



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

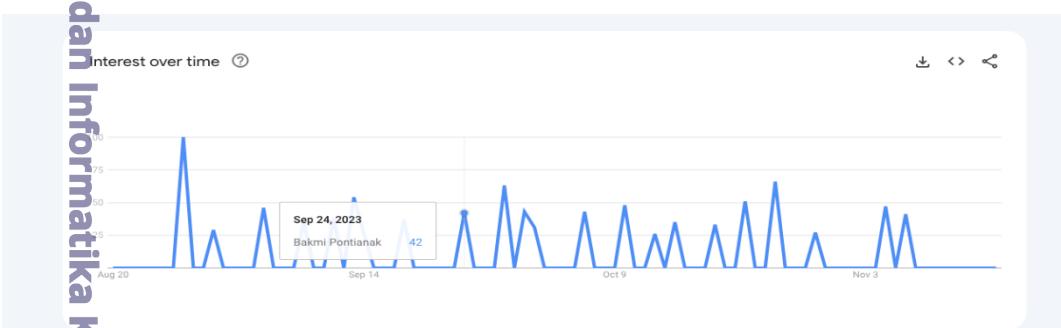
Perkembangan yang cukup pesat terjadi didalam dunia kuliner terutama bisnis dalam sector beverages atau minuman. Hal ini dapat dilihat dari berkembangnya tempat-bisnis yang mengusung minuman yang bervariasi. Saat ini banyak sekali bisnis makanan yang berkembang dengan cara mempromosikan produknya ke influencer melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Hal ini membuat tren makanan di Indonesia semakin meningkat.

Namun sejak pandemic menyerang, industri *food and beverages* ini berusaha untuk tetap bertahan dengan karakteristik masing-masing. Penjualan online pun menjadi salah satu sarana untuk mempertahankan eksistensi mereka.

Menurut Mustajab 2023, Pertumbuhan industry food and beverages berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) dari industry makanan dan minuman (mamin) sebesar Rp209,51 triliun pada kuartal II/2023. Nilai tersebut naik 4,62% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (Year on year/ yoy) sebesar Rp200,30 triliun.

Gambar 3.1

Gambar Grafik Google Trends



Sumber: Google Trends

Berdasarkan Gambar 3.1 di atas, Analisa minat masyarakat terhadap Bakmi dari Google

Trends cukup stabil dari Agustus 2023 hingga November 2023. Berdasarkan data di atas,

dapat disimpulkan bisnis makanan Bakmi di Indonesia memiliki peluang yang menjanjikan.

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah sebuah riset strategis untuk mengetahui serta menganalisa

suatu kesempatan, masalah, ancaman strategi penjualan serta kelebihan dan kekurangan.

Sebuah perusahaan sangat memerlukan informasi-informasi mengenai data perusahaan

pesaing guna untuk merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk

bersaing secara efektif. Selain menganalisis kelebihan dan kekurangan pesaing,

perusahaan juga perlu melakukan pembandingan produk, harga, saluran distribusi, dan

promosi produk yang dilakukan pesaing.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan secara langsung maupun tidak

langsung, ada beberapa pesaing yang menawarkan produk yang sejenis dengan *Bakmi Nick's*.

Berikut pesaing-pesaing dari *Bakmi Nick's* yang menjual produk yang sejenis

dengan harga yang bersaing dan juga memiliki varian yang cukup sama dengan *Bakmi Nick's*:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



(C) Hak Cipta Bakmi Nick's

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

| PESAING | KEUNGGULAN | KELEMAHAN |
|---|---|--|
| <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Porsi yang ditawarkan teritung besar dan banyak, menawarkan varian menu lain. • Menawarkan varian menu lain. | <ul style="list-style-type: none"> • Harga yang diberikan tergolong tidak murah dibandingkan dengan harga bakmi Pontianak lainnya. • Lokasi yang kurang strategis. |
| <p>Bakmi Tanjung Pura Kelapa Gading</p> <p>Jl. Boulevard Raya Blok WA 2 No.25, RT. 11/RW.15, Kelapa Gading</p> <p>Range Harga = Rp 20.000 – Rp 61.000</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki gerai cabang lain. • Menawarkan rasa khas dan kualitas yang baik | <ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan kurang terjangkau. • Dengan harga yang diberikan, tidak sesuai dengan porsi yang ditawarkan. |
| <p>Bakmi Ahok 36</p> <p>Jalan Kelapa Kopyor raya Blok M I No.2, Kelapa Gading</p> <p>Range Harga = Rp 52.000 – Rp 54.000</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sudah mempunyai brand awareness yang cukup di kenal masyarakat | <ul style="list-style-type: none"> • Tempat yang kurang strategis untuk konsumen |
| <p>Bakmi Oukie</p> <p>Jl. Danau Sunter Utara No.30 11</p> <p>Range Harga = Rp 52.000 – Rp 54.000</p> | | |

Sumber : Bakmi Nick's

Tabel 3.1

Analisis Pesaing Bakmi Nick's



C. Analisis PESTEL

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

Analisis PESTEL yaitu singkatan dari (Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal) merupakan analisis eksternal yang digunakan sebagai alat untuk memantau keberadaan diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar bisnis atau perusahaan dapat berkembang dan juga bisa menjadi ancaman bagi bisnis itu sendiri. Konsep ini diterapkan untuk melihat rencana peluncuran produk dan jasa suatu bisnis, untuk mengantisipasi situasi makro yang mempengaruhi kondisi suatu bisnis. Berikut analisis PESTEL dari bisnis *Bakmi Nick's*:

1. Politik (Politic)

Faktor politik merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi berjalannya suatu bisnis itu sendiri. Pada saat terjadinya sebuah insiden yang global seperti perang atau pandemic maka aktivitas bisnis pun akan mengalami gangguan dan juga bisa menimbulkan dampak yang merugikan bagi sebuah bisnis.

Pada saat pandemic COVID-19 sangat memberikan dampak yang sangat buruk bagi sebagian UMKM. Menurut *website* Kata data Insight Center (KIC), mayoritas UMKM (82,9%) merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya sebagian kecil (5,9%) yang mengalami pertumbuhan positif. Setelah melihat sangat besarnya persentase UMKM yang terkena dampak negative, pemerintah telah menyediakan insentif dukungan bagi UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) di tahun 2020 dan dilanjutkan di tahun 2021. Realisasi PEN untuk mendukung UMKM sebesar Rp 112,84 triliun telah dinikmati oleh lebih dari 30 juta UMKM pada tahun 2020. Sementara untuk tahun 2021, Pemerintah juga telah menganggarkan PEN untuk mendukung UMKM dengan dana sebesar Rp 121,90 triliun untuk menjaga kelanjutan momentum pemulihan ekonomi. Hal ini menjadi hal

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

positif bagi *Bakmi Nick's* yang dimana mendapatkan dukungan dari pemerintah berupa dana bantuan untuk UMKM.

Hal diatas merupakan **peluang** bagi *Bakmi Nick's* karena mendapat dukungan dari pemerintah berupa dana bantuan mendirikan UMK..

2. **Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Faktor ekonomi merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan suatu bisnis termasuk bisnis yang bergerak di bidang *Food and Beverage*. Pada saat ini pertumbuhan ekonomi di Indonesia tetap tinggi ditengah perlambatan ekonomi global. Badan Pusat Statistik(BPS) menunjukan data pertumbuhan ekonomi Indonesia Triwulan II 2023 tercatat 5,17% (year on year), data ini menunjukan mengalami peningkatan dari Triwulan sebelumnya yang menunjukan angka 5,04 (yoy).

Hal ini bisa menjadi **peluang** bagi bisnis *Bakmi Nicks* ini sendiri karena ini menjadi daya beli dan memiliki target pasar masyarakat Indonesia terutama anak muda yang tingkat daya beli yang tinggi

3. **Sosial (Social)**

Faktor sosial dapat mempengaruhi sikap, pola pikir serta tingkah laku seseorang sebagai konsumen dalam keberlangsungan suatu bisnis. Saat ini kehidupan sosial manusia telah berubah sangat berbeda, dari berubahnya kebiasaan berbelanja lebih memanfaatkan *e-commerce* daripada harus berpergian ke toko offline. Dan juga konsumen sangat menginginkan makanan atau minumannya dikemas dengan packingan yang layak dan aman sampai ke tangan konsumen. Hal tersebut secara tidak langsung membuat bisnis di sektor *Food and beverage* ini untuk lebih berinovasi.

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Dari hal tersebut Bakmi Nick's sendiri melakukan inovasi dengan menyediakan layanan yang memudahkan konsumen dengan cara menyediakan jasa pengiriman makanan dengan menggunakan aplikasi jasa pengiriman yang ada. Setiap konsumen yang membeli produk Bakmi Nick's maka makanan nya akan dikirim menggunakan packaging yang tebal dan juga aman dalam perjalanan. Inovasi Bakmi Nick's dalam menyediakan layanan pengiriman makanan melalui aplikasi jasa pengiriman dan penggunaan packaging yang tebal dan aman merupakan peluang besar bagi bisnis tersebut. Dengan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang cenderung beralih ke belanja online dan meningkatnya kebutuhan akan kemasan yang aman, Bakmi Nick's dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

Ini juga membuka **peluang** untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama bagi konsumen yang menginginkan kemudahan dalam memesan dan menerima makanan rumah mereka.

4. Teknologi (*Technology*)

Pada saat ini teknologi sudah sangat banyak digunakan untuk menopang dan membantu perkembangan bisnis sendiri. Penerapan teknologi ini sendiri telah menyebabkan perubahan terhadap tingkah laku dan pola konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa.

Pada jaman teknologi 4.0 sendiri sudah sangat memudahkan konsumen dalam mencari dan menemukan produk atau jasa itu sendiri melalui smartphone ataupun computer mereka. Dengan adanya perkembangan teknologi ini pengusaha dipaksa untuk melakukan adaptasi terhadap perkembangan yang terjadi agar pembisnis pun dapat memanfaatkan teknologi itu sendiri untuk membantu perkembangan bisnis mereka.

Hal ini menjadi **peluang** dalam bisnis Bakmi Nick's itu sendiri yang menggunakan sarana teknologi. Contohnya seperti Bakmi Nick's sendiri melakukan pemasarannya melakukan mediasosial seperti Instagram, TikTok, X atau Twitter, dan Facebook. Bakmi Nick's juga bekerja sama dengan Grab, Gojek, dan ShopeeFood untuk melakukan pesan antar kepada konsumen. Bakmi Nick's berusaha untuk memudahkan konsumen dalam pembayaran yang dapat dilakukan secara non tunai menggunakan seperti Go-pay, OVO, dan ShopeePay.

5. Lingkungan (Environment)

Lingkungan bisnis yang baik dan tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pembisnis untuk menarik para konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi nantinya akan bisa menghambat kinerja perusahaan dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Maka dari itu pemilihan lokasi lingkungan yang tepat sesuai target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan antusias konsumen dalam mendapatkan barang ataupun jasa yang diinginkannya. Seperti Hal diatas diterapkan pada *Bakmi Nick's* yang berletak di Pasar Moi (Mall Of Indonesia) yang dimana lokasi ini berletak di sebuah mall yang sering dikunjungi.

Dan ini menjadi **peluang** bagi *Bakmi Nick's* yang dimana lokasi ini sangatlah ramai dan Strategis.

6. Legal

Legalitas menjadi sebuah bagian penting dalam menjalankan kegiatan bisnis. Legalitas sendiri adalah sebuah pengakuan secara hukum terhadap keberadaan sebuah usaha. Dengan memiliki legalitas, sebuah unit usaha akan dapat diakui sebagai hukum dan memiliki kewajiban dan hak dalam sebuah negara.

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,
 - 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.



Saat ini UMKM sangat terbantu dengan adanya undang-undang cipta kerja. yang dimana pemerintah menggabungkan beberapa undang-undang yang sudah ada

sebelumnya berkaitan dengan kegiatan berusaha untuk kemudian digabungkan menjadi UU tersebut. Dengan demikian, pemerintah dapat menghapuskan beberapa peraturan yang tumpang tindih dan menciptakan sistem yang lebih komprehensif.

Terdapat dua aspek yang kemudian berkaitan dengan kemudahan legalitas. Aspek pertama adalah penyelenggaraan sistem informasi dan pendataan yang terintegrasi. Aspek ini kemudian merujuk pada sistem pendataan berbasis perizinan terintegrasi berdasarkan Peraturan Pemerintah No 24 Tahun 2018 tentang *Online Single Submission* atau yang dikenal sebagai OSS.

OSS ini akan memberikan beberapa kemudahan kepada pelaku UMKM dalam melakukan perizinan. Hal ini dikarenakan OSS merupakan sebuah sistem daring atau *online* dimana pelaku UMKM dapat mengaksesnya dari lokasi mana saja. Sebagai akibatnya, pengurusan perizinan menjadi lebih mudah dan praktis serta hemat biaya.

Manfaat kedua dari adanya OSS ini adalah sistemnya yang terintegrasi. *Bakmi Nick's* dapat mendaftarkan semua jenis perizinan secara terpusat melalui sistem ini. Sebagai dampaknya, para pebisnis UKM tidak perlu lagi mengunjungi banyak instansi untuk mendapatkan sebuah legalitas.

Aspek kedua yang kemudian di atur dalam pasal tersebut adalah simplifikasi perizinan. Pemerintah melakukan efisiensi dengan mengurangi jumlah perizinan yang tidak diperlukan sekaligus menyambungkan beberapa peraturan.

Hal ini membantu pelaku UMKM untuk dapat mengikuti prosedur perizinan dengan lebih mudah.

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,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



D. Analisis Pesaing Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces

Business Model)

Lima kekuatan Porter adalah kerangka untuk analisis industri dan pengembangan strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael E. Porter dari Harvard Business School pada 1979. Menggunakan konsep-konsep pengembangan organisasi industri ekonomi menurunkan lima kekuatan yang menentukan intensitas kompetitif dan karena itu mengembangkan strategi persaingan dengan mempengaruhi atau mengubah kekuatan tersebut agar dapat memberikan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan.

Faktor penentu fundamental pertama dari kesuksesan suatu perusahaan adalah daya tarik industri. Strategi bersaing harus mencerminkan pemahaman yang canggih mengenai aturan main persaingan yang menentukan daya tarik domestic. Tujuan akhir strategi bersaing adalah menghadapi dan idealnya, mengubah aturan ini sesuai dengan kepentingan perusahaan. Dalam industri manapun, baik domestic maupun internasional, baik barang maupun jasa, aturan persaingan tercakup dalam lima faktor persaingan.

Menurut Porter, sifat persaingan dalam industri dapat dilihat sebagai gabungan dari lima kekuatan, yaitu:

1. Persaingan antar perusahaan sejenis
2. Potensi masuknya pesaing baru
3. Potensi berkembangnya produk substitusi
4. Kekuatan tawar pemasok
5. Kekuatan tawar konsumen

Kelima kekuatan utama dalam persaingan usaha ini dapat digambarkan dalam model berikut.



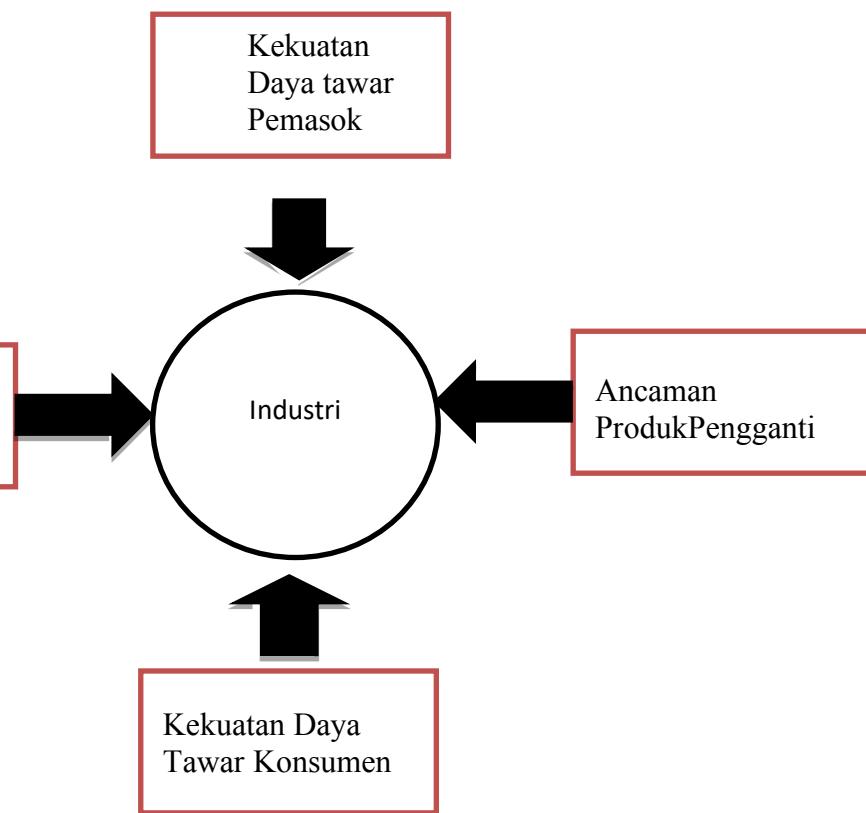
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Gambar 3.3

Komponen Lima Kekuatan Persaingan Porter



Sumber: Porter dalam Fred R. David (2019:102), Strategic Management

Setiap kekuatan tersebut akan dijelaskan dan dianalisis lebih lanjut terkait dengan bisnis Bakmi Nick's sebagai berikut:

E. Pesaingan antar perusahaan sejenis

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu industri dengan persaingan yang tinggi. Dengan banyaknya jumlah kompetitor maka persaingan akan semakin ketat. Hal ini meliputi positioning yang dilakukan, harga, promosi, kualitas produk, dan layanan kepada konsumen. *Bakmi Nick's* memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Hal ini dapat dilihat banyaknya competitor yang sejenis yaitu Bakmi Pontianak. Bisnis *Bakmi Nick's* ini sendiri masuk ke pasar persaingan sempurna yaitu banyaknya penjual dan pembeli di dalamnya. Tren penjualan makanan berat yang berkembang di kalangan

orang Indonesia telah memberikan dorongan untuk ramen asal jepang, kwetiau dan produk makanan yang tidak menggunakan menu berbasis nasi. Kesadaran kesehatan yang lebih kuat, pendapatan yang lebih tinggi dan ketersediaan produk yang lebih luas lebih menonjol di kota-kota maju seperti Jakarta, Surabaya dan Medan. Tentunya karena persaingan yang ketat menjadi ancaman bagi *Bakmi Nick's*.

Untuk menghadapi ancaman tersebut *Bakmi Nick's* akan menciptakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang dapat bersaing dengan competitor dan bisa dikonsumsi oleh semua kalangan, melakukan inovasi produk dan memberikan pelayanan terbaik agar membangun loyalitas pelanggan, serta memaksimalkan platform sosial media untuk melakukan promosi agar seluruh masyarakat mengetahui *Bakmi Nick's* dan menciptakan *brand awareness* yang tinggi.

F. Ancaman Pendatang Baru

Ancaman pendatang baru merupakan faktor penting yang harus di waspadai pelaku bisnis. *Bakmi Nick's* termasuk bidang kuliner yang termasuk bisnis yang mudah dijalankan. Dalam menjalankan bisnis tentunya *Bakmi Nick's* akan menghadapi ancaman pendatang baru. Hal ini terpengaruh dari tingginya dengan tinggi nya minat konsumen terhadap produk yang berbahan dasar susu. Selain itu produk dari *Bakmi Nick's* cukup mudah ditiru dan dapat memicu persaingan produk yang serupa. Apabila semakin banyak pesaing yang menggeluti bisnis yang serupa maka persaingan dalam sektor ini menjadi ketat. Hal ini tentunya sangat berdampak bagi bisnis. Persaingan yang sangat ketat dapat berdampat menurunnya konsumen karena konsumen terbagi ke pesaing lainnya, maka pendapatan usaha akan menurun sehingga berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis. Hal ini juga berdampak terhadap penawaran harga semakin berkompetitif.

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,
 - 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.

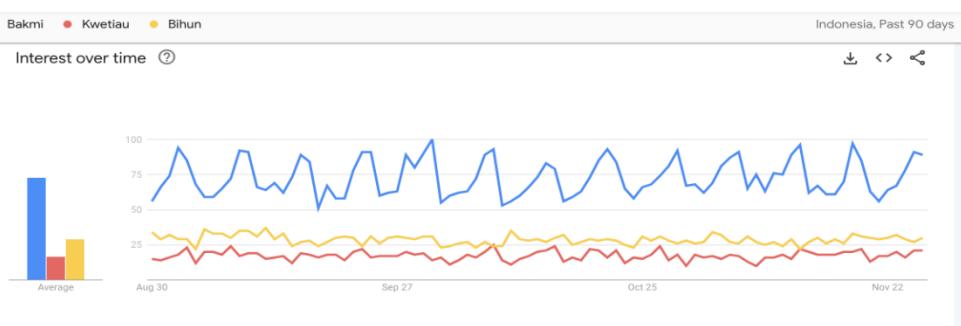
Hal ini merupakan ancaman bisnis. Namun, dengan kehadiran pesaing baru dan persaingan menjadi ketat tidak membuat *Bakmi Nick's* menjadi pesimis. Kondisi ini justru menjadi motivasi buat *Bakmi Nick's* agar terus berinovasi agar tetap eksistensi tetap terjaga ditengah persaingan yang semakin sengit.

G. Ancaman Produk Pengganti

Suatu jasa atau produk dapat memungkinkan dapat di gantikan dengan produk atau jasa yang serupa. Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Dalam memenuhi kebutuhannya dengan berbagai macam pilihannya sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Berbagai pilihan alternative pilihan produk pengganti tersedia secara luas dan konsumen dapat memilih produk lain dengan berbagai macam pilihan. Konsumen pun dapat memilih dan menilai kualitas dari produk yang sudah terkenal ataupun yang baru merintis. Banyaknya produk pengganti serupa yang beredar dipasar dapat mempengaruhi turunnya jumlah keuntungan potensial yang dapat diraih bisnis. Faktor harga juga berpengaruh, semakin menarik alternatif harga yang ditawarkan maka persaingan pun semakin ketat. Produk pengganti Bakmi sendiri ada dua yaitu Bihun dan Kwetiau.

Gambar 3.4

Grafik perbandingan Bakmi, Bihun dan Kwetiau.



Sumber: Google Trends

Hal Cipta

IBIKKG

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

manusia

sesuai

dengan

kebutuhannya

masing-masing

Berbagai

pilihan

produk

pengganti

tersedia

secara

luas

dan

konsumen

dapat

memilih

produk

lain

dengan

berbagai

macam

pilihan

Konsumen

pun

dapat

memilih

dan

menilai

kualitas

dari

produk

yang

sudah

terkenal

ataupun

yang

baru

merintis

Banyaknya

produk

pengganti

serupa

yang

beredar

dipasar

dapat

mempengaruhi

turunnya

jumlah

keuntungan

pontensial

yang

dapat

diraih

bisnis

Faktor

harga

juga

berpengaruh

semakin

menarik

alternatif

harga

yang

ditawarkan

maka

persaingan

pun

semakin

ketat

Produk

pengganti

Bakmi

sendiri

ada

dua

yaitu

Bihun

dan

Kwetiau

ada

dua

yaitu

Berdasarkan Grafik 3.4 di atas menunjukan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap bakmi berada paling atas dari padabihun dan kwetiau.

Dalam menghadapi ancaman produk pengganti ini *Bakmi Nick's*, *Bakmi Nick's* cukup optimis karena minat masyarakat sangatlah tinggi terhadap Bakmi dibandingkan produk pengganti lainnya seperti Bihun dan Kwetiau.

H2. Daya Tawar Pemasok

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi berjalannya bisnis *Bakmi Nick's* yaitu daya tawar pemasok. Pemasok memiliki daya tawar menawar yang cukup kuat terhadap industry, dapat mengecam untuk menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk atau jasa yang dibeli. Tinggi nya daya pemasok akan merugikan berjalannya bisnis, potensi keuntungan yang akan diterima bisnis semakin kecil. Begitu sebaliknya apabila rendahnya daya pemasok maka semakin besarnya keuntungan yang didapat.

Peran pemasok sangat berpengaruh terhadap ketersediaan bahan baku Bakmi Nick's. Pertimbangan dasar untuk memilih pemasok bagi produk makanan adalah berdasarkan harga dan kualitas yang kompetitif. Bahan baku Bakmi Nick's terbilang mudah didapatkan yaitu berupa Telur, tepung, garam dan lain-lainnya. Karena mudahnya bahan baku yang digunakan maka semakin banyaknya pemasok dan juga pemasok pun tidak dapat menaikkan harga secara sepihak. Oleh karena itu, pengaruh daya tawar pemasok dalam bisnis Bakmi Nick's tidak menjadi ancaman dan masih bisa dikelola karena banyaknya pemasok lainnya.

Banyaknya pemasok membuat Bakmi Nick's dapat memilih pemasok yg mampu menyediakan bahan baku produk terbaik dengan harga yang murah untuk mencari pengganti pemasok lain apabila penawaran yang ditawarkan tidak sesuai.

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,
 - 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.



I. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar pembeli pada industri berperan dalam menekan harga untuk turun, serta memberikan penawaran dalam hal peningkatan kualitas ataupun layanan lebih, dan membuat kompetitor saling bersaing satu sama lain. Hal ini berkaitan dengan kemampuan konsumen untuk dapat mempengaruhi harga jual barang sehingga menjadi lebih rendah.

Daya tawar pembeli Bakmi Nick's dapat dikatakan tinggi sehingga menjadi ancaman bagi bisnis. Terdapat banyak pesaing yang menawarkan produk yang serupa sehingga pembeli dapat dengan mudah membandingkan harga dengan pesaing serta beralih ke produk pesaing. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi Bakmi Nick's, meskipun tingginya daya tawar pembeli yang tinggi Bakmi Nick's tetap optimis dapat bersaing dipasaran dengan berinovasi melalui variasi menu, promosi dan terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

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

Competitive Profile Matrix (CPM) mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan pesaing tertentu terkait posisi strategis perusahaan. Indikator penilaian dalam CPM adalah *weight* dan *ratings*. *Weight* adalah tingkat kepentingan dari faktor strategis yang menjadi faktor kunci sukses perusahaan. *Ratings* adalah nilai internal dan eksternal yang mengacu pada kekuatan dan kelemahan dengan rentang nilai

- 1 merupakan major weakness
- 2 merupakan minor weakness
- 3 merupakan minor strength
- 4 merupakan major strength

yang menunjukkan indikator sangat lemah hingga sangat kuat. Nilai *weight* dan *ratings* dikalikan dan dijumlahkan kemudian hasilnya sebagai pembanding dengan perusahaan pesaing. Berikut merupakan tabel hasil analisis CPM Bakmi Nick's.

Tabel 3.2

Analisis Tabel CPM Bakmi Nick's

| Key Success Factor | Weight | Bakmi Nick | | Bakmi Ahok | | Bakmi Oukie | |
|--------------------|--------|------------|-------|------------|-------|-------------|-------|
| | | Rating | Score | Rating | Score | Rating | Score |
| Pelayanan | 0,21 | 4 | 0,84 | 3 | 0,63 | 2 | 0,42 |
| Harga | 0,30 | 4 | 1,20 | 4 | 1,20 | 3 | 0,90 |
| Nama Usaha | 0,06 | 2 | 0,12 | 3 | 0,18 | 4 | 0,24 |
| Promosi | 0,09 | 3 | 0,27 | 2 | 0,18 | 3 | 0,27 |
| Fasilitas | 0,14 | 2 | 0,28 | 2 | 0,28 | 4 | 0,56 |
| Modal Usaha | 0,10 | 2 | 0,20 | 3 | 0,30 | 2 | 0,20 |
| Lokasi | 0,10 | 3 | 0,30 | 4 | 0,40 | 2 | 0,20 |
| Total | 1,00 | | 3,21 | | 3,17 | | 2,79 |

Sumber: Bakmi Nick's, 2024

K. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT adalah evaluasi keseluruhan dari kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) perusahaan. analisis SWOT berguna untuk memantau lingkungan pemasaran secara internal dan eksternal. Lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang (Opportunities) memiliki arti adanya kesempatan menguntungkan dimana kesempatan ini dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sedangkan ancaman (Threats) memiliki arti kondisi dimana adanya faktor-faktor yang memiliki potensi untuk memberikan kerugian bagi perusahaan. Lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan (Strength) memiliki arti keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan pesaing sedangkan kelemahan (Weaknesses) adalah tantangan atau keadaan dimana ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan agar tetap dapat unggul dalam bersaing dengan para pesaing

Berikut adalah analisis SWOT dari *Bakmi Nick's*:



1. Kelebihan

a. Pelayanan Baik dan Penyajian Cepat

Pelayanan Baik di Restoran Bakmi Nick menghadirkan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pelanggan, dengan staf yang ramah dan responsif untuk memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik. Penyajian Cepat kami juga menjadi prioritas utama, sehingga pelanggan dapat menikmati hidangan bakmi yang lezat dalam waktu singkat tanpa mengorbankan kualitasnya.

b. Harga yang bersaing

Harga yang ditetapkan oleh *Bakmi Nick's* untuk produk Bakmi tentunya akan bersaing dengan para pesaing. Selain harganya yang bersaing, tentunya harga yang ditetapkan sudah berdasarkan perhitungan agar tidak mengalami kerugian.

c. Promosi yang menarik

Bakmi Nick's akan membuat konten pada media sosial yang menarik dan aktif. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian para calon pembeli karena dapat dilihat bahwa saat ini media sosial merupakan media paling efektif untuk melakukan pemasaran dan menjangkau target pasarnya. Media sosial *Bakmi Nick's* akan digunakan sebagai tempat berjualan, memberikan informasi apabila ada diskon, giveaway, cara order, cara menyampaikan keluhan, price list, testimoni, games dan lain-lain.

d. Lokasi yang Strategis

Dengan Lokasi yang Strategis, Restoran Bakmi Nick dapat memberikan kenyamanan dan aksesibilitas bagi para pelanggan. Terletak di pusat kota yang ramai atau dekat dengan area perkantoran, kami memastikan bahwa pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi kami untuk menikmati hidangan bakmi yang lezat dan pengalaman makan yang menyenangkan.

a.

b.

c.

d.

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,

- 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.

a.

b.

c.

d.

e.

f.

g.

h.

i.

j.

k.

l.

m.

n.

o.

p.

q.

r.

s.

t.

u.

v.

w.

x.

y.

z.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

gg.

hh.

ii.

jj.

kk.

ll.

mm.

nn.

oo.

pp.

qq.

rr.

ss.

tt.

uu.

vv.

ww.

xx.

yy.

zz.

aa.

bb.

cc.

dd.

ee.

ff.

2. Kelemahan

a. **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)** Nama Usaha masih perlu membangun brand image agar semakin dikenal

Bakmi Nick's merupakan bisnis yang baru akan memulai usahanya sehingga belum memiliki brand image yang baik dan diketahui oleh masyarakat. Karena *Bakmi Nick's* belum dikenal baik oleh konsumen tentunya hal ini memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk suatu usaha. Hal ini tentunya menjadi kelemahan karena dapat kalah bersaing dengan para pesaing yang sudah lebih dikenal oleh konsumen.

Fasilitas yang masih belum maksimal

Bakmi Nick's menyadari bahwa ada beberapa kelemahan dalam fasilitas kami. Kami sedang berupaya untuk memperbaiki masalah keterbatasan ukuran ruang tunggu yang terbatas. Meskipun demikian, kami berjanji untuk terus meningkatkan fasilitas kami demi kenyamanan dan kepuasan para pelanggan setia kami.

b. **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang** Modal usaha yang terbatas.

Bakmi Nick's merupakan usaha baru dengan modal terbatas, yang mengakibatkan keterbatasan dalam produksi. Keterbatasan modal ini menjadi kelemahan karena kami tidak dapat menghasilkan variasi produk yang terlalu banyak. Meskipun demikian, kami tetap berkomitmen untuk menyajikan hidangan bakmi berkualitas dan akan berupaya untuk memaksimalkan kreativitas kami dalam merancang menu yang menarik bagi para pelanggan..

3. Peluang

a. **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang** Bakmi merupakan makanan yang dapat dimakan oleh semua kalangan

Dapat diketahui bahwa banyak masyarakat yang dapat menjadi target pasar dari usaha *Bakmi Nick's* baik dari anak muda hingga orang tua, baik berjenis kelamin



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - 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.

perempuan ataupun laki-laki, dan menjangkau masyarakat kota Jakarta dan sekitarnya.

Kemudahan pesan antar melalui aplikasi

Saat ini masyarakat sudah terbiasa menggunakan aplikasi pesan antar makanan seperti Grabfood, Gofood, ataupun Shopeefood. Bakmi Nick's pun melihat ini sebagai peluang dikarenakan Bakmi Nick's belum memiliki tempat yang cukup luas.

Varian rasa yang masih dapat di inovasikan

Pada produk bakmi umumnya banyak ditemukan bakmi rasa ayam, B2, dan lain-lain. Tetapi varian rasa baru juga masih dapat diciptakan dan akan menjadi peluang bagi perusahaan. Salah satu contoh varian baru tersebut adalah bakmi rasa ubi, atau bakmi ijo yang menggunakan bahan – bahan sayur.

Kemudahan melakukan promosi melalui media sosial

Saat ini sebagian besar masyarakat tentunya memiliki media sosial sehingga promosi melalui media sosial merupakan pilihan yang tepat bagi sebuah perusahaan. Hal ini disebabkan karena promosi melalui media sosial memberikan banyak keuntungan seperti biaya pemasaran yang murah, target pasar yang tak terbatas, kemudahan dalam menyebarkan informasi seputar perusahaan, dan lain-lain

4. Ancaman

a. Harga bahan baku yang dapat meningkat sewaktu-waktu

Untuk beberapa bahan baku yang digunakan dalam pembuatan Bakmi, Bakmi Nick's tentunya ada yang dapat meningkat sewaktu-waktu. Tentunya hal ini menjadi ancaman karena apabila bahan baku meningkat maka keuntungan perusahaan juga menurun.

b. Adanya pesaing baru

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Pesaing baru untuk usaha bakmi tentunya akan mudah bertambah. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam memulai usaha ini, kemudahan dalam memperoleh bahan bakunya, kemudahan dalam mendapatkan resep, dan lain-lain.

Matrix SWOT adalah penyesuaian penting yang membantu penyusun strategi mengembangkan empat tipe strategi : strategi SO (Strengths - Opportunities), strategi WO (Weaknesses - Opportunities), strategi ST (Strength – Threats), dan strategi WT (Weaknesses - Threats). Berikut adalah penjelasan strategi tersebut :

1. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Para manajer menginginkan organisasi mereka berada pada situasi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari perkembangan lingkungan eksternal.
2. Strategi WO bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Tanpa disadari peluang lingkungan eksternal datang namun perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalangnya untuk memanfaatkan peluang tersebut.
3. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh ancaman lingkungan eksternal. Organisasi yang kuat tidak berarti selalu menghadapi ancaman eksternal.
4. Strategi WT adalah strategi bertahan yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan eksternal. Organisasi yang menghadapi beberapa ancaman eksternal dan kelemahan internal kemungkinan berada dalam posisi yang tidak aman, bahkan harus berjuang untuk kelangsungan hidupnya

- 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,
 - 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.



(C)

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

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,
 - 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.

Table 3.3

Table Matrix SWOT Bakmi Nick's

| SW | Strength | Weakness |
|---|---|--|
| OT | <p><i>Opportunity</i></p> <p>1. bakmi merupakan makanan favorit yang disukai semua kalangan</p> <p>2. kemudahan pesan antar melalui aplikasi</p> <p>3. varian rasa yang masih dapat diinovasikan</p> <p>4. kemudahan berpromosi melalui media sosial</p> | <p><i>Strategi SO</i></p> <p>1. Melakukan promosi secara online melalui media sosial dan aplikasi pesan antar (S2, S3, S4; O1, O2, O4)</p> <p>2. Mengembangkan dan melakukan inovasi varian produk sesuai trend yang berlangsung (S1, S3; O1, O3)</p> <p>3. Menggunakan Packaging yang menarik dan aman dalam pengantaran (S1, S3; O2, O3)</p> |
| Threat | Strategi ST | Strategi WT |
| <p><i>Threat</i></p> <p>1. harga bahan yang dapat meningkat sewaktu-waktu</p> <p>2. adanya pesaing baru</p> | <p>1. Terus melakukan inovasi produk untuk menghadapi pesaing baru (S1, S3, S4; T2)</p> <p>2. Bekerjasama dengan supplier bahan baku yang berkualitas dan terpercaya (S1, S4; T1)</p> <p>3. Membangun loyalitas pelanggan dengan memperhatikan kualitas produk dan pelayanan (S1; T2)</p> <p>4. Memberikan promo seperti discount 20% untuk meningkatkan penjualan (S2, S4; T2)</p> | <p><i>Strategi WO</i></p> <p>1. memaksimalkan digital marketing di media sosial dan melakukan Kerjasama dengan influencer (W1; O1, O2, O4)</p> <p>2. Meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanan yang ada melalui informasi di internet dan dari orang yang sudah berpengalaman dibidang kuliner (W2, W3; O3, O4)</p> <p>3. melakukan ekspansi dengan membuka cabang diberbagai tempat yang strategis (W1; O1, O3)</p> <p>4. Membuat promo menarik agar adanya brand awerness (W1; O1, O3, O4)</p> |

Sumber : Bakmi Nick's



Berdasarkan analisis SWOT yang telah dibuat, *Bakmi Nick's* memiliki strategi-strategi yang dapat membantu perusahaan dalam menghadapi masalah yang akan dihadapi dan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang dimiliki. Strategi tersebut dikelompokan berdasarkan jangka waktu pelaksanaannya, antara lain:

Strategi SO

- 1) Melakukan promosi secara online melalui media sosial dan aplikasi pesan antar (S2, S3, S4, O1, O2, O4)

Keunggulan-keunggulan yang dimiliki *Bakmi Nick's* yang meliputi kualitas produk dan pelayanan, varian rasa yang banyak dan harga yang bersaing dapat dimanfaatkan sebagai bahan materi promosi secara online melalui media sosial guna menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian dan juga memanfaatkan gaya hidup konsumen yang sudah terbiasa melakukan pesan antar makanan melalui aplikasi

- 2) Mengembangkan dan melakukan inovasi varian produk sesuai trend yang berlangsung (S1, S3; O1, O3)

Bakmi Nick's terus mengembangkan dan berinovasi dalam menciptakan varian produk yang sesuai dengan tren saat ini. Ini berarti kami secara aktif mengamati perubahan dan preferensi pasar, serta menggali inspirasi dari tren makanan yang sedang berkembang. Dengan pendekatan ini, kami berusaha untuk menyajikan kepada pelanggan kami varian produk yang segar, menarik, dan selaras dengan selera mereka, sehingga tetap relevan dan diminati di pasar yang terus berubah."

- 3) Menggunakan Packaging yang menarik dan aman dalam pengantaran (S1, S3; O2, O3)

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,
 - 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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Melihat adanya peluang yang ada yaitu perilaku masyarakat yang menyukai hal yang praktis dan menarik, maka *Bakmi Nick's* akan menyajikan produknya menggunakan packaging yang menarik dan aman dalam pengantaran. Hal ini pun menjadi keunggulan dibandingkan pesaing lainnya.

Strategi ST

- 1) Terus melakukan inovasi produk untuk menghadapi pesaing baru (S1, S3, S4; T2)
Bakmi Nick's berkomitmen untuk terus melakukan inovasi produk guna mengantisipasi kehadiran pesaing baru di pasar. Dengan mengembangkan ide-ide kreatif dan merancang produk-produk yang unik, kami memastikan bahwa kami tetap menjadi pilihan utama pelanggan. Inovasi produk kami tidak hanya membantu kami mempertahankan posisi kami di pasar, tetapi juga memungkinkan kami untuk terus berkembang dan menarik minat pelanggan baru.
- 2) Bekerjasama dengan supplier bahan baku yang berkualitas dan terpercaya (S1, S4; T1)
Untuk menghadapi harga bahan baku yang dapat meningkat sewaktu-waktu, *Bakmi Nick's* bekerja sama dengan supplier bahan baku berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau agar *Bakmi Nick's* dapat memberikan produk dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau bagi konsumen

- 3) Membangun loyalitas pelanggan dengan memperhatikan kualitas produk dan pelayanan (S1; T2)
Bakmi Nick's fokus pada membangun loyalitas pelanggan dengan memprioritaskan kualitas produk dan pelayanan yang kami berikan. Dengan memberikan pengalaman yang luar biasa kepada setiap pelanggan melalui produk-produk berkualitas dan pelayanan yang ramah serta responsif, kami berupaya untuk menciptakan hubungan yang kokoh dan saling

menguntungkan. Kami percaya bahwa dengan memperhatikan setiap detail dari produk dan pelayanan kami, kami dapat memperkuat loyalitas pelanggan kami dan menjaga kepercayaan mereka dalam jangka panjang.

- 4) Memberikan promo seperti discount 20% untuk meningkatkan penjualan (S2, S4; T2)

Saat bahan baku mengalami kenaikan, maka cost produk akan meningkat. Untuk mengurangi kerugian maka *Bakmi Nick's* memberikan promo untuk meningkatkan penjualan. *Bakmi Nick's* menghadirkan promo seperti discount 20%.

Strategi WO

- 1) memaksimalkan digital marketing di media sosial dan melakukan Kerjasama dengan influencer (W1; O1, O2, O4)

Pesatnya perkembangan teknologi terutama penggunaan media sosial membuat peredaran informasi lebih cepat beredar. *Bakmi Nick's* merupakan brand baru yang belum banyak diketahui banyak orang. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan oleh *Bakmi Nick's* secara efektif yaitu mempromosikan brand melalui media sosial dengan memanfaatkan fitur-fitur *ads*, membuat konten yang menarik, dan konsisten serta bekerja sama dengan influencer sehingga dapat menjangkau konsumen *Bakmi Nick's*. Walaupun masyarakat luas tidak dapat melihat fisik outlet fisik *Bakmi Nick's*, setidaknya masyarakat mengetahui dan mengenal produk *Bakmi Nick's* melalui media sosial.

- 2) Meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanan yang ada melalui informasi di internet dan dari orang yang sudah berpengalaman dibidang kuliner (W2, W3; O3, O4).

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

©

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

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,
 - 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.

Saat ini teknologi berkembang sangat pesat membuat informasi yang beredar sangat luas dijangkau dan sangat cepat dalam mendapatkan informasi. Informasi dalam meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanan dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti internet, media sosial dan dapat belajar dari orang yang berpengalaman dalam bidang food and beverages. Hal ini dapat berguna dalam keberlangsungan bisnis guna menjaga kualitas pelayanan yang ada agar konsumen melakukan pembelian ulang.

- 3) Melakukan ekspansi dengan membuka cabang diberbagai tempat yang strategis (W1; O1, O3)

Bakmi Nick's melakukan ekspansi dengan membuka cabang-cabang di berbagai lokasi yang strategis. Dengan memilih lokasi-lokasi yang tepat, kami ingin memperluas jangkauan layanan kami sehingga dapat lebih mudah diakses oleh pelanggan dari berbagai wilayah. Ekspansi ini memungkinkan kami untuk memperluas cakupan pasar kami, memperkenalkan merek kami kepada lebih banyak orang, dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis kami secara keseluruhan."

- 4) Membuat promo menarik agar adanya brand awerness (W1, O1, O3, O4)

Bakmi Nick's merupakan bisnis baru yang dimana belum banyak orang yang tahu bisnis ini. Oleh karena itu *Bakmi Nick's* menggunakan strategi membuat promo menarik yang bertujuan agar masyarakat menjadi tertarik untuk mencoba produk dan lebih mengenal *Bakmi Nick's*. Promosi ini dilakukan melalui media sosial agar dapat menjangkau konsumen lebih luas.

- 5) Strategi WT

- 1) Mengoptimalkan digital marketing melalui media sosial (W1; T2)

Bakmi Nick's merupakan bisnis yang baru merintis didunia kuliner maka belum banyak orang yang mengenalnya. Oleh karena itu, *Bakmi Nick's* menerapkan strategi yang efektif yaitu mengoptimalkan digital marketing di media sosial dengan memanfaatkan fitur ads, membuat konten yang menarik secara konsisten dan melakukan endorsement kepada influencer dibidang kuliner ataupun bukan bidang kuliner agar dapat menjangkau masyarakat luas dan dapat dikenal oleh banyak orang. Dengan dikenalnya *Bakmi Nick's* oleh masyarakat luas maka brand dapat bersaing dengan pesaing lainnya ataupun pendatang baru.

- 2) Membuat SOP produk dan pelayanan agar kualitasnya terjaga (W1,W2; T2)
- Tujuan pembuatan Standar Operasional Prosedur atau SOP dibuat dengan harapan dapat menciptakan ukuran standar kerja yang dapat memberikan karyawan sebuah cara untuk meningkatkan kualitas kerja serta memudahkan perusahaan untuk melakukan evaluasi program atau kinerja. Bakmi Nick's membuat SOP yang efektif, mudah dipahami dan diikuti oleh seluruh staff untuk meningkatkan kinerja bisnis, keteraturan dan efesiensi manajemen, serta menjaga kualitas produk maupun pelayanan secara konsisten. Kualitas dan mutu produk yang terjamin akan memberikan kepuasan konsumen dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen sehingga bisnis bisa bertahan, dapat bersaing dengan pesaing lainnya, dan dapat terus berkembang.
- 3) Menarik investor untuk membantu melakukan ekspansi usaha (W1,W3; T2)
- Bakmi Nick's berusaha untuk menarik investor guna mendukung ekspansi usaha kami. Dengan menawarkan kesempatan investasi yang menarik, kami berharap untuk menjalin kemitraan yang saling menguntungkan dengan investor yang berbagi visi dan nilai kami. Dukungan finansial dari investor

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



akan memungkinkan kami untuk melakukan ekspansi lebih cepat dan lebih efisien, serta memperluas jangkauan bisnis kami ke pasar yang lebih luas, sehingga menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih besar bagi semua pihak yang terlibat.

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

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.