berlaku setelah 7 tahun untuk wp orang pribadi, sedangkan ketentuan paling lama 4 tahun untuk WP badan berbentuk Cv, firma, dan pemerintah juga memberikan kemudahan perizinan usaha yang dapat dilakukan secara online melalui online single submission dan biaya sertifikasi halal untuk umkm juga di tanggung sepenuhnya oleh pemerintah.

Selain Kondisi politik mengenai pemilu ada juga permasalahan lain yang datang ke negara Indonesia yaitu, banyaknya produk china yang masuk ke negara Indonesia, dengan harga yang sangat murah, baik produk berupa pakaian, domestic, makanan dan lain sebagainya yang berasal dari china. Faktor seperti ini merupakan ancaman bagi pelaku usaha di Indonesia khususnya umkm yang bisa tersingkirkan secara perlahan dikarenakan produk-produk dari china.

Kesimpulan nya berbisnis makanan ringan seperti Jawara Ngemil tetap tergolong berpeluang tinggi dan bisa dilaksanakan untuk mewujudkan usaha ini. Untuk produk-produk china , pemerintah akan melakukan penerapan bea masuk, penerapan anti dumping sebagai salah satu senjata untuk mencegah membanjir nya barang impor dari

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.



china dan juga melakukan upaya *safeguard*. Dan untuk solusi kebijakan pemerintah mengenai pajak, bahwa jika Wajib pajak sampai dengan akhir masa berlakunya, masih memiliki peredaran bruto tidak melebihi Rp4,8 Miliar , Wajib pajak tersebut boleh menghitung penghasilan netto dengan menggunakan Norma Penghitungan penghasilan netto dan ptkp.

2. Ekonomi (*economic*) Rendah

Dari sektor ekonomi ada poin-poin faktor yang dapat mempengaruhi perekonomian negara yaitu dari suku bunga indonesia , inflasi, pertumbuhan ekonomi dan standar nilai tukar mata uang. Pertumbuhan ekonomi meningkat menurut penulis dikarenakan adanya permintaan pasar yang besar, ketika permintaan barang dan jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan masyarakat maka terjadilah kenaikan ekonomi yang signifikan. Jika inflasi naik maka seluruh bahan pokok masyarakat juga ikut naik.

Untuk pertumbuhan ekonomi indonesia mencatat pertumbuhan positif sepanjang 2023, menunjukkan ketahanan yang kuat di tengah berbagai dinamika global.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia mampu bertahan diatas 5% sepanjang 7 kuartal beruntun pada kuartal-III 2023. Tidak hanya itu , pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal-III Terhitung berada di posisi ke 4 dari negara yang tergabung dalam forum internasional G20. Hal ini menunjukkan perekonomian Indonesia mampu resilient di tengah ancaman resesi akibat suku bunga, ketegangan geopolitik global, dan berbagai ancaman lainnya.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

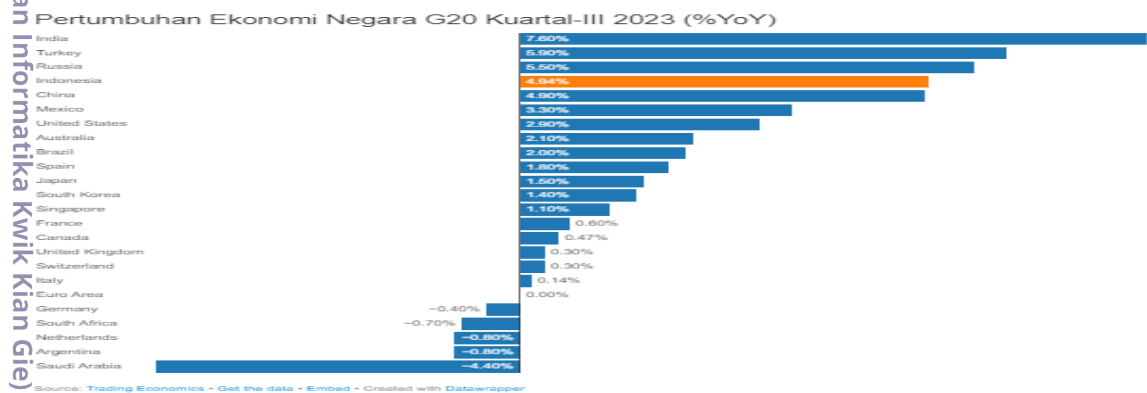
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. Sektor UMKM yang terbukti mampu menyerap jumlah tenaga kerja yang besar juga merupakan solusi untuk mengurangi jumlah pengangguran. Tren positif ini yang perlu terus dijaga pertumbuhannya agar sektor UMKM dalam skala yang besar mampu mengatasi masalah pengangguran di Indonesia.

Gambar 3.4

Pertumbuhan Ekonomi Negara G40



Sumber : cnbcindonesia pertumbuhan ekonomi 2023

Pada era Revolusi industri 4.0 perekonomian negara Indonesia meningkat secara pesat karena adanya faktor teknologi digital yang mampu mempermudah pekerjaan manusia, sehingga di era revolusi 4.0 banyak sekali membuka peluang bagi umkm dan kewirausahaan meningkat dengan pesat, sehingga memberikan dampak pengaruh pada kewirausahaan demi kemandirian ekonomi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



Oleh karena itu kesimpulan nya tujuan membuka usaha Jawara Ngemil adalah

turut serta untuk membantu perekonomian Indonesia dengan cara membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang luas. Terlebih lagi pada era revolusi 4.0 yang bisa memajukan bisnis dengan cepat berdasarkan teknologi yang bermuculan di era revolusi 4.0. penulis akan terus mendorong usaha Jawara Ngemil menjadi usaha yang memiliki prospek yang besar.

3. Sosial (*social*) Rendah

Faktor *social* sangat luas baik budaya, pergaulan, dan kegiatan aktivitas antar masyarakat. Tentu faktor Sosial sangat erat kaitan nya dengan bisnis. Sosial mampu mempengaruhi pola pikir, pola sikap dan pola tindak seseorang dalam segala aspek kondisi. Kunci dari aspek sosial ini merupakan gaya hidup dan trend yang selalu mengikuti zaman.

Bisnis di bidang makanan sangat berkaitan erat dengan faktor sosial karena setiap tahun akan ada pertumbuhan penduduk, perubahan gaya hidup, perubahan selera masyarakat yang terjadi dikarenakan perubahan zaman. Solusi untuk permasalahan yang terjadi seperti ini adalah dengan melakukan inovasi terhadap produk sehingga bisnis dapat bertahan dari tahun ke tahun.

Kesimpulannya Jawara Ngemil akan selaku melakukan *innovation* terhadap produk yang dibuat dan selalu memperhatikan faktor perkembangan trend masa agar bisnis Jawara ngemil tetap bisa beradaptasi setiap perubahan trend.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



4. Teknologi (*technology*) Rendah

Pada era Revolusi 4.0 banyak sekali teknologi baru dan canggih yang mampu membantu menyelesaikan kegiatan manusia dan segala aktivitas yang dilakukan setiap harinya, bahkan bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cepat. Teknologi memiliki banyak jenis dan masing-masing teknologi dibuat khusus untuk membantuk kegiatan aktivitas manusia.

Teknologi yang sangat trend saat ini adalah teknologi gadget dan internet yang bisa dibawa kemana saja dan sangat berperan penting didalam kehidupan manusia dan media sosial sangat berkembang pesat di ruang lingkup internet maka tidak heran banyak sekali berbagai jenis media sosial seperti tiktok, facebook, Instagram dan ada juga *marketplace* seperti shoppe, lazada, tokopedia inilah bentuk yang terjadi di industri 4.0 dengan kemajuan digitalisasi.

Para pembisnis di era sekarang sangat gemar berbisnis secara *online* dan melakukan kegiatan secara digitalisasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada , contoh seperti dalam menjangkau konsumen dan berhubungan dengan konsumen sudah cukup dengan media sosial.

Jawara Ngemil yakin dengan adanya kemajuan teknologi yang terjadi penulis akan memanfaatkan teknologi yang ada untuk memajukan usaha jawara ngemil menjadi lebih luas lagi dari segi jangkauan pangsa pasar dengan memanfaatkan *social media* dan *marketplace* sebagai media berjualan, karena jawara ngemil segala kegiatan nya dilakukan secara online.

© 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 IBI KKG.

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



5. Lingkungan (*environment*)

Sebagai seorang pembisnis factor lingkungan merupakan hal yang terpenting yang harus dipikirkan untuk tidak merugikan pihak lain yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Banyak pelaku bisnis yang menghiarukan hal kecil seperti ini oleh karena itu banyak perusahaan di Indonesia yang warga sekitarnya melakukan berbagai aksi yang dapat merugikan perusahaan.

Bisnis yang dilakukan Jawara Ngemil bergerak pada bidang makanan, yang berlokasi di Jakarta barat dari kebun jeruk, jawara ngemil udah siap untuk mengantisipasi sampah hasil produksi usaha yang dapat mencemarkan lingkungan, karena bagaimana pun juga kegiatan produksi jawara ngemil akan berpengaruh pada *factor* lingkungan sekitar perusahaan terkait pencemaran udara, karena aktivitas utama jawara ngemil adalah goreng menggoreng.

Untuk menunjukkan keseriusan usaha Jawara Ngemil dalam mendukung peduli lingkungan, semua kemasan Jawara Ngemil dapat diuraikan dengan cepat, dan jawara ngemil juga akan memasang alat penyaring udara di ruang produksi bertujuan untuk agar udara yang akan dibuang keluar tidak dapat mencemari lingkungan sekitar.

6. Hukum Legal (*Law*)

Faktor hukum merupakan aspek yang penting bagi setiap pengusaha sebelum memulai operasi bisnisnya. Aspek ini mencakup legalitas yang diperlukan untuk mendirikan dan menjalankan usaha secara lancar. Legalitas yang dibutuhkan termasuk dokumen seperti Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



(SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) untuk pemilik usaha, dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) adalah dokumen legalitas yang diberikan kepada individu atau pelaku usaha untuk operasi bisnis mikro dan kecil. IUMK bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan mendukung pengembangan usaha bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK). Persyaratan untuk memperoleh IUMK meliputi hal-hal berikut: Jawa Ngemil telah mematuhi peraturan pemerintah terkait operasi bisnisnya. Jawa Ngemil termasuk dalam kategori usaha kecil yang harus mematuhi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai kriteria usaha dan telah mendaftar Nomor Induk Berusaha (NIB). Dalam konteks setiap jenis usaha, terutama UMKM, proses perizinan menjadi lebih mudah, sehingga dengan situasi politik saat ini di Indonesia, masalah perijinan bisnis tidak akan menjadi hambatan dalam mendirikan bisnis di industri makanan dan minuman di masa depan.

Jawa Ngemil akan selalu mentaati undang – undang no 20 tahun 2008 mengenai jenis kriteria usaha. dan Jawa Ngemil juga telah mendaftar NIB (Nomor induk berusaha). Jawa Ngemil juga merupakan usaha kecil. Dalam setiap bentuk usaha khususnya UMKM pemerintah memberikan akses kemudahan dalam mengurus perizinan, legalitas dan lain sebagainya. dikarenakan Umkm sangat menopang perekonomian negara Indonesia sehingga pemerintah sangat mendukung para UMKM.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



D. Analisis Pesaing

C

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

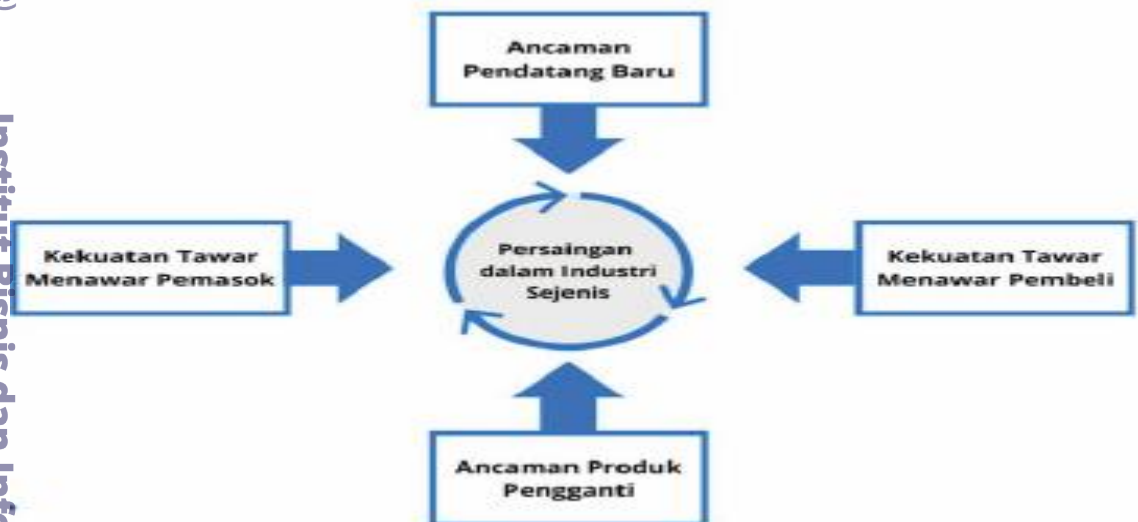
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Untuk menentukan struktur industri dan strategi perusahaan, pendekatan Lima Kekuatan Porter digunakan untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi semua kekuatan yang membentuk pola bisnis. Model porter dapat diterapkan dalam setiap segmen ekonomi untuk memahami tingkat persaingan dalam industry dan meningkatkan profitabilitas jangka panjang perusahaan. Menurut Michael E Porter, terdapat 5 hal yang menentukan level persaingan dan daya Tarik dalam suatu industri. Daya Tarik yang dimaksud adalah keuntungan atau omset secara menyeluruh. Setelah analisis porter 5 forces dilakukan, maka dapat disimpulkan apakah industri atau bisnis tersebut masih menarik atau dinilai kurang menarik berikut merupakan gambar 3.5 mengenai alur porter 5 forces :

Gambar 3.5

Porter's Five Forces



Sumber : www.linohr.com porter 5 forces

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.



Porter's Five Forces merupakan pendekatan kompetitif yang secara luas

suatu metode yang digunakan untuk melakukan identifikasi dan analisa kekuatan kompetitif di dalam suatu industri yang mampu membantu menentukan kelemahan dan kekuatan dari industri tersebut. Teori *Five Forces* oleh Michael Porter merupakan sebuah gagasan yang sederhana, namun sangat bermanfaat untuk mengidentifikasi persaingan yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Teori ini juga dapat membantu organisasi untuk mengidentifikasi potensi ancaman dan peluang yang perlu diantisipasi oleh perusahaan.

1. Persaingan Antar Perusahaan yang Bersaing dalam Industri yang sama (Tinggi)

Sudah menjadi kebiasaan dalam dunia bisnis untuk menyebut persaingan antar bisnis sebagai persaingan. Biasanya, promosi atau penjualan barang atau jasa yang sebanding mengarah pada persaingan. Di dalam. Bisnis yang kompetitif berfungsi sebagai barometer untuk mengevaluasi kesesuaian perusahaan dalam menjual produk atau jasa. Oleh karena itu, setiap bisnis perlu menyoroti manfaat unik apa pun yang membedakannya dari pesaing. Saat ini, ketika bisnis berinovasi, menciptakan strategi khusus, dan mengubah pasar, pesaing mereka harus menyesuaikan diri atau berisiko kehilangan kliennya. Pasar menjadi sangat kompetitif akibat tekanan ini.

Dalam persaingan menjual produk makanan ringan atau *snack*, banyak sekali *competitor* yang berdiri pada bidang yang sama factor utama nya adalah karena membuka usaha cemilian seperti ini tidak memerlukan sebuah modal yang besar, dan juga produk cemilan yang dibuat sangat mudah dilakukan tanpa ada persyaratan khusus siapa pun bisa membuka bisnis makanan ringan seperti Jawara Ngemil.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Kesimpulannya Jawara Ngemil akan memberikan perbedaan dengan para

competitor dari segi varian produk dan varian rasa yang lebih banyak, serta memberikan pelayanan yang baik dan cepat tanggap kepada calon konsumen. Jawara Ngemil akan melakukan perbedaan promosi seperti mengadakan *discount* setiap hari jumat *buy two get 1*. Tujuan cara ini dilakukan untuk memajukan *brain awereness* suatu bisnis.

2. Ancaman Pendatang Baru (Tinggi)

Ketika semakin besar sebuah peluang maka tidak heran jika ancaman pendatang baru banyak pendatang nya. keuntungan dengan adanya ancaman baru menurut penulis adalah suatu hal yang sangat menguntungkan bagi sebuah perusahaan. Dengan adanya ancaman baru sebuah perusahaan akan semakin maju dan *survive* ke langkah yang lebih tinggi dan dengan adanya pendatang baru bisa membuat sebuah perusahaan menjadi lebih kokoh dan inovatif.

Ancaman dari pendatang baru wajib untuk dilakukan analisis supaya dapat meningkatkan *awareness* suatu bisnis yang bisa saja terjadi seperti hal buruk di masa yang akan datang , dan mempersiapkan strategi untuk melawan perusahaan pesaing . Kunci untuk memenangkan sebuah pasar dari para pendatang baru ialah dengan cara melihat apa kelemahan dari pendatang baru . Dan ketika sudah mengetahui kelemahan pesaing baru kita mencari sebuah solusi untuk mengalahkan pendatang baru.

Jawara Ngemil harus mampu menciptakan inovasi dan *value* yang unik pada produk dan selalu mencari kelemahan pendatang baru sehingga jawara ngemil bisa selalu upgrade mengenai produk untuk melawan kelemahan pendatang baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (Rendah)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menjaga hubungan yang baik terhadap pemasok merupakan hal yang terpenting didalam suksesnya suatu bisnis terlebih lagi bagi jawara ngemil, bahan baku nya diambil dari para pemasok. perusahaan berusaha mendapatkan bahan baku yang murah dengan kualitas yang tinggi agar memperoleh persaingan yang baik dibandingkan pesaing. Kekuatan tawar menawar pemasok dalam suatu industri sangat mempengaruhi lingkungan persaingan dan potensi profit yang dihasilkan.

Jawara ngemil akan selalu bekerja sama dengan para pemasok nantinya dalam hal menjadi distributor, pengecer produk jawara ngemil. Dan selalu menjaga hubungan yang baik dengan para pemasok agar mendapatkan harga yang bersahabat nantinya produk jawara ngemil bisa dijual dengan harga yang murah dan kompetitif .sehingga jawara ngemil menjadi produk incaran para calon konsumen yang gemar makanan ringan .

4. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (Rendah)

Buyer atau konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam kelangsungan sebuah bisnis untuk kedepannya. Seluruh pemasukan perusahaan berasal dari konsumen yang melakukan transaksi pembelian barang dari produk-produk yang dijual. Kemampuan yang dimiliki konsumen untuk menawar dan mendorong harga produk lebih rendah adalah salah satu dari lima kekuatan yng mempengaruhi bisnis. Oleh karena itu sebuah bisnis harus memiliki banyak konsumen akan lebih mudah untuk memberlakukan harga produk agar meningkatkan profitabilitas.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Disini jawara ngemil memiliki daya tarik konsumen karena produk yang dijual merupakan cemilan yang sangat enak dan berkualitas dengan harga yang murah. Dan harus selalu mengimprove produk agar para pembeli tidak perlu ragu untuk menawar harga pada produk jawara ngemil, karena dengan adanya nilai lebih pada produk para konsumen akan langsung beli tanpa tawar menawar sekalipun.

5. Ancaman Produk Substitusi (Rendah)

Sebagai pengusaha sudah hal yang wajib untuk selalu menganalisis sebuah ancaman pada bisnis yang di jalankan. Terkadang sebagai owner bisnis hal sepele seperti ini kebanyakan di hiraukan karena terlalu fokus dengan pendatang ancaman baru. produk substitusi merupakan bentuk produk yang berbeda namun memiliki manfaat dan nilai yang sama.

Untuk berbisnis di bidang makanan ringan seperti Jawara Ngemil tergolong aman tidak ada produk pengganti atau substitusi yang terjadi karena makanan ringan itu adalah kebutuhan dan selera setiap masing-masing masyarakat, namun Jawara Ngemil tetap akan selalu melakukan inovasi terhadap produk dan selalu merancang hal yang kreatif untuk kelangsungan produk agar tetap bernilai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



E. Analisis Faktor – factor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix* / CPM)

CPM adalah sebuah alat manajemen strategi yang tepat dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dalam hubungannya dengan posisi strategis produk atau jasa yang ditawarkan. Alat analisis ini digunakan pada tahap masukan (input stage). CPM menunjukkan gambaran yang jelas tentang titik kuat dan titik lemah relatif produk atau jasa terhadap pesaing.

Penilaian CPM diukur berdasarkan faktor penentu keberhasilan yang diperhatikan konsumen, dimana setiap faktor penentu keberhasilan yang diukur digunakan skala pengukuran yang sama sehingga diperoleh komparasi diantara seluruh faktor penentu keberhasilan yang dinilai. Rating CPM memiliki rentang skor 1-4. Informasi terkait skor tersebut adalah sebagai berikut. Peringkat diberikan untuk setiap aspek bisnis

1. Respons dengan persentase terendah, atau 1,0, menandakan kelemahan utama
2. Rata-rata respon diwakili oleh angka 2.0 kelemahan (minor)
3. Respons yang berada di atas rata-rata mendapat nilai 3,0, yang menunjukkan adanya sedikit kekuatan (Minor)
4. Reaksi yang menyatakan bahwa suatu usaha mempunyai kekuatan utama yang dilambangkan dengan 4.0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 3.2

Competitive Profile Matrix (CPM)

Faktor Keberhasilan	BOBOT	Maichik		Raja Ngemil		Winsnack		Si Petek		Jawara Ngemil	
Nama Faktor		Rank	Nilai	Rank	Nilai	Rank	Nilai	Rank	Nilai	Rank	Nilai
Harga Produk	0.141	4	0.56	3	0.42	2	0.28	3	0.42	4	0.42
Pelayanan	0.141	2	0.28	3	0.42	3	0.42	3	0.42	3	0.56
Promosi	0.144	4	0.57	4	0.57	3	0.43	2	0.29	2	0.29
Merek	0.134	4	0.54	4	0.54	2	0.27	2	0.27	2	0.27
Kemasan Produk	0.142	3	0.43	3	0.43	3	0.43	3	0.43	4	0.57
Kualitas Produk	0.164	3	0.49	3	0.49	2	0.33	3	0.49	4	0.66
Varian Produk	0.134	3	0.40	2	0.27	3	0.40	3	0.40	4	0.54
Total	1		3.28		3.14		2.56		2.72		3.30

Sumber : Data Diolah Jawara Ngemil

Berdasarkan hasil analisis CPM (*Competitie Profile Matrix*) diatas bahwa Maichi lebih unggul dari semua Pesaingnya di bidang snack atau makanan ringan, hal ini dikarenakan dari segi promosi, merek, maichik memegang posisi di peringkat pertama, selanjut nya di peringkat kedua yaitu Raja Ngemil yang memiliki keunggulan di merek dan promosi yang dilakukan sangat luar biasa bagus terlebih lagi di aplikasi tiktok dan pelayanan yang fast respon, dan posisi peringkat ketiga di raih oleh win snack yang sedikit lebih unggul di dibandingkan dengan Raja ngemil, dari segi kualitas dan pelayanan sama-sama baik namun harga produk nya mahal. Selanjutnya si petek secara rata-rata seperti kualitas, pelayanan sudah cukup baik tetapi dari sisi promosi sangat kurang sehingga merek nya belum terlalu banyak diketahui masyarakat.

Jawara Ngemil sudah melihat keunggulan dan kelemahan dari setiap pesaing. Sehingga jawara ngemil bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk masuk ke target pasar para pesaing, baik dari segi harga bisa lebih murah dibandingkan produk-produk pesaing.



Jawara Ngemil akan melakukan promosi yang unik seperti Pemberin Voucher

2. Potongan Harga, dan memberikan pelayanan yang lebih cepat tanggap terhadap konsumen. Namun yang terpenting adalah jawara ngemil akan selalu memberikan kualitas yang terbaik untuk para konsumen nya.

F. Analisis SWOT

Analisis SWOT dibutuhkan untuk mengetahui perhatian manajemen terhadap kondisi internal dan eksternal dari sebuah bisnis. Analisis swot ini mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal. Peluang dan ancaman eksternal merujuk pada peristiwa dan tren ekonomi, social, budaya, demografi, lingkungan, politik dan lain sebagainya. Analisis swot didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan keuntungan (*strength*), peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*)

1. **Strengths** merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Faktor-faktor kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki hal yang menonjol di bisnis.

a) Jawa Ngemil memiliki Varian Produk dan Varian rasa yang banyak.

Jawara Ngemil memiliki banyak varian produk dan rasa agar para calon konsumen tidak bosan membeli produk dari jawara ngemil. Dan jawara ngemil



melakukan upaya seperti ini karena para pesaing jawara ngemil seperti maichi, raja ngemil, *win snack* tidak memiliki varian produk dan rasa yang banyak.



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

b) Harga Produk jawara ngemil yang terjangkau

Untuk harga produk dari jawara ngemil terbilang sangat terjangkau dari para pesaing nya, oleh karena itu dari segi harga jawara ngemil bisa lebih unggul.

c) Kemasan produk Jawara Ngemil yang praktis

Kemasan dari jawara ngemil cukup terbilang praktis dibandingkan kemasan produk para pesaing nya. nantinya konsep kemasan jawara ngemil akan dibuat dengan bentuk yang simple dan mudah dibawa kemana saja serta di kemasan dilengkapi sarung tangan yang akan di tempel di belakang kemasan jawara ngemil.

d) Bahan baku yang berkualitas

Jawara ngemil akan memberikan bahan olahan dengan kualitas yang bagus dan terbaik. Sehingga para konsumen jawara ngemil bisa terpuaskan terhadap produk yang dijual.

e) Memberikan pelayanan yang baik dan fast respon

Jawara ngemil akan selalu mengutamakan pelayanan yang terbaik dan *fast respon* terhadap keluhan atau kebutuhan dari konsumen jawara ngemil. Karakter konsumen yang paling mendominasi adalah malas untuk menunggu dan tidak mau lama sehing *fast respon* adalah kunci keberhasilan dalam memikat hati para konsumen.

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.



2. **Weakness** merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. pada dasarnya sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. namun yang terpenting adalah harus bisa meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut. Atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada.

a) **Merek Jawara Ngemil belum dikenal oleh Masyarakat luas**

Dikarenakan jawara ngemil masih produk baru oleh karena itu belum banyak masyarakat mengetahui produk jawara ngemil. Namun permasalahan seperti ini jawara ngemil akan selalu melakukan promosi terkait *customer awereness* dalam mengenalkan produk jawara ngemil.

b) **Persaingan Bisnis makanan ringan yang banyak**

Berbisnis makanan ringan merupakan bisnis yang mudah dibangun oleh kalangan mana aja , karena simple dan praktis serta tidak memerlukan modal yang besar. Sehingga bisnis makanan ringan di Indonesia sangat banyak. Jawara ngemil akan tetap selalu berinovasi terhadap produk untuk memenangkan pasar.

c) **Selera masyarakat yang mudah bosan**

Berbicara soal selera makanan merupakan hal yang biasa, karena setiap masyarakat memiliki selera nya masing-masing. Ada yang mudah bosan ada juga yang tidak pernah bosan. Kunci untuk melewati fase ini adalah produk jawara ngemil akan selalu berinovasi mengikuti perkembangan masa, agar produk jawara ngemil tidak selalu monoton



3. **Opportunities** merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifat nya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan atau bisnis. Peluang bisa dilihat dari berbagai sumber baik melalui hal yang belum ada atau yang belum dibutuhkan oleh para masyarakat atau juga peluang bisa datang dari sumber permasalahan yang terjadi dimasyarakat, seperti kebutuhan dan keinginan para masyarakat.

a) Bisnis Makanan ringan akan selalu diminati banyak orang

Berbisnis makanan ringan merupakan bisnis yang tidak pernah akan mati, karena makanan ringan selalu dibutuhkan semua orang, terlebih lagi orang yang suka mengkonsumsi cemilan. Dengan mengkonsumsi cemilan dapat menambah mood seseorang menjadi lebih baik.

b) Perilaku Masyarakat suka makanan yang praktis

Masyarakat pada umumnya sangat menyukai sesuatu yang praktis, ditengah kesibukan aktivitas sehari-hari masyarakat lebih dominan mengkonsumsi makanan ringan dibandingkan memasak atau memakan makanan berat karena tidak ada waktu. Terlebih lagi makanan ringan sangat bisa untuk dibawa kemana pun dan bisa dikonsumsi kapan pun.

c) Dengan Memanfaatkan Teknologi Jawara Ngemil berpotensi cepat berkembang

Dengan memanfaatkan teknologi seperti *e-commerce* dan sosial media maka bisnis jawara ngemil bisa berkembang lebih cepat dan besar. Baik dari segi pengenalan produk maupun branding merek ke masyarakat luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



4. **Threats** merupakan kebalikan dari peluang. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau bisnis. Ancaman dapat



meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi atau bisnis. Dengan adanya ancaman maka bisa berdampak terhadap visi dan misi perusahaan

a) Ancaman produk sejenis yang berasal dari luar negeri.

Kompetitor dan persaingan bisnis makanan ringan seperti snack sangat banyak, baik didalam negeri Indonesia, maupun luar negeri, terlebih lagi Indonesia pada saat ini sedang digempur dengan produk-produk dari china.

b) Kenaikan harga bahan baku yang bisa mempengaruhi margin harga

Biasanya tingkat kenaikan inflasi pada perekonomian Indonesia yang disebabkan adanya kelebihan uang yang beredar. Bisa membuat bahan pokok masyarakat menjadi naik baik dari segi sayur mayur dan lain sebagai nya kebutuhan masyarakat. Ini menjadi ancaman bagi bisnis Jawara Ngemil jika inflasi terjadi. Karena bisa menyebabkan bahan baku mengalami kenaikan.

c) Berbisnsi makanan ringan rentan sepi pengunjung

Hal ini sering terjadi diusaha *food and beverage* biasanya dikarenakan tidak adanya inovasi atau mengikuti perkembangan trend masa, sehingga sering sekali bisnis makanan ringan mengalami kegagalan.



Matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi

kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh sebuah organisasi, proyek, atau inisiatif bisnis. Matriks ini mengorganisir informasi mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja atau strategi suatu entitas. Berikut adalah Swot Matrix dari Usaha Jawa Ngemil :

Tabel 3.3

ANALISA SWOT MATRIX

SWOT MATRIX	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	- Jawara Ngemil memiliki Varian Produk dan Varian rasa yang banyak. (S1) - Harga Produk Jawa Ngemil Terjangkau. (S2) - Kemasan Produk Jawa Ngemil yang praktis. (S3) - Bahan Baku yang berkualitas. (S4) - Memberikan pelayanan yang baik dan <i>fast respon</i>. (S5)	- Merek Jawa Ngemil belum dikenal oleh masyarakat luas. (W1) - Persaingan Bisnis Makanan Ringan yang banyak. (W2) - Selera Masyarakat yang mudah bosan. (W3)
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
- Bisnis makanan ringan akan selalu diminati banyak orang. (O1) - Perilaku masyarakat yang suka makanan praktis. (O2) - Memanfaatkan teknologi Jawa Ngemil bisa berkembang dengan cepat. (O3)	- Mempromosikan produk dengan cara mengikuti bazar-bazar snack jajanan (S1,S2,S3,O1,O2) - Membuat Kemasan yang praktis (S2,S4,O2) - Menggunakan Teknologi seperti e-commerce dan social media untuk memperluas pasar (S1,S2,S4,S5,O3)	- Media social menjadi media pemasaran digital untuk menyebarluaskan produk jawa ngemil (W1,O2,O3) - Selalu Berinovasi terhadap produk (W2,W3,O2)
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

- 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 IBI KKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



1. Ancaman dari produk sejenis yang berasal dari luar negeri.(T1) 2. Kenaikan Harga bahan baku yang bisa mempengaruhi margin keuntungan.(T2) 3. Berbisnis makanan ringan rentan sepi peminat.(T3)	1. Mempunyai ciri khas yang unik dan berkreasi sesuai dengan kreativitas agar produk tidak mudah ditiru(S1,S2,S3,T1,T3) 2. Tetap bersifat konsisten dalam mempertahankan kualitas produk dengan cara bernegosiasi dengan pemasok (S4,S5,T2)	1. Berkolaborasi dengan para influencer media social(W1,T3) 2. Membuat kemasan produk yang unik(W2,W3,T1,T2)
---	---	--

Sumber : Diolah Jawa Ngemil

Berdasarkan pada Tabel 3.3 yang membahas tentang SWOT Matrix dari Jawa Ngemil, berikut dibawah ini merupakan penjabaran secara detail tentang strategi yang direncanakan oleh Jawa Ngemil :

1) Strategi SO

a. Mempromosikan produk dengan cara mengikuti bazar-bazar snack jajanan(S1,S2,S3,O1,O2)

Produk yang dibuat oleh Jawa Ngemil memiliki varian produk yang beraneka ragam dan juga memiliki varian rasa yang banyak dan unik yang jarang ada di *competitor* Jawa Ngemil serta Produk yang diolah juga menggunakan bahan yang berkualitas bagus dan di design secara kreatif , dengan poin-poin ini, Jawa Ngemil semakin yakin untuk mengikuti bazar-bazar makanan ringan untuk meningkatkan brain awereness dan memperkenalkan produk olahan Jawa Ngemil. .
(S1,S2,S3,O1,O2)

b. Membuat Kemasan yang praktis(S2,S4,O2)

Tahap selanjutnya adalah sebuah produk kemasan yang bagus adalah kemasan yang tidak merepotkan konsumen melainkan mempermudah konsumen. Kemasan jawara ngemil akan di design secara simple, elegan dan praktis serta dibelakang

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.



kemasan jawara ngemil di lengkapi dengan sarung tangan makanan, sehingga konsumen tidak perlu untuk mengotorkan jari mereka dalam mengkonsumsi makanan ringan. Terlebih lagi masyarakat Indonesia lebih suka dengan sesuatu yang praktis oleh karena itu poin penting ini akan selalu di perhatikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Menggunakan Teknologi seperti e-commerce dan social media untuk memperluas pasar (S1,S2,S4,S5,O3)

Jawara Ngemil juga akan memanfaatkan teknologi di era industri 4.0 seperti *e-commerce* , yang bertujuan untuk melakukan kemudahan transaksi penjualan produk Jawara Ngemil di *e-commerce* sehingga pelanggan-pelanggan Jawara Ngemil dari sabang sampai merauke bisa tetap menyicip snack makanan ringan olahan dari Jawara Ngemil, adapun *e-commerce* yang dipakai nantinya adalah tokopedia, shoppe, tiktokshop dan lain sebagainya.

2) Strategi WO

a. Media social menjadi media pemasaran digital untuk menyebarluaskan produk jawara ngemil (W1,O2,O3)

Pada tahap awal hal yang akan dilakukan adalah melakukan promosi lewat media social sebagai media untuk memasarkan produk jawara ngemil, seperti yang diketahui pada era digital 4.0 harus memanfaatkan peluang yang terjadi dikarenakan teknologi-teknologi yang hebat banyak bermunculan bahkan banyak bisnis makanan ringan seperti Raja ngemil dan maichi yang bisa mendapatkan omset penjualan ratusan juta dari memanfaatkan teknologi digital. jawara ngemil akan menggunakan teknologi digital seperti *e-commerce* dan *media social* tiktok,



Instagram , facebook dan lain sebagainya untuk melebarkan jangkauan target pasar jawara ngemil.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Selalu Berinovasi terhadap produk (W2,W3,O2)

Tahap selanjutnya adalah melakukan inovasi terhadap produk, seperti yang sudah dianalisa dari analisis pesaing, banyak sekali para pesaing yang selalu berinovasi pada produk, karena berbisnis di bidang makanan ringan ini cukup terbilang sangat banyak oleh karena itu Jawara ngemil akan selalu berinovasi terhadap produk baik dari segi varian produk, cita rasa dan harga.

3) Strategi ST

a. Mempunyai ciri khas yang unik dan berkreasi sesuai dengan kreativitas agar produk tidak mudah ditiru(S1,S2,S3,T1,T3)

Mempunyai ciri khas yang unik dan berkreasi sesuai dengan kreativitas agar produk tidak mudah ditiru merupakan hal yang penting didalam berbisnis yang memiliki *competitor* yang banyak oleh karena itu mempunyai ciri khas yang unik poin terpenting untuk menarik minat konsumen. Jawara ngemil cukup terbilang unik dari segi kemasan yang di lengkapi dengan sarung tangan, hal seperti ini belum pernah ditemukan di Indonesia. Kreativitas yang didapatkan berdasarkan pengalaman pribadi yang gemar memakan snack setiap harinya tetapi repot ketika makan menggunakan tangan apalagi disela-sela kesibukan aktivitas. Dengan keunikan yang dimiliki oleh jawara ngemil bisa meningkatkan penjualan pada produk dan bisa bersaing dengan produk-produk luar negeri yang beredar di indonesia.

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.



- b. Tetap bersifat konsisten dalam mempertahankan kualitas produk dengan cara bernegosiasi dengan pemasok (S4,S5,T2)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Jawara Ngemil akan Menciptakan *brand image* yang baik dengan para pemasok, agar mendapatkan bahan baku dengan harga yang murah, hal yang terpenting dalam berbisnis adalah mempertahankan kualitas produk tersebut dengan bahan baku yang bagus sehingga kerja sama yang baik dengan pemasok sangat diperlukan (S4,T2)

4) Strategi WT

- a. Berkolaborasi dengan para influencer media social(W1,T3)

Berkolaborasi dengan para influencer media social, Poin terakhir yang akan dilakukan oleh jawara ngemil untuk meningkatkan trafik penjualan. Terkadang walaupun berbisnis makanan ringan rentan sepi, solusi nya adalah dengan mengikuti trend perkembangan zaman seperti memakai jasa influencer favorite masyarakat . Contoh promosi yang sedang trend adalah mempromosikan produk secara *story telling* yang dilakukan oleh influencer, mau produk apa pun jika pembawaan nya menarik maka masyarakat akan membeli produk tersebut, karena perhatian masyarakat sudah focus ke *influencer*.

- b. Membuat kemasan produk yang unik(W2,W3,T1,T2)

Bisnis dimakanan ringan hampir rata-rata memiliki keunggulan dan cita rasa yang sama, Jawara Ngemil akan membuat kemasan yang unik agar bisa menarik para pandangan Masyarakat.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.