



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

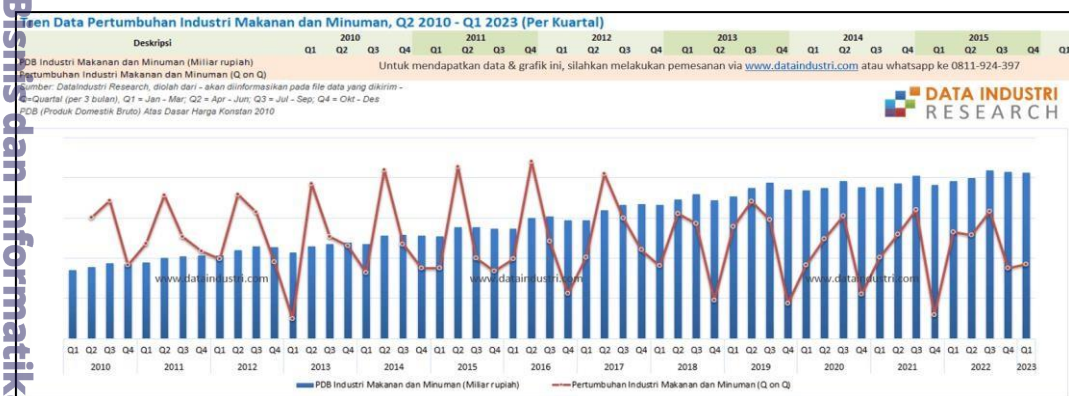
A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Industri makanan dan minuman terus mengalami pertumbuhan yang pesat dan tidak henti-hentinya melakukan ekspansi. Khususnya akhir-akhir ini, terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah perusahaan di sektor makanan dan minuman, dengan setiap perusahaan berupaya untuk mengungguli perusahaan lain dalam menghasilkan inovasi produk dan layanan yang unggul.

Dari sisi kinerja perekonomian, sektor makanan dan minuman Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 2,54 persen mencapai total Rp775,1 triliun pada tahun 2020 hingga 2021. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), produk domestik bruto (PDB) nasional Industri makanan dan minuman berdasarkan harga berlaku mencapai Rp1,12 kuadriliun pada tahun 2021. Angka tersebut mewakili 38,05 persen PDB industri pengolahan nonmigas dan menyumbang 6,61 persen PDB nasional yang berjumlah Rp16,97 kuadriliun.

Gambar 3. 1

Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Tahun 2010-2023



Sumber : Data Industri, 2023



B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing melibatkan studi rinci tentang bisnis pesaing untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan mereka sehingga memungkinkan penilaian potensi peluang dan ancaman.

Oleh karena itu, untuk pertumbuhan bisnis, pengusaha harus mengumpulkan analisis pesaing untuk merancang strategi efektif agar dapat mengungguli pesaing mereka. Aspek penting yang harus dievaluasi selama analisis pesaing meliputi perbandingan kualitas produk, daya saing harga, kegiatan promosi, jaringan distribusi, dan kualitas layanan pelanggan.

Analisis yang dilakukan penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, mengidentifikasi sejumlah kompetitor yang menghadirkan produk serupa dengan yang disediakan oleh *Mama's Kitchen*.

Tabel 3.1

Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Sweetation Lokasi : Kalideres, Jakarta Barat Harga : 25.000-45.000	-Kualitas dan estetika produk yang baik -Pelayanan yang komunikatif dan cepat tanggap -Proses pemesanan yang cepat -Kemasan yang baik dan aman	-Harga yang cukup tinggi
Yuns Sweet Lokasi : Tangerang Harga : 18.000-30.000	-Kualitas dan estetika produk yang baik -Harga yang bersahabat -Deskripsi produk yang lengkap dan informatif	-Kemasan yang kurang aman -Proses pemesanan yang cenderung lama

Sumber : Review Konsumen Sweetation dan Yuns Sweets dari Tokopedia dan Shopee

Berdasarkan tabel di atas, bisa dilihat bahwa kedua merek tersebut memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Sweetation merupakan suatu *brand* yang sudah lama berdiri dan sudah banyak memiliki variasi menu. Pelayanan dan proses



pemesanan Sweetation juga sangat baik dan cepat karena dapat memproses order hanya dalam 1 hari saja. Namun, harga yang ditawarkan relatif tinggi apabila dibandingkan dengan ukuran yang didapatkan. Yuns Sweets merupakan *brand* yang memiliki 1 menu dengan beberapa varian produknya yaitu *icing cookies*. Harga yang ditawarkan juga masih bersahabat. Akan tetapi, Yuns Sweet masih memiliki sistem *preorder* selama 3-5 hari dan kemasan yang kurang aman. Hal tersebut dilihat dari beberapa *review* konsumen dibawah ini :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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


Gambar 3.2

Review Sweetation di Tokopedia


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


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

★★★★★ 4 bulan lalu


 **Silvia**

Uda sampai.. lucu kemasan rapi.. syg nya trmasuk kecil untuk harga sgt.. agak pricey jadinya 🙄




 Membantu Lihat Balasan ▾


★★★★★ 5 bulan lalu

 **Shelli**


seller komunikatif, order malam, dibuatin n dikirim scptnya sbkm sore. cookiesnya juga enak anak2 senang. thanks


 Membantu Lihat Balasan ▾

★★★★★ 12 bulan lalu

 **Isti**

Hampersnya lucu sesuai gambar dan deskripsi. Kondisi barang diterima dengan aman, ga ada defect.



 Membantu Lihat Balasan ▾

Sumber : Tokopedia



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 3.3

Review Yuns Sweets di Shopee

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



m****p



2024-01-16 08:41 | Variasi: Skellington - M

Cookies nya cute & enakkk thank you seller! 🍪

Sayang yg frankenstein cookies nya patah, next bisa perbanyak lagi bubble nya 🧡



i****j



2023-12-22 14:57 | Variasi: Frosty —M

plastik ny sobek



Winter Christmas Cookies (Xmas coll...

Variasi: Frosty —M



Winter Christmas Cookies (Xmas coll...

Variasi: Ice Bear —M



u****e



2024-04-03 14:59 | Variasi: Bag S = 15pcs

as always, gemesin lucuu



Eid Mubarak Minis (Ramadan Collecti...

Variasi: Bag S = 15pcs



Eid Mubarak Minis (Ramadan Collecti...

Variasi: Bag XS = 7pcs

Sumber : Shopee



C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL yang mencakup faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum, berfungsi sebagai alat untuk meneliti lingkungan eksternal suatu bisnis. Hal ini memberikan wawasan baru mengenai peluang pertumbuhan potensial bagi perusahaan atau bisnis, sekaligus mengidentifikasi kemungkinan ancaman. Dengan analisis ini, pengusaha dapat memahami secara komprehensif risiko dan peluang yang terkait dengan lingkungan eksternalnya.

Memahami semua risiko yang terkait dengan ekspansi atau kontraksi, posisi, potensi, dan lintasan strategis suatu bisnis akan memberdayakan perusahaan untuk berkembang secara lebih efektif. Berikut ini adalah temuan dari analisis PESTEL penulis yang dilakukan di *Mama's Kitchen*:

1. Politik (*Politic*)

Segala kegiatan usaha harus mematuhi peraturan perundang-undangan pemerintah yang berlaku. Kepatuhan terhadap mandat pemerintah, termasuk perubahan kebijakan, sangatlah penting karena hal ini dapat mempengaruhi keberlanjutan bisnis secara signifikan. Khususnya pengurangan pajak bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sesuai Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 yang menetapkan tarif pajak final sebesar 0,5% atas penghasilan dari kegiatan usaha bagi wajib pajak dalam jangka waktu tertentu. kelompok peredaran bruto, dan membatasi jumlah kena pajak bagi UMKM tidak lebih dari 4,8 miliar rupiah dalam satu tahun fiskal, merupakan pertimbangan penting.

Pengaruh untuk bisnis *Mama's Kitchen* sendiri adalah diberikan bantuan dari pemerintah dalam mengembangkan bisnis dan diberikan keringanan dalam membayar pajak. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah ini sangat membantu *Mama's Kitchen* sebagai UMKM agar lebih luas lagi. Kebijakan pemerintah ini juga



memberikan dampak positif pada lingkungan sekitar sehingga membuka peluang bagi bisnis *Mama's Kitchen*.

2. Ekonomi (*Economic*)

Dalam bidang ekonomi, beberapa faktor dapat mempengaruhi lanskap keuangan, termasuk pertumbuhan ekonomi, suku bunga, nilai tukar, dan tingkat inflasi. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi akan meningkatkan daya beli konsumen, suatu perkembangan yang terjadi ketika pertumbuhan tersebut berdampak positif terhadap masyarakat.

Gambar 3.4

Grafik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia



Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)

Dari grafik di atas dapat terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini dapat dikatakan baik karena PDB Indonesia tahun 2023 meningkat sebesar 5.05% dari tahun 2022. Peningkatan ini dapat diperkirakan akan terus bertumbuh dan tentunya akan meningkatkan daya beli masyarakat.

Peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan ini mendorong ekspansi bisnis dan meningkatkan permintaan akan makanan sehingga berpotensi menguntungkan perusahaan seperti *Mama's Kitchen* dengan meningkatnya permintaan terhadap produk. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa ekonomi di Indonesia dapat dijadikan peluang bagi *Mama's Kitchen* dengan pengembangan bisnis karena daya beli masyarakat yang stabil dan mengalami peningkatan.



3. Sosial (Sosial)

Ⓒ Elemen sosiokultural memainkan peran penting dalam dunia bisnis, karena elemen tersebut terkait erat dengan perilaku konsumen yang pada gilirannya, membentuk pemikiran, sikap, dan tindakan individu dalam berbagai konteks. Ini dari faktor sosial terletak pada preferensi gaya hidup dan tren masyarakat yang berlaku.

Dari perspektif ini, *Mama's Kitchen* menonjol karena sajiannya yang memberikan kesan mewah dan prestise. Hal ini menempatkan konsumen untuk merasakan suatu bentuk kebanggaan tersendiri saat membeli di *Mama's Kitchen*, terutama saat memamerkan produk tersebut ke kalangan sosialnya. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikatakan sosial di Indonesia menjadi peluang bagi *Mama's Kitchen* dengan gaya hidup masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman dan ingin menunjukkan kesan mewah.

4. Teknologi (*Technology*)

Kemajuan teknologi yang tiada henti telah meningkatkan kenyamanan manusia secara signifikan, mengubah komunikasi dari era menulis surat menjadi kemudahan berkirim pesan hanya dengan satu ketukan di layar *smartphone*. Selain itu, kemajuan tersebut juga memberikan kemudahan dalam pembelian barang melalui aplikasi *smartphone*.

Lonjakan evolusi teknologi ini berdampak positif pada *Mama's Kitchen*, terutama sejak awal pandemi yang telah mengubah perilaku konsumen dari yang didominasi belanja *offline* menjadi lebih memilih pembelian melalui media sosial atau ponsel pintar. Pergeseran ini mempermudah proses pemesanan atau pembelian kue dari *Mama's Kitchen*. Meningkatnya pengaruh media sosial, yang dipicu oleh meluasnya penggunaan internet, memnghadirkan peluang berharga bagi *Mama's*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBIKKG (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.



Kitchen untuk memperkuat visibilitas merek dan memasarkan produk secara lebih efektif kepada khalayak yang lebih luas. Akan tetapi, ini juga menjadi ancaman bagi *Mama's Kitchen* karena banyaknya kompetitor yang membuka usaha sejenis melalui informasi dari internet.

5. Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan ini merupakan dampak apa yang *Mama's Kitchen* berikan pada lingkungan sekitar perusahaan yang nantinya dapat berpengaruh terhadap pemikiran masyarakat yang ada di lingkungan tersebut. Setiap bisnis tentunya ada pengaruh terhadap lingkungan, salah satunya limbah. Dalam proses produksi *Mama's Kitchen* ada banyak sekali limbah yang terbuang, terutama limbah plastik. Limbah plastik ini disebabkan setiap kue yang dibuat membutuhkan kurang lebih 10 kantong plastik segitiga. Maka, dari aspek lingkungan ini adalah menjadi ancaman bagi *Mama's Kitchen* karena belum bisa memproduksi produk secara ramah lingkungan.

6. Hukum (*Legal*)

Aspek hukum sangat penting bagi setiap pengusaha yang memulai usaha bisnis, karena aspek hukum merupakan landasan bagi operasional bisnis yang sah. Aspek-aspek ini mencakup prasyarat hukum untuk pendirian usaha, memastikan kelancaran operasional. Dokumen sah yang diperlukan untuk mendirikan usaha antara lain :

- Pengisian akta pendirian perusahaan
- Menyiapkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pelaku usaha perseorangan
- Nomor Induk Berusaha (NIB)

Kemudahan yang diberikan pemerintah memberikan peluang pada *Mama's Kitchen* karena sudah memiliki berbagai perizinan usaha.

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:

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



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

Business Model)

Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model menurut Porter dalam David (2017:229), *“Porter’s Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries”*.

Analisis ini penting untuk pengembangan bisnis, membantu pengusaha memahami persiapan yang diperlukan dan membuat keputusan yang tepat mengenai pertumbuhan bisnis dan perluasan pasar. Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri menurut Porter :

Gambar 3.5

Porter’s Five Forces Model



Sumber : Fred R. David (2017 : 229), *Strategic Management*

1. *Rivalry among competing firms* (Persaingan antar perusahaan yang ada)

Dalam bisnis mana pun, persaingan tidak bisa dihindari karena banyak pengusaha yang melihat peluang serupa dalam suatu kategori produk. Lingkungan yang kompetitif ini memerlukan perlombaan untuk menghadirkan produk dan layanan yang unggul, di samping perluasan pasar yang strategis. Untuk mencapai keunggulan dalam ruang kompetitif ini memerlukan strategi yang dirancang dengan baik, menerapkan inovasi produk, memperluas jangkauan pasar, dan merancang strategi alternatif untuk memitigasi potensi risiko bisnis.



Mama's Kitchen, yang bergerak di sektor kue dan roti yang sangat kompetitif,

persaingannya sangat ketat. Walaupun *Mama's Kitchen* masih belum bisa menawarkan produk pada konsumen dengan permintaan yang besar disebabkan belum mampu untuk produksi secara massal dalam waktu yang singkat, tetapi *Mama's Kitchen* membedakan dirinya dengan proposisi penjualannya yang unik, termasuk produk yang khas, kualitas luar biasa, dan harga kompetitif yang tidak umum tersedia di pasar.

Selain itu, *Mama's Kitchen* memberikan layanan dan kualitas yang lebih daripada kompetitor. Fokus tersebut diwujudkan melalui pelayanan pelanggan yang patut dicontoh, dimana pembelian kue dari *Mama's Kitchen* memberikan nilai tambah, seperti panduan penyimpanan kue dan penyediaan piring, pisau, garpu, dan lilin sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

2. *Potential entry of new competitors* (Ancaman Pendatang Baru)

Walaupun kompetitor masih belum banyak disebabkan produk yang sulit untuk diproduksi, Akan tetapi, tetap waspada terhadap potensi pendatang baru di pasar memungkinkan dunia usaha untuk merancang strategi yang membantu mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dan memperkirakan potensi tantangan di masa depan.

Mama's Kitchen, yang mengkhususkan diri dalam pembuatan campuran kue dan *cookies* yang inovatif, menyadari *margin* keuntungan dan permintaan pasar yang signifikan dalam produk ini. Mengingat faktor-faktor ini, bisnis menghadapi risiko besar masuknya pesaing baru ke pasar, sehingga loyalitas pelanggan menjadi penting untuk mencegah konsumen beralih dan mencegah konsumen beralih ke merek pesaing. Untuk mengatasi ancaman ini, *Mama's Kitchen* berfokus tetap menjaga kualitas produk dan rasa yang tetap konsisten serta memaksimalkan teknologi digital

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.



untuk mengenalkan *brand Mama's Kitchen* agar memiliki *branding* yang baik dan selalu teringat di benak konsumen.

3. **Potential Development of Substitute Product** (Ancaman Produk Substitusi)

Produk pengganti menghadirkan pertimbangan yang signifikan bagi dunia usaha karena persaingan tidak hanya mencakup pesaing langsung, tetapi juga mencakup alternatif yang berpotensi memenuhi kebutuhan konsumen. *Mama's Kitchen* mengatasi tantangan ini dengan terus memberikan inovasi dan pengembangan produk yang sesuai dengan *request* konsumen agar konsumen akan terus berfokus pada produk *Mama's Kitchen*.

4. **Bargaining Power of Suppliers** (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)

Pemasok *Mama's Kitchen* sangat penting dalam menyediakan bahan baku yang diperlukan dan memastikan kualitas produknya memenuhi standar dalam jangka panjang. Namun, pemasok dapat mengecam untuk menaikkan harga bahan baku yang naik secara drastis. Daya tawar pemasok yang tinggi tentunya akan berpengaruh buruk pada perusahaan. Oleh karena itu, *Mama's Kitchen* menggunakan bahan baku yang cukup umum dan selalu melakukan *trial* alternatif bahan baku substitusi sehingga apabila daya tawar pemasok tinggi, bahan baku yang digunakan tetap mudah didapatkan dan memiliki banyak pemasok dengan harga yang bersaing.

5. **Bargaining Power of Customers** (Kekuatan Tawar Menawar Pembeli)

Peluang sebuah bisnis di industri makanan bisa dibilang cukup tinggi. Hal tersebut disebabkan banyak sekali usaha kuliner yang bermunculan saat ini, mulai dari yang skalanya kecil, menengah hingga yang besar. Banyak pebisnis juga berinovasi dengan produk yang sejenis. *Mama's Kitchen* memilih produk yang sesuai dengan preferensi dan nilai yang konsumen rasakan sehingga menumbuhkan identitas dan daya tarik tersendiri bagi merek yang menjamin loyalitas konsumen.

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 Gie



Kekuatan tawar-menawar pembeli dengan *Mama's Kitchen* dipengaruhi oleh penawaran uniknya, termasuk kreasi kue, cupcake, dan *bouquet* sehingga menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen.

E. Analisis Faktor – faktor kunci sukses (*Competitive Profile Matrix* / CPM)

Menurut David (2017:236), “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*”.

Yang dimana arti dari CPM adalah sebuah alat manajemen strategis yang penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan. Nilai CPM diukur dari *Critical Success Factors*, setiap faktornya diukur dalam skala yang sama. Indikator penilaian dalam CPM ada 2 yaitu *weight* dan *ratings*. *Weight* adalah bobot pada suatu presentase yang mengindikasikan seberapa penting *Critical Success Factor* yang dipilih untuk mencapai tujuan suatu perusahaan, sedangkan *ratings* adalah mengindikasikan sebagaimana baik dan bagusnya suatu perusahaan saat melakukan *Critical Success Factor* yang sudah ditentukan.

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Mama's Kitchen

Faktor sukses	Bobot	<i>Mama's Kitchen</i>		Sweetation		Yuns Sweet	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0.14	4	0.56	2	0.28	3	0.42
Rasa	0.15	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Estetika	0.14	4	0.56	4	0.56	3	0.42
Pelayanan	0.12	3	0.36	4	0.48	3	0.36
Promosi	0.11	2	0.22	3	0.33	3	0.33
Merek	0.11	2	0.22	3	0.33	2	0.22
Lokasi	0.11	3	0.33	3	0.33	2	0.22
Lama Pemesanan	0.12	2	0.24	3	0.36	2	0.24
Total	1		3.09		3.27		2.81

Sumber : Data Kuisiонер



Competitive Profile Matrix (CPM) membandingkan antara beberapa perusahaan

kompetitor dan menunjukkan data atau informasi mengenai kelemahan dan kelebihan perusahaan tersebut. *Rating* berkisar antara 4 sampai 1, di mana 4 berarti kekuatan utama, kekuatan 3 – minor, kelemahan 2 – minor dan 1 – kelemahan utama.

Berdasarkan tabel 3.2, angka bobot yang tercantum dalam tabel analisis *Competitive Profile Matrix* ditentukan dari hasil survei kuesioner dengan 50 responden. Berdasarkan tabel di atas, *Mama's Kitchen* memiliki dua kompetitor, yaitu *Sweetation* dan *Yuns Sweets*. Berikut penjelasan perbandingan *Mama's Kitchen* dengan kompetitor berdasarkan Tabel 3.2.

1. Harga Produk

Harga Produk merupakan salah satu faktor penting dalam toko kue karena bagaimanapun juga perilaku konsumen sangat sering membandingkan harga dengan kualitas serta pelayanan yang didapatkan. Pembelian kue memiliki bobot harga produk yang cukup besar yaitu 0.14 dimana harga produk merupakan faktor penting untuk konsumen dalam mempertimbangkan pembelian kue. *Mama's Kitchen* mendapatkan rating 4 karena harga yang ditetapkan *Mama's Kitchen* tergolong bersahabat jika dibandingkan dengan kompetitor sejenis dengan kualitas rasa dan estetika yang sama.

2. Cita Rasa Produk

Citra rasa produk ternyata juga merupakan hal penting dalam keputusan pembelian kue ulang tahun. Konsumen mungkin akan membeli untuk pertama kalinya karena harga dan estetika, tetapi jika tidak ada citra rasa produk yang baik, perusahaan akan kehilangan loyalitas dari konsumen. Pembelian kue memiliki bobot citra rasa produk yang paling besar yaitu 0.15 dimana citra rasa produk merupakan faktor penting untuk konsumen dalam mempertimbangkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



pembelian kue, terutama pembelian kembali. *Mama's Kitchen* mendapatkan rating 4 karena citra rasa produk yang diberikan *Mama's Kitchen* sangat lezat dan gurih karena menggunakan bahan-bahan berkualitas dan konsisten.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Estetika Produk

Estetika Produk dalam pembelian kue ulang tahun ternyata sangat penting karena ulang tahun dianggap momen spesial, sehingga konsumen cenderung ingin memberikan kenangan terbaik untuk merayakan momen tersebut. Oleh karena itu, estetika dari kue ulang tahun sangat diperhatikan oleh konsumen, mulai dari kerapihan produk, kesesuaian dengan desain, dan warna yang menarik.

4. Pelayanan yang baik

Pelayanan yang baik menambah tingkat kepuasan pelanggan yang mana konsumen akan merasa terbantu. Pelayanan yang baik menambah kemungkinan bagi konsumen untuk *repeat order* bahkan memberikan loyalitasnya terhadap bisnis.

5. Promosi

Promosi atau diskon tentunya merupakan hal yang disukai masyarakat. Promosi membantu perusahaan menambah *brand awareness* dan tidak menutup kemungkinan untuk meningkatkan penjualan. Namun, sayangnya *Mama's Kitchen* masih belum banyak melakukan promosi dan hanya memberikan harga grosir jika pembelian dalam jumlah yang banyak.

6. Merek

Merek menjadi suatu kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Merek yang sudah dikenal dan dipercaya masyarakat akan menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan dalam penjualan, pengenalan produk, dan promosi.

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.



Rating Mama's Kitchen adalah 2 karena merek *Mama's Kitchen* masih belum dikenal oleh masyarakat luas.

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

7. Lokasi Usaha

Lokasi usaha menjadi faktor penting juga dalam pembelian kue ulang tahun dan *cookies*, karena kue ulang tahun dan *cookies* merupakan produk yang *fragile*, sehingga khususnya untuk produk kue ulang tahun harus menggunakan *delivery* mobil yang mana memiliki tarif yang cukup tinggi. Oleh karena itu, lokasi usaha yang jauh dari lokasi konsumen tentunya juga akan menjadi pertimbangan mengenai tarif pengiriman dan keamanan saat di perjalanan. *Mama's Kitchen* sendiri memiliki satu lokasi usaha saja, tetapi lokasi usahanya berada di perbatasan Jakarta Utara, Jakarta Pusat, dan dekat dengan Jakarta Barat. Selain itu, *Mama's Kitchen* juga akan mengembangkan usahanya dengan membuka cabang di tengah kota Jakarta Selatan, yaitu Kemang. Oleh karena itu, lokasi usaha *Mama's Kitchen* memiliki *rating* 3.

8. Lama Pemesanan (Sistem *preorder*)

Ternyata dalam pembelian kue ulang tahun, sistem *preorder* kue ulang tahun memengaruhi keputusan pembelian. Terkadang ada konsumen yang lupa membeli kue ulang tahun sehingga melakukan *urgent order*. Namun, jika sistem pembelian *cake* adalah *preorder* selama beberapa hari, kemungkinan pembelian *urgent order* pastinya semakin kecil dan konsumen tersebut akan cenderung membeli ke tempat lain.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Definisi analisis SWOT menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:79), sebagai penilaian komprehensif terhadap *Strengths (S)*, *Weaknesses (W)*, *Opportunities (O)*, dan *Threats (T)* suatu perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Kekuatan adalah aspek keunggulan perusahaan, yang penting untuk melakukan benchmark terhadap pesaing. Peningkatan kekuatan ini dapat menyebabkan dominasi pasar pada sektor-sektor yang memerlukan kualitas lebih tinggi.

Kelemahan merupakan kelemahan yang dimiliki perusahaan, sehingga menjadi hambatan besar terhadap pertumbuhan. Mengatasi kelemahan ini sangat penting untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing.

Peluang adalah peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan perusahaan di masa depan, berperan penting dalam mencapai visi, misi, dan tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

Ancaman mengacu pada tantangan eksternal yang dapat menghambat operasi bisnis. Mengidentifikasi dan memitigasi ancaman-ancaman ini sangat penting untuk meminimalkan dampak buruk terhadap perusahaan.

Kerangka analisis SWOT ini membantu dalam membuat keputusan yang tepat dengan mengevaluasi perusahaan dari empat perspektif berbeda.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Mama's Kitchen* :

1. Kekuatan (*Strengths*)

- Cita rasa produk yang lezat dan gurih
- Estetika produk yang menarik
- Lokasi yang strategis, mencangkup
- Harga yang terjangkau
- Pelayanan serta informasi yang membantu konsumen

2. Kelemahan (*Weakness*)

- Merek yang belum dikenal masyarakat luas
- Sistem pemesanan yang masih *preorder*
- Promosi yang masih belum gencar

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.



3. Peluang (*Opportunities*)

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- a. Mudah mengembangkan usaha bidang kuliner
 - b. Gaya hidup masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman
 - c. Teknologi yang semakin canggih
 - d. Persaingan yang masih sedikit

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Proses produksi yang belum ramah lingkungan
- b. Tidak dapat menerima order secara massal dalam waktu yang singkat
- c. Kenaikan bahan baku yang drastis

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.



Tabel 3.3

Analisis SWOT Matrix

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<p>1. Ditarang 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, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>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>	<p>1. Cita rasa produk yang lezat dan gurih</p> <p>2. Estetika produk yang menarik</p> <p>3. Lokasi yang strategis</p> <p>4. Harga yang terjangkau</p> <p>5. Pelayanan serta informasi yang membantu konsumen</p>	<p>1. Merek yang belum dikenal masyarakat luas</p> <p>2. Sistem pemesanan yang masih <i>preorder</i></p> <p>3. Promosi yang masih belum gencar</p>
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<p>1. Mudah mengembangkan usaha bidang kuliner</p> <p>2. Gaya hidup masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman</p> <p>3. Teknologi yang semakin canggih</p> <p>4. Persaingan yang masih sedikit</p>	<p>1. Mengikuti <i>bazaar</i> dan pameran-pameran (S1,S2,S5,O1)</p> <p>2. Pemanfaatan teknologi yang membantu mengetahui harga pasar dan <i>trend</i> terkini (S4,O1,O3,O4)</p> <p>3. Lokasi yang mudah dicari dan pembelian yang mudah dilakukan (S3,S5,O3)</p> <p>4. Membuat <i>packaging</i> yang menarik dan elegan (S2,O2)</p> <p>5. Bahan baku yang berkualitas dan membuat produk yang inovatif (S1,O1)</p>	<p>1. Memberikan promosi menggunakan media sosial dan <i>e-commerce</i> untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> (W1,W3,O1,O3)</p> <p>2. Meng-<i>endorse</i> artis dan <i>Influencer</i> yang sesuai target pasar (W1,W3,O2,O3)</p> <p>3. Menjamin kesesuaian desain permintaan konsumen lebih dari 90% dan menerima desain yang kompleks (W2,O4)</p> <p>4. Menyediakan <i>display</i> dan tester produk-produk <i>Mama's Kitchen</i> pada toko untuk meyakinkan calon konsumen yang masih ragu untuk membeli produk (W1,W2,O4)</p>
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>1. Proses produksi yang belum ramah lingkungan</p> <p>2. Kompetitor dapat menerima order secara massal dalam waktu yang singkat</p> <p>3. Kenaikan bahan baku yang drastis</p>	<p>1. Mengganti alternatif perlengkapan plastik menjadi silikon yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama (S4,S5,T1)</p> <p>2. Melakukan uji coba untuk mendapatkan bahan pengganti agar dapat memberikan kualitas yang maksimal (S1,S2,T3)</p> <p>3. Memberikan promosi harga pembelian grosir untuk minimum kuantitas 100pcs jika mau mengikuti sistem <i>preorder</i> (S4,T2)</p> <p>4. Membuka <i>open kitchen</i> dan <i>cake decorating class</i> agar konsumen tertarik dan menjadi nilai tambah tersendiri (S2,S3,T3)</p>	<p>1. Merekrut tenaga kerja yang terlatih dan berpengalaman (W2,T2)</p> <p>2. Konsisten dalam melakukan inovasi produk dan promosi agar terus mendapatkan loyalitas konsumen (W1,W3,T3)</p> <p>3. Kolaborasi dengan <i>brand-brand</i> yang lebih ternama (W1,W3,T1)</p>

Sumber : *Mama's Kitchen*, 2024



1. Strategi SO

a. Mengikuti *bazaar* dan pameran-pameran (S1,S2,S5,O1)

Dengan mengikuti *bazaar-bazaar* dan pameran, *Mama's Kitchen* sudah siap untuk lebih memperluas pasarnya. Dari cita rasa, harga, estetika, pelayanan, serta kemasan yang sudah siap atau bahkan melebihi standar untuk mengikuti pameran dan *bazaar*. Sehingga *Mama's Kitchen* dapat mendominasi dan mencolok saat berada di pameran atau *bazaar*.

b. Pemanfaatan teknologi yang membantu mengetahui harga pasar dan *trend* terkini (S4,O1,O3,O4)

Teknologi masa kini tidak hanya membantu untuk mempromosikan produk yang dijual tetapi juga bisa melihat dan mengetahui perkembangan pasar hingga mengetahui seberapa banyak pesaing yang sama seperti bisnis yang kita tawarkan.

c. Lokasi yang mudah dicari dan pembelian yang mudah dilakukan (S3,S5,O3)

Mama's Kitchen memilih tempat yang mudah diakses karena berada di tengah-tengah kota Jakarta Selatan. Tentunya, *Mama's Kitchen* juga akan mendaftarkan lokasinya di *google* dan ojek *online* sehingga mudah dicari oleh konsumen.

d. Membuat *packaging* yang menarik dan elegan (S2,O2)

Meningkatkan kualitas kemasan juga dapat membantu *Mama's Kitchen* agar dapat menaikkan *value* dari produknya. Peluang besar bagi *Mama's Kitchen* agar dapat merambah kalangan atas dengan *packaging* yang lebih berkelas lagi sehingga memberikan kesan elegan pada *final product*-nya.

e. Bahan baku yang berkualitas dan membuat produk yang inovatif (S1,O1)

Untuk membuat *cake* dan *cookies* memerlukan bahan baku yang mudah didapatkan sehingga ketika mau melakukan inovasi juga lebih mudah dikarenakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



bahan baku yang diperlukan mudah didapatkan dan sebagian besar bahan bakunya

berasal dari telur, tepung, dan mentega.



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

2. Strategi ST

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Mengganti alternatif perlengkapan plastik menjadi silikon yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama (S4,S5,T1)

Proses produksi *Mama's Kitchen* terbilang belum ramah proses produksinya dikarenakan untuk mendekorasi kue membutuhkan kurang lebih 10 kantung plastik segitiga. Oleh karena itu, *Mama's Kitchen* akan mengganti kantung plastik segitiga menjadi kantung silikon sehingga dapat dipakai berulang kali. Strategi ini pun akan *Mama's Kitchen* informasikan ke media sosial bahwa *Mama's Kitchen* akan ikut berkontribusi menggunakan perlengkapan dan peralatan ramah lingkungan.

- b. Melakukan uji coba untuk mendapatkan bahan pengganti agar dapat memberikan kualitas yang maksimal (S1,S2,T3)

Resep-resep yang baru dan unik tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang cocok dengan selera. *Mama's Kitchen* akan menguji coba resep-resep baru dan melakukan eksperimen terhadap resep yang sudah ada untuk mendapatkan resep alternatif mengantisipasi jika ada keterbatasan bahan baku.

- c. Memberikan promosi harga pembelian grosir untuk minimum kuantitas 100pcs jika mau mengikuti sistem *preorder* (S4,T2)

Dengan menawarkan promosi, tentunya konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk. Walaupun *Mama's Kitchen* membutuhkan waktu *preorder* untuk kuantitas yang besar, tetapi *Mama's Kitchen* menawarkan promosi untuk pembelian *cookies* 100pcs ke atas.

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.



- d. Membuka open kitchen dan *cake decorating class* agar konsumen tertarik dan menjadi nilai tambah tersendiri (S2,T2,T3)

Customer experience memberikan ketertarikan tersendiri bagi konsumen agar dapat membeli produk. *Mama's Kitchen* akan memberikan *customer experience* dengan berbagai cara seperti membuat open kitchen dan membuka kelas mendekorasi kue agar konsumen memiliki ketertarikan dalam mencoba membeli produk *Mama's Kitchen*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Strategi WO

- a. Promosi menggunakan media sosial dan *e-commerce* untuk meningkatkan *brand awareness* (W1,W3,O1,O3)

Promosi menggunakan media sosial dan *e-commerce* membantu menyebarkan keberadaan produk dan *brand* agar lebih dikenal masyarakat serta menambah *brand awareness* dan kesempatan meningkatkan penjualan.

- b. Meng-endorse artis dan *influencer* yang sesuai target pasar (W1,W3,O2,O3)

Masyarakat cenderung memiliki gaya hidup mengikuti panutan atau sosok yang dianggap berpengaruh. Dengan meng-endorse artis dan *influencer*, konsumen akan cenderung mengikuti gaya dan tempat artis dan *influencer* itu membeli produknya asalkan sesuai dengan kemampuan finansial. Sehingga dengan melakukan *endorse*, tentunya produk *Mama's Kitchen* akan lebih dikenal dan dipercayai oleh calon konsumen dalam membeli produk.

- c. Menjamin kesesuaian desain permintaan konsumen lebih dari 90% dan menerima desain yang kompleks (W2,O4)

Walaupun *Mama's Kitchen* memiliki sistem *preorder* dalam pemesanan, tetapi *Mama's Kitchen* akan memberikan jaminan bagi konsumen bahwa kesesuaian desain akan mencapai lebih dari 90% dari desain yang diminta

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.



sehingga *Mama's Kitchen* akan tetap berfokus juga dengan *skill* dari staf produksi.

- d. Menyediakan *display* dan tester produk-produk *Mama's Kitchen* pada toko untuk meyakinkan calon konsumen yang masih ragu untuk membeli produk (W1,W2,O4)

Penipuan sudah menyebar di mana-mana sehingga membuat banyak orang kehilangan kepercayaan. Banyak sekali konsumen yang meragukan suatu produk karena *brand* tersebut belum mereka kenal. *Mama's Kitchen* akan menyediakan tester dan *display* produk pada toko bahkan menerima pembayaran lewat *e-commerce* agar mendapatkan kepercayaan calon konsumen.

4. Strategi WT

- a. Merekrut tenaga kerja yang terlatih dan berpengalaman (W2,T2)

Walaupun permintaan produk besar, produksi *Mama's Kitchen* terhambat karena keterbatasan tenaga kerja yang membutuhkan *skill* dan pengalaman yang banyak. Dengan merekrut tenaga kerja yang terlatih dan berpengalaman, *Mama's Kitchen* dapat memenuhi permintaan produk dengan waktu pembuatan yang cepat dan tetap mempertahankan kualitas produknya.

- b. Konsisten dalam melakukan inovasi produk dan promosi agar terus mendapatkan loyalitas konsumen (W1,W3,T3)

Resep-resep yang baru dan unik tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang cocok dengan selera mereka. *Mama's Kitchen* menguji coba resep-resep baru dan melakukan eksperimen terhadap resep yang sudah ada untuk mendapatkan resep alternatif mengantisipasi jika ada keterbatasan bahan baku.



- c. Kolaborasi dengan *brand-brand* yang lebih ternama (W1,W3,T1)

Merek *Mama's Kitchen* yang masih belum dikenal masyarakat kalah bersaing dengan kompetitor yang sudah ternama dan gencar melakukan promosi. Kolaborasi dengan *brand-brand* seperti *brand* hijab, desainer, dan lainnya dapat membantu menaikkan merek *Mama's Kitchen* agar produknya lebih dikenal masyarakat dan menaikkan penjualan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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