



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Industri kedai kopi yang ada di Indonesia mengalami pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir. Dari data hasil riset TOFFIN, perusahaan yang menyediakan solusi bisnis dan jasa pada industri hotel, restoran, dan kafe, mencatat jumlah kedai kopi yang ada di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai. Angka ini meningkat hampir tiga kali lipat dari tahun 2016 yang jumlah kedai kopinya hanya sekitar 1000 gerai.

Melansir dari *Statista* (2022), terdapat kenaikan konsumsi kopi dalam negeri yang ikut berkontribusi terhadap tumbuhnya kafe dan kedai kopi lainnya yang dimotori dan ditargetkan untuk generasi muda. Pada tahun 2022, *coffee shop* di Indonesia mencatat nilai penjualan sekitar \$1,9 miliar atau sekitar Rp. 30,2 triliun.

Pasar ini juga diperkirakan terus bertumbuh di angka \$3,8 miliar pada tahun 2026 mendatang.

Hal ini tidak terlepas dari beberapa faktor yang menyebabkan mengapa industri kedai kopi di Indonesia dapat tumbuh begitu pesat. Faktor tersebut antara lain adalah karena ketersediaan bahan baku yang cukup melimpah, tingkat konsumsi masyarakat terhadap kopi yang cukup besar, dan tingkat pendapatan yang meningkat didukung dengan budaya atau gaya hidup yang lebih modern.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Menempati peringkat ke-3 dibawah Brazil, dan Vietnam , produksi kopi tanah air berdasarkan data yang disampaikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), mencapai

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.



794,8 ribu ton pada tahun 2022. Indonesia memproduksi kopi arabika sebanyak 1,3 juta kantong dan kopi robusta sebanyak 10,5 juta kantong pada tahun 2022. (usda.gov.2022). Pada tahun 2022/2023 menurut data yang disampaikan *detikfinance*, produksi kopi di Indonesia meningkat menjadi 12 juta kantong. Sebagai salah satu komoditas pertanian yang jumlah produksinya sangat tinggi, ketersediaan biji kopi pilihan sangat memadai untuk produksi kopi bagi para kedai kopi yang ada.

Melansir data dari ICO (*International Coffee Organization*), “*Coffee Report and Outlook December 2023*”, tercatat bahwa konsumsi kopi secara global diperkirakan akan meningkat sebesar 2,2% dengan angka 177 juta kantong per tahun dengan asumsi bahwa perekonomian global akan terus bertumbuh di atas 3%. Hal ini juga akan berpengaruh pada penarikan saham yang masif dan akan berkontribusi secara positif terhadap angka konsumsi nyata. Untuk wilayah Asia sendiri, pertumbuhannya diperkirakan sebesar 4,6% yang sebagian besar dikontribusi oleh kemampuan negara-negara Asia untuk memisahkan diri dari situasi ekonomi negara-negara barat. Kemampuan produksi kopi dari Indonesia sendiri menduduki peringkat dua di Asia dan Oseania setelah Vietnam dengan peningkatan produksi sebesar 2,4% di angka 12 juta kantong per tahun pada periode 2022/2023. Hal ini mencerminkan secara garis besar bagaimana situasi dari industri kopi saat ini, bahwa tingkat konsumsi yang terus meningkat didukung juga dengan kemampuan produksi kopi Indonesia yang kuat.

Apabila melansir dari artikel yang ditulis oleh *Kompas.id* (2023) dengan judul “*Coffee, Hanging Out and the Industrial Passions of Gen Z and Millenials*”, generasi muda rela untuk menghabiskan 3-6% dari pendapatan bulanan mereka

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



untuk mengkonsumsi kopi. Sebab, mengkonsumsi kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka.

Dengan data meningkatnya jumlah gerai atau kedai kopi sebesar 2.950 gerai pada tahun 2019 yang mengalami peningkatan sebesar hampir 3 kali lipat dari tahun 2016, kemudian prediksi dari APKCI (Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia) tentang pertumbuhan gerai kopi yang dapat mencapai angka 10.000 gerai pada tahun 2023, dan produksi kopi Indonesia yang cukup banyak, serta konsumsinya yang cukup tinggi yang didukung oleh daya beli, dapat disimpulkan pertumbuhan industri kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup positif dan dapat membuka peluang inovasi yang cukup baik.

B. Analisis Pesaing

Banyaknya pelaku usaha dalam satu industri yang menyediakan produk yang sama dengan perbedaan harga, kualitas, dan layanan mengakibatkan pasar dari industri itu sendiri menjadi terbagi-bagi dan mereka sebagai pasar cenderung berpindah-pindah dengan membandingkan produk dan layanan antara usaha satu dengan lainnya yang dianggap ada yang lebih menguntungkan bagi mereka.

Melakukan analisis terhadap pesaing pada suatu industri terutama yang sudah banyak pesaingnya, merupakan hal yang harus dilakukan. Analisis pesaing memiliki banyak sekali tujuan yang kemudian hasilnya bisa membantu kita dalam mengendalikan dan mengelola bisnis yang akan kita dirikan supaya bisa ikut tumbuh dan berkembang juga menjadi salah satu bisnis yang kompetitif dan unggulan.

Analisis pesaing memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana posisi usaha kita ketika memasuki medan bisnis atau suatu industri yang pendahulunya sudah banyak. Melakukan analisis memiliki manfaat untuk mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai kelemahan dan kekuatan dari kompetitor dibandingkan

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



dengan bisnis kita, dan mengetahui peluang dan ancaman yang bakal terjadi, dimana hal tersebut yang nantinya harus kita antisipasi dan juga kita manfaatkan.

Ada banyak cara dan strategi untuk melakukan analisis pesaing. Hal yang bisa dilakukan antara lain adalah membuat daftar pesaing dari bidang bisnis yang akan kita buat, kemudian mengumpulkan data tentang bagaimana pesaing kita menjalankan strateginya. Seperti strategi pemasaran yang dilakukan, target pasar yang dituju, produk dan layanan yang ditawarkan, dan masih banyak aspek lain yang bisa dipelajari dari pesaing kita.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan analisis pesaing dengan cara membaca *review* dan pengalaman pelanggan pada halamanan *google review* dan juga melalui media sosial *instagram*, Prods : *Books and Coffee* memiliki beberapa pesaing yang bisa menjadi tantangan dan juga gambaran tentang bagaimana mereka menjalankan strateginya.

Berikut merupakan beberapa usaha yang menurut penulis bisa menjadi pesaing dari Prods : *Books and Coffee*:

1. Pesaing Satu

- a. Nama Usaha : *The Hideout*
- b. Lokasi : Jalan Raya Kelapa Hybrida Blok QH12 No. 5, Kelapa Gading, RT.6/RW.11, Kelapa Gading Barat, Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta (14260)

2. Pesaing Dua

- a. Nama Usaha : Toko Kopi TUKU
- b. Lokasi : Jalan Raya Kelapa Hybrida Blok JQ9 No. 33, RT.8/RW.12, Kelapa Gading Barat, Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta (14240)

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



Tabel 3.1
Analisis Pesaing Prods : Books and Coffee

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
<i>The Hideout</i>	<ul style="list-style-type: none"> Dilengkapi dengan <i>smoking area</i> Menu lezat Tempat nyaman dan <i>aesthetic</i> Pelayanan ramah Harga masih terjangkau Tersedia <i>wi-fi</i> Metode pembayaran fleksibel 	<ul style="list-style-type: none"> Penyajian hidangan kurang konsisten Akses <i>coffee shop</i> sering macet Tidak tersedia area <i>outdoor</i> Varian menu tidak 100% halal
Toko Kopi TUKU	<ul style="list-style-type: none"> Dilengkapi dengan ruangan <i>outdoor</i> Menu 100% halal Tempat nyaman dan <i>aesthetic</i> Pelayanan ramah Harga yang relatif murah Lokasi strategis Metode pembayaran fleksibel 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak menyediakan <i>wi-fi</i> Tempat sempit, <i>seating area</i> tidak terlalu banyak Lahan parkir sempit Stok sering kali habis

Sumber : Google review *The Hideout* & Toko Kopi TUKU, 2023.

C. Analisis PESTLE

Analisis PESTLE merupakan metode manajemen resiko yang digunakan untuk melakukan analisa dan pemahaman akan faktor eksternal yang bisa mempengaruhi kegiatan operasional dan pengambilan keputusan organisasi atau perusahaan. Faktor tersebut antara lain adalah *political* (politik), *economic* (ekonomi), *social* (sosial), *technological* (teknologi), *legal* (hukum), dan, *environmental* (lingkungan).

Pada sebuah konsultan bisnis, PESTLE digunakan untuk membantu klien memahami lingkungan bisnis dan membangun strategi yang sesuai dengan hasil analisa mereka. Hasil dari analisa PESTLE pun berguna bagi para investor untuk membantu mereka membuat keputusan investasi, pada departemen manajemen resiko, PESTLE juga digunakan untuk merancang strategi-strategi antisipatif terhadap resiko-resiko eksternal yang dapat terjadi dan berdampak pada perusahaan.

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.



Secara keseluruhan, analisis PESTLE ini bermanfaat bagi seluruh fungsi dalam suatu perusahaan atau organisasi, dan antar lintas divisi guna memahami dan menghadapi tantangan dan peluang eksternal supaya mereka bisa merancang strategi yang sesuai untuk menghadapi tantangan dan peluang tersebut dimasa sekarang ataupun mendatang.

Berikut adalah penjelasan mengenai komponen atau faktor yang ada dalam alat analisa PESTLE, dan rencana implementasinya pada usaha yang akan penulis salankan :

1. Politik

Banyak faktor politik yang mempengaruhi dunia bisnis baik secara langsung maupun tidak langsung, dan faktor ini merupakan faktor penting. Keputusan-keputusan politik yang dibuat dapat memberikan dampak atau faktor pada sebuah usaha dalam bentuk berupa kebijakan pajak, kebijakan fiskal, tarif dagang, dan lainnya yang dimana kebijakan tersebut berada dalam kuasa hukum dan dibuat oleh pemerintah, dalam tujuan untuk pertumbuhan ekonomi yang kuat, inflasi rendah dan stabil, pemenuhan lapangan kerja serta lainnya (M.Rizal,et.al, p75).

Seiring dengan surutnya wabah COVID-19, orang-orang pun sudah mulai jenuh dengan bekerja dan juga belajar di rumah, di sisi lain perusahaan-perusahaan pun mulai menerapkan sistem *remote work* sebagai bentuk adaptasi. Pemerintah pun di sisi lain mendukung terutama untuk wilayah Jakarta, menurut Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 yang diteken Presiden Jokowi mengenai penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Bagi para pekerja mereka mulai menciptakan budaya dengan melakukan pekerjaan dan tugasnya tidak lagi dirumah ataupun kantor, melainkan dari *coffee shop*, yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kemudian muncul istilah *work from café* dimana hal ini berdasarkan pengamatan penulis, sudah menjadi tren sampai sekarang yang sudah banyak terjadi, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta.

Berdasarkan kebijakan pemerintah tersebut, dan dampak tidak langsung yang dihasilkan berupa *work from cafe* dan *remote work* ini, maka membuka peluang pangsa pasar baru bagi pelaku usaha kedai kopi, dan juga penulis yang merencanakan usaha kedai kopi dengan konsep yang sepenuhnya mendukung pasar dimana pasar tersebut berupa orang-orang yang sekarang gaya bekerjanya *remote work* ataupun *work from cafe*.

Dampak politik lain yang pada tahun 2023 terjadi adalah dampak perang antara Israel dengan Palestina, dimana muncul gerakan untuk memboikot produk-produk luar negeri yang khususnya produk tersebut milik negara yang berhubungan dengan Israel. Beberapa produk dibidang *food and beverages* di Indonesia terkena dampaknya. Hal ini bisa membuka peluang maupun juga ancaman, yang kemudian penulis pahami, apabila mendirikan usaha ini, penulis bisa mendapatkan peluang berupa kompetitor yang berkurang atau terhenti usahanya karena dampak boikot, dan ada juga ancaman yang bisa terjadi apabila penulis menggunakan produk atau sumber daya bahan baku yang berasal dari luar negeri yang sekiranya memiliki indikasi untuk dapat terkena boikot juga.

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

2. Ekonomi

Faktor ekonomi dalam PESTLE, penting kaitannya antara kondisi ekonomi yang ada dan dampak langsungnya terhadap perusahaan. Faktor-faktor ekonomi tersebut berupa suku bunga, nilai tukar, resesi, inflasi, pajak, dan jumlah *supply-demand*. Faktor tersebut mempengaruhi daya beli konsumen, kapasitas

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.



produksi perusahaan, dan penentuan harga produk yang dijual. Faktor seperti tingkat suku bunga dan inflasi juga dapat mempengaruhi biaya operasional, dan kebijakan keuangan perusahaan. Faktor lain yang masih ada dalam faktor ekonomi adalah pasar tenaga kerja, yang pengaruhnya adalah antara tingkat pengangguran, dan jumlah tenaga ahli yang tersedia.

Melansir dari artikel Bank Indonesia (2024), dinyatakan bahwa Bank Indonesia yakin bahwa tingkat inflasi akan tetap terkendali dalam sasaran berkisar $2,5 \pm 1\%$ di tahun 2024. Sementara, inflasi inti pada bulan pertama tahun 2023 sebesar 0,2% (mtm), yang mana hanya sedikit lebih tinggi jika dibandingkan dengan inflasi bulan sebelumnya. Dari faktor-faktor yang ada tersebut, dapat berguna bagi penulis dalam merencanakan kebutuhan kerja usaha Prods : *Books and Coffee* dan juga dalam membuat proyeksi peningkatan biaya-biaya tahunan untuk usaha ini.

Pada sisi lain, generasi muda rela untuk menghabiskan 3-6% dari pendapatan bulanan mereka untuk mengkonsumsi kopi. Sebab, mengkonsumsi kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan ekonomi generasi muda masih cukup baik, dan memiliki daya beli yang bisa berkontribusi terhadap pertumbuhan penjualan kopi Prods : *Books and Coffee*.

3. Sosial

Dalam faktor sosial, ada beberapa hal yang bisa diperhatikan atau dijadikan acuan dalam melakukan analisa, yaitu tren demografis, budaya dan nilai, serta perilaku konsumen. Dengan mengkaji tren demografis seperti pertumbuhan populasi, distribusi usia, dan pekerjaan hal ini bisa mempengaruhi

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.



jumlah permintaan terhadap produk yang ditawarkan. Aspek seperti perubahan budaya, nilai, serta gaya hidup juga perlu diperhatikan karena ini bisa mempengaruhi preferensi dari pasar yang kita tuju. Budaya minum kopi bersama di kedai kopi, dan digabung dengan budaya yang sekarang ini sudah semakin terkenal dan menjadi gaya hidup yaitu *work from café*, *digital nomad*, dan *remote work*, membuka peluang pasar dari Prods : *Books and Coffee* yang akan penulis dirikan.

Namun, di sisi lain terdapat *trend* gaya hidup sehat yang menjadi salah satu gaya hidup yang banyak diterapkan oleh generasi muda, diantaranya milenial dan generasi Z. Berdasarkan hasil survei oleh *DataIndonesia.id*, sebanyak 21% menjalankan gaya hidup tersebut dengan meminum jus dan *smoothies*. Sementara 18%, mengonsumsi minuman herbal. Sehingga, hal ini perlu diperhatikan oleh Prods : *Books and Coffee* untuk menjadi pertimbangan penambahan menu guna memenuhi kebutuhan tersebut kedepannya.

4. Teknologi

Teknologi pada era digital ini sudah jauh berkembang dan banyak membantu para pengusaha dalam menjalankan perusahaannya. Seperti adanya teknologi *big data* yang memudahkan para pelaku usaha dalam mendapatkan *insight* mengenai perilaku atau gaya hidup para kustomer atau target pasar mereka. Lalu ada juga teknologi lain seperti *software as a service* yang bisa membantu perusahaan dalam memanfaatkan layanan jasa aplikasi yang tersedia sesuai dengan kebutuhan operasional mereka, seperti adanya aplikasi pencatatan keuangan digital, dan lain sebagainya.

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



Dengan adanya kemajuan teknologi yang menunjang mobilitas dan distribusi informasi, Prods : *Books and Coffee* dapat memanfaatkan aplikasi berbasis teknologi penyedia layanan jasa yang disediakan oleh perusahaan seperti *Goto* (Gojek, Tokopedia) berupa *marketplace* dan juga layanan seperti *Gofood* untuk penjualan produk secara *online* dan juga *Gosend* untuk jasa pengiriman produk atau pesanan dari kustomer. Lalu teknologi *e-wallet* yang saat ini sudah banyak macamnya, pastinya akan penulis gunakan sebagai varian metode pembayaran secara digital yang memudahkan kustomer yang saat ini rata-rata mereka sudah terbiasa melakukan pembayaran atau transaksi secara digital. Untuk pemasaran sendiri teknologi berupa media sosial dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan perhatian dari calon target pasar yang lebih luas melalui konten-konten menarik dan informatif seputar bisnis yang akan penulis jalankan. Adanya teknologi lain yang mungkin bisa penulis gunakan, seperti pencatatan kegiatan operasional, transaksi, dan juga laporan keuangan, akan mendukung efisiensi dari usaha *coffee shop* yang akan penulis buat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Hukum

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Faktor hukum tentunya juga sebagai salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi lingkungan usaha dari bisnis yang akan dijalankan. Faktor dalam hukum tersebut seperti regulasi industri yang berfungsi memantau aspek tertentu suatu organisasi ketika beroperasi. Hak cipta atau hak kekayaan intelektual yang dampaknya langsung terhadap inovasi dan persaingan usaha dalam industri. Selain itu juga ada undang-undang yang mengatur seperti undang-undang ketenagakerjaan yang menjamin kesehatan dan keselamatan para

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



pekerja, lalu ada hukum yang mengatur produk yang boleh dijual dan tidak boleh untuk dijual, dan juga ada undang-undang perlindungan konsumen.

Tentunya nanti ketika Prods : *Books and Coffee* ini sudah beroperasi, penulis yakin akan bisa beradaptasi dengan undang-undang atau hukum yang berlaku, seperti adanya undang-undang tenaga kerja dan perlindungan konsumen, melihat dari bisnis yang penulis jalankan, yaitu *coffee shop*, penulis bisa mempelajari para pendahulu yang sudah berhasil menjalankan usahanya dan mengatasi segala tantangan yang ada. Selain itu juga ada undang-undang UMKM yang menyatakan bahwa gaji karyawan tidak harus mengikuti UMP dengan syarat bahwa pihak pekerja yang menerima gaji, dan yang memberi gaji bisa memiliki kesepakatan atas hal tersebut.

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

6. Lingkungan

Dalam faktor lingkungan, menilai dampak dari usaha yang kita jalankan sangat diperlukan, begitu pula sebaliknya, dampak dari lingkungan sekitar terhadap bisnis kita. Banyak hal yang perlu dipertimbangkan, misalnya :

- a. Perubahan iklim atau adanya bencana alam, dalam hal ini, kedai kopi penulis tentunya membutuhkan sumber daya bahan baku berupa biji kopi untuk produksi tiap harinya, apabila terjadi bencana yang mempengaruhi produksi kopi Indonesia, maka harga bahan baku tersebut bisa mengalami kenaikan, dan berakibat pada kapasitas produksi dan harga jual.
- b. Lalu pengaruh lokasi usaha kita terhadap lingkungan sekitar. Apakah usaha ini nantinya menimbulkan keramaian dan mengganggu masyarakat sekitar. Kemudian adanya ketersediaan lahan parkir yang cukup supaya tidak mengganggu lalu lintas pengendara di jalan.

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.



- c. Faktor lingkungan yang perlu dipertimbangkan selain hal di atas adalah limbah yang dihasilkan, tantangan yang akan dihadapi adalah penggunaan kemasan minuman yang penulis jual, dan juga limbah produksi yang dihasilkan, penulis yakin bisa mengatasi hal tersebut dengan penggunaan bahan-bahan yang lebih ramah lingkungan dan mengikuti program-program yang sudah dijalankan oleh para pendahulu.

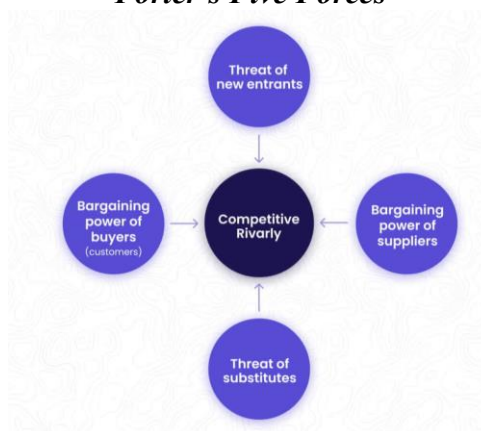
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Teori *Porter Five Forces Business Model* merupakan sebuah teori yang digunakan untuk membantu perusahaan atau suatu organisasi dalam mengetahui kekuatan dan daya saing industri berdasarkan pandangan dari sisi eksternal. Teori ini dikembangkan oleh tokoh manajemen yaitu Michael Porter. Berdasarkan kerangka kerja tersebut, perusahaan harus mampu memposisikan diri pada saat kekuatan yang ada paling lemah, memanfaatkan perubahan yang ada, dan merancang kekuatan tersebut untuk keuntungan perusahaan (*Porter, 2008*).

Gambar 3.1
Porter's Five Forces



Sumber : *Cascade*, 2023

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Model Porter merupakan kerangka strategis yang menganalisis lima kekuatan eksternal, yaitu :

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

Kekuatan ini menilai seberapa kuat pendatang baru dalam memasuki suatu industri dan memberikan ancaman dalam persaingan. Adanya pendatang baru ini bisa menjadi ancaman karena akan terjadi perebutan atau perpindahan pasar apabila pendatang tersebut berhasil memberikan produk dan layanan yang lebih baik dari yang ada sekarang, mampu memberikan diferensiasi, hingga penawaran harga yang lebih terjangkau, namun pendatang baru ini bisa juga mengakibatkan industri bersaing dalam menghasilkan inovasi sehingga industri bisa menjadi semakin berkembang.

Ketika nantinya bisnis yang penulis dirikan ini mulai memasuki industri kopi di Indonesia, Prods: *Books and Coffee* ini akan menciptakan inovasi baru yang dapat dibedakan dengan kompetitor lain, seperti pengusungan konsep yang berbeda yaitu *coffee shop* dengan suasana nyaman, tenang, kondusif, yang ditujukan untuk target pasar yang ingin berkegiatan produktif ketika mengunjungi *coffee shop*. Prods: *Books and Coffee* juga akan menyediakan berbagai fasilitas penunjang untuk kelancaran para pengunjung dalam melakukan kegiatan produktifnya.

2. Kekuatan Tawar Menawar dari Pemasok (*Bargaining Power of Supplier*)

Daya tawar pemasok menjelaskan tentang seberapa kuat kekuatan mereka dalam mengendalikan harga dan kualitas bahan baku yang dibutuhkan oleh suatu usaha. Ketika daya tawar dari pemasok itu sendiri tinggi, maka ada kemungkinan pemasok akan memasang harga yang tinggi, atau memberikan kualitas bahan

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.



baku yang lebih rendah. Namun apabila kekuatan pemasok itu rendah, ada kemungkinan peluang bagi pengusaha untuk mendapatkan bahan baku yang baik dengan harga yang tidak terlampau tinggi.

Melansir dari data ICO (*International Coffee Organization*), “*Coffee Report and Outlook December 2023*”, kemampuan produksi kopi Indonesia sendiri menduduki peringkat dua di Asia dan Oseania setelah Vietnam dengan peningkatan produksi sebesar 2,4% di angka 12 juta kantong per tahun pada periode 2022/2023.

Pada industri *coffee shop*, khususnya di Indonesia, ketersediaan produk kopi hasil dari perkebunan memiliki angka yang cukup tinggi, dan bagi pemasok sendiri jumlahnya pun sudah cukup banyak sehingga kemungkinan untuk mendapatkan harga tinggi atau kualitas produk yang rendah pun bisa diminimalisir. Karena kondisinya sumber daya kopi yang ada cukup melimpah, jumlah pemasok yang banyak, dan juga jumlah *coffee shop* yang menjadi pasar pemasok pun jumlahnya banyak, sehingga distribusi untuk bahan bakunya pun bisa merata. Sehingga bagi Prods : *Books and Coffee* untuk mendapatkan bahan baku bisa bekerja sama lebih dari satu pemasok untuk mendapatkan keuntungan dari sisi harga atau kualitasnya yang bisa maksimal.

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

3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

Daya tawar pembeli dalam industri memiliki peran atau pengaruh pada kekuatan dalam mengontrol harga, standar kualitas produk, dan juga pilihan produk. Faktor yang mempengaruhi daya tawar pembeli berupa jumlah pembeli, tingkat pembelian, dan tingkat diferensiasi dari produk itu sendiri. Pembeli dapat menekan harga untuk turun, dengan kualitas yang lebih baik yang kemudian ini



dapat mempengaruhi margin keuntungan yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Kekuatan pembeli bisa menjadi lebih tinggi apabila jumlah mereka sedikit dan jumlah penjual yang tersedia lebih banyak, sehingga mereka tentunya dapat berpindah ke penjual yang mampu memberikan harga rendah dengan menekan margin keuntungannya.

Secara global, konsumsi kopi menurut ICO (*International Coffee Organization*) pada akhir tahun 2023 diperkirakan meningkat sebesar 2,2% dengan angka 177 juta kantong per tahun dengan asumsi bahwa perekonomian global akan terus bertumbuh di atas 3%. Sementara, untuk wilayah Asia sendiri, pertumbuhannya sebesar 0,7% dengan jumlah 44,5 juta kantong kopi per tahun yang sebagian besar dikontribusi oleh kemampuan negara-negara Asia untuk memisahkan diri dari situasi ekonomi negara-negara barat.

Dalam industri kedai kopi sendiri, apabila dilihat dari tingkat konsumsinya di Indonesia cukup tinggi, dengan jumlah pembeli yang banyak dan ketersediaan penjual yang banyak, maka tuntutan yang bisa datang dari pembeli adalah mengenai kualitas, dan fasilitas yang diberikan dari penjual. Prods : *Books and Coffee* sendiri memberikan penawaran berupa tempat yang nyaman, dengan fasilitas dan kualitas yang baik, dari segi tempat maupun produk, dengan harga yang tidak terlampau tinggi, sehingga masih bisa digapai oleh calon pembeli.

© 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.

4. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Adanya produk atau jasa pengganti ini akan menjadi preferensi baru bagi pasar apabila produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka. Adanya produk atau jasa pengganti ini bisa menjadi ancaman yang berakibat pada berkurangnya jumlah pangsa pasar yang dimiliki perusahaan. Dalam



industri *coffee shop* sendiri, ancaman produk penggantinya sejauh ini masih berupa kopi kemasan siap minum dan juga kopi *sachet* dimana dari segi produk memang bisa menggantikan karena harga yang mereka pasang lebih rendah. Namun dalam industri kedai kopi sendiri, yang dicari oleh pasar bukan hanya cukup pada produk, melainkan tempat dan fasilitas yang bisa memberikan suasana berbeda bagi para kustomernya. Sehingga ancaman produk pengganti ini masih bisa diatasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Rivalitas yang Kompetitif (*Competitive Rivalry*)

Aspek ini menilai seberapa kuat kompetisi atau persaingan antar perusahaan yang ada dalam suatu industri. Faktor ini dipengaruhi oleh jumlah pesaing, tingkat pertumbuhan industrinya, diferensiasi produk, dan kapasitas produksi.

Bagi Prods : *Books and Coffee* sendiri yang menasar pada pasar khusus, menurut penulis masih mampu untuk mendapatkan pangsa pasar karena dari awal usaha ini berjalan nantinya, konsep yang dimiliki akan otomatis menyeleksi pasar dengan perbedaan tujuan yang akan dilakukan oleh para kustomer ketika mengunjungi berdasarkan konsep tempat yang akan disediakan.

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

Competitive Profile Matrix (CPM) merupakan alat analisa yang dapat digunakan untuk membandingkan suatu usaha dengan usaha kompetitor yang sejenis dalam suatu industri. CPM digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan kompetitornya, dan memberikan gambaran perusahaan pada pasar yang ada. Dalam melakukan perbandingan, biasanya digunakan beberapa

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.



faktor penentu keberhasilan usaha dalam suatu industri. Hasil dari analisa CPM ini salah satunya bisa digunakan untuk memperbaiki kelemahan yang ada dan mempertahankan kekuatan yang telah didapat bagi suatu perusahaan supaya bisa tetap bersaing dan unggul dari para pesaingnya. Dalam penyusunan analisis CPM, ada beberapa faktor yang digunakan untuk menghitung yang kemudian hasilnya bisa digunakan untuk perbandingan dengan pesaing. Faktor-faktor yang digunakan adalah *Critical Success Factor (CSF)*, *weight*, *rating*, *score*, dan *total weighted score*.

1. *Critical Success Factor (CSF)*

Melakukan indentifikasi atau pemantauan secara berkala terhadap CSF sangat membantu perusahaan untuk mengetahui bagaimana kondisi dari usaha mereka saat ini dibandingkan dengan kompetitor yang ada, apakah ada sektor yang melemah atau ada sektor yang tetap kuat bertahan. Dalam CSF sendiri ada aspek-aspek penting yang perlu dijaga, dan dikelola dengan baik supaya target dan kinerja perusahaan tetap baik dan konsisten. Aspek yang ada dalam CSF sendiri bervariasi tergantung pada industri apa usaha tersebut bergerak. Untuk Prods : *Books and Coffee*, ada beberapa faktor penting yang dapat diperhatikan sebagai *coffee shop* seperti harga, merek, kualitas dan rasa, kualitas dari pelayanan, kelengkapan menu, lokasi, dan kenyamanan dari tempatnya.

2. *Weight*

Weight atau bobot dalam CPM merupakan nilai yang diberikan pada tiap aspek yang ada didalam CSF. Bobot ini mencerminkan seberapa penting aspek tersebut terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjaga kinerjanya. Bobot ini memberikan petunjuk mengenai faktor mana yang dianggap penting dan memiliki dampak yang besar. Dalam memberikan bobot, total keseluruhan yang

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



diberikan pada setiap aspek harus sama dengan 1,0. Dalam pemberian bobot pada tiap aspeknya, tidak dapat memberikan tendensi penilaian aspek tertentu yang lebih tinggi karena kesuksesan perusahaan jarang ditentukan oleh satu atau beberapa aspek saja. Berikut ini adalah tabel penentuan bobot terhadap faktor keberhasilan penting dari Prods : *Books and Coffee* berdasarkan perhitungan data dari hasil survei yang diisi oleh 30 responden pada *google form* yang telah penulis buat yang ada pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Tabel Penentuan Bobot Untuk Aspek CPM Prods : *Books and Coffee*

No	Faktor Keberhasilan Penting	Jumlah Responden				TOTAL	BOBOT
		STS	TS	S	SS		
		1	2	3	4		
1	Harga	1	0	27	80	108	0.17
2	Merek	2	14	36	36	88	0.14
3	Kualitas dan Rasa	1	0	21	88	110	0.18
4	Kualitas Pelayanan	1	0	45	60	106	0.17
5	Kelengkapan Menu	1	2	45	52	100	0.16
6	Lokasi dan Kenyamanan	1	0	24	84	109	0.18
TOTAL						621	1.00

Sumber : data diolah dari hasil survei *google form*, Prods : *Books and Coffee* 2024.

Keterangan :

a. STS = Sangat tidak setuju, skala angkanya adalah 1

TS = Tidak setuju, skala angkanya adalah 2

S = Setuju, skala angkanya adalah 3

SS = Sangat setuju, skala angkanya adalah 4

b. Angka pada *cell* antara faktor keberhasilan dengan jumlah responden adalah angka yang didapat dari respon *google form* yang dibuat penulis dan diisi oleh 30 responden lalu dikali dengan skala angka.

Contoh : Jumlah responden pada *google form* yang memilih SS pada faktor harga sebesar 66,7% (*bisa dilihat pada lampiran*), angka tersebut dikali dengan 30 responden untuk mendapat jumlah dalam bentuk angka pada *cell*

© 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.



harga yang mewakili jumlah pemilih SS, kemudian dikali dengan skala SS yaitu 4.

Perhitungannya $66.7\% \times 30 = 20.01$ dibulatkan menjadi 20 responden pemilih SS kemudian dikali dengan skala angka SS yaitu 4. Maka $20 \times 4 = 80$. Perhitungan ini berlaku untuk semua angka pada cell tabel antara faktor keberhasilan dan jumlah responden.

- c. Total merupakan hasil keseluruhan jumlah dari baris harga dengan kolom jumlah responden. Contoh : angka pada baris harga $1+0+27+80 = 108$. Berlaku untuk baris lainnya pada tabel faktor dan kolom totalnya.
- d. Bobot dihasilkan dari total pada masing-masing baris faktor kemudian dibagi jumlah total dari kolom total. Contoh : Total dari baris harga adalah 108 dan total kolom total adalah 621, maka $108/621 = 0.17$. Kemudian total bobot keseluruhan maksimal adalah 1, dan didapat dari perhitungan yang sama untuk masing-masing baris menggunakan cara yang telah di jelaskan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Rating

Rating atau penilaian dalam CPM diberikan pada setiap aspek yang ada di CSF untuk perusahaan dan juga untuk kompetitornya. *Rating* ini diberikan untuk mencerminkan kinerja perusahaan dan kompetitor pada setiap aspek yang telah ditentukan pada CSF. Umumnya *rating* berada pada skala angka 1,0 hingga 4,0. *Rating* 1,0 mengindikasikan bahwa nilai tersebut menjadi kelemahan yang cukup besar (*major weakness*), 2,0 menjadi sebuah kelemahan (*minor weakness*), 3,0 menjadi kekuatan (*minor strength*), dan 4,0 menjadi kekuatan yang cukup besar (*major strength*). *Rating* yang penulis berikan berasal dari data-data yang penulis kumpulkan dan diolah berdasarkan *review* yang diberikan oleh para pengunjung kompetitor di bagian *google review* dan sosial media mereka masing-masing.



Berikut ini adalah hasil dari pengamatan yang penulis lakukan sehingga dapat menghasilkan *rating* :

a. Harga

Penentuan *rating* harga yang penulis lakukan adalah dengan melihat *review* atau ulasan dari para pengunjung yang dicantumkan pada halaman ulasan *google review* dari masing-masing tempat. Berikut ada ulasan-ulasan tersebut :

Tabel 3.3
Ulasan Pengunjung Kompetitor Terhadap Aspek Harga

Ulasan Pengunjung	
<i>The Hideout</i> (Rp30.000 – Rp120.000)	Toko Kopi TUKU (Rp10.000-Rp34.000)
<ul style="list-style-type: none"> •“Tapi harganya pricey sekali yaaaa klo dibanding sm menunya hehehee..”(Momo89) •“Dari segi harga terlalu mahal tidak worth” (BiJ3 Ohs) •“Untuk kedua minuman saya merogoh kocek hampir 80 ribu rupiah” (Marisa Stephanie) •“Kalau harga ya bicara selera yah..dibilang mahal ya ga jg, dibilang murah ga juga..” (Victor Jani) •“gak worth it bgt main course harga 85rb Cuma dapet telur dadar pake crabstick dan saos, terus taste nya not so good” (Ayuning Indah) •“Kopi nya ok tp bit pricey” (Frans Hutagalung) •“Not worth your money, go buy dessert somewhere else” (Rischa Christine Saerang) 	<ul style="list-style-type: none"> •“Bener2 murah dan enakk!” (Kenny Oey) •“Untuk harga menurut saya masih dibilang terjangkau...” (Indah Choi) •“harganya jg okee std 18ribu..” (Henny Sanjaya) •“20 K rupiah a cup!” (Prawnche N(FoodVenturer)) •“Murah meriah tempat nya nyaman pelayanannya ramah lingkungan...” (Dovidaf2) •“harga kopi terjangkau” (Henny Diana Tambunan) •“Gak ada info klo antri banyak Sudah nunggu 30 menit masih antri lama yg akhirnya sudah sy bayar tp saya gak ambil kopinya... Kesel” (Leonie Cia)

Sumber : *Google review The Hideout & Toko Kopi TUKU, April 2024*



Maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah dibandingkan dengan rata-rata harga kompetitor dan juga ulasan pengunjunnya, harga yang dicantumkan pada menu dari Prods : *Books and Coffee* masih setara dengan harga kompetitor, harga menu dari Prods : *Books and Coffee* berada pada rentang harga Rp30.000 – Rp45.000. Dimana harga menu Prods : *Books and Coffee* masih lebih mahal daripada Toko Kopi TUKU, tapi tidak jauh lebih mahal dibandingkan dengan *The Hideout*, dengan begitu, penulis memberikan *rating* 3 untuk Prods: *Books and Coffee*, dengan rencana ke depan penulis akan menambahkan variasi menu yang baru dan akan diberikan harga yang sesuai dengan rata-rata harga menu kompetitor yang terkini dan untuk *The Hideout* penulis memberikan *rating* 3 dan untuk Toko Kopi TUKU penulis memberikan *rating* 4 karena harganya paling murah.

b. Merek

Merek disini penulis ukur dengan menggunakan jumlah *review* pada *google review* dan jumlah pengikut di Instagram dari masing-masing kompetitor. Merek dengan jumlah tertinggi disimpulkan sebagai merek yang lebih terkenal dibandingkan lainnya.

- ***The Hideout***

Jumlah *google review* yang didapat oleh *The Hideout* adalah sebanyak 428 Ulasan.

Gambar 3.2
Jumlah Ulasan *The Hideout*

The Hideout

Jalan Raya Kelapa Hybrida Blok QH12 No. 5. Kelapa Gading., RT.6/RW.11, Klp. Gading Bar., Kec. Klp. Gading, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14260, Indonesia

4,4 ★★★★★ 428 ulasan ⓘ

Sumber : *Google review The Hideout*, April 2024

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.



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.

Sedangkan untuk jumlah pengikut di media sosial Instagram, *The Hideout* memiliki pengikut sebanyak 2.602.

Gambar 3.3
Jumlah Pengikut Media Sosial Instagram *The Hideout*



Sumber : Instagram *The Hideout*, @thehideoutjkt, April 2024

- **Kedai Kopi TUKU**

Jumlah *google review* yang didapat oleh Toko Kopi TUKU adalah sebanyak 423 Ulasan.

Gambar 3.4
Jumlah Ulasan Toko Kopi TUKU
Toko Kopi TUKU - Kelapa Gading

Blok QJ9 No, Jl. Raya Klp. Hybrida No.33, RT.8/RW.12, Klp. Gading Bar., Kec. Klp. Gading, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240, Indonesia

4,4 ★★★★★ 423 ulasan ⓘ

Sumber : *Google review The Hideout*, April 2024

Sedangkan untuk jumlah pengikut di media sosial Instagram, Toko Kopi Tuku memiliki pengikut sebanyak 123.000 pengikut.

Gambar 3.5
Jumlah Pengikut Media Sosial Instagram Toko Kopi TUKU



Sumber : Instagram Toko Kopi TUKU, @tokokopituku, April 2024



Prods : *Books and Coffee* merupakan sebuah tempat baru, sehingga belum menghasilkan *review* maupun pengikut di Instagram, namun karena usaha *coffee shop* jumlahnya sudah banyak, maka penulis yakin mampu mendapat *rating* 3 juga untuk Prods : *Books and Coffee* kedepannya melalui kegiatan pemasaran yang dilakukan, namun untuk sekarang *rating* yang penulis berikan adalah 2, *rating* 3 untuk *The Hideout*, *rating* 4 untuk Kedai Kopi TUKU karena memiliki jumlah ulasan dan pengikut yang paling banyak.

c. Kualitas dan Rasa

Kualitas dan rasa disini penulis juga dapatkan datanya dari *review* yang diberikan oleh pengunjung ke masing- masing kompetitor melalui *google review*.

Tabel 3.4
Ulasan Pengunjung Kompetitor Terhadap Aspek Kualitas dan Rasa

Ulasan Pengunjung	
<i>The Hideout</i>	Toko Kopi TUKU
<ul style="list-style-type: none"> •“Makanan juga so so lahh, masih oke rasa dan kualitasnya di lidah” (Momo89) •“Mau pesan pizza, tidak tersedia. Minuman kopi cukup ok. Truffle Risotto : Food Presentation tidak menarik, rasanya biasa saja” (Rocky Saputra) •“Coffee is okay, not as strong as other coffee chain” (Ignatius Ivan) •“I tried their spring rolls and it’s delicious! Their latte is fine also.” (Ias Naibaho (iaszz)) •“The coffee is great, the food is also good” (Leonardo dosduo) 	<ul style="list-style-type: none"> •“Kopinyaa enak banget dan uda jadi langganan dari dulu!” (Kenny Oey) •“Enak kopinya ramah dikantong buat yg sehari@ suka ngopi cukup rekomendasi beli kopi susu tetangga...” (monica silviana) •“...adalah wangi kopu yg semerbak” (Indah Choi) •“..., apa lagi kopi’ nya, enak banget” (Aby yansyah.p) •“..., over all worth to try” (Alfred) •“Soal rasa ga usa di tanya si, konsisten” (Jean Pierre Barbier)

Sumber : *Google review The Hideout & Toko Kopi TUKU*, April 2024

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.



Berdasarkan ulasan yang diberikan oleh pengunjung mengenai kualitas dan rasa menu yang ada, penulis memberikan *rating* 4 untuk Kedai Kopi TUKU, dan *rating* 3 untuk *The Hideout*, serta 3 juga untuk Prods ; *Books and Coffee*, karena tentunya setelah mempelajari *review* pengunjung kompetitor, penulis dapat menyiapkan kualitas menu yang lebih baik lagi, sehingga penulis dapat memberikan *rating* 3 untuk usaha ini.

d. Kualitas Pelayanan

Untuk kualitas pelayanan, penulis juga mengumpulkan *review* pengunjung pada kompetitor usaha penulis yang ada di *google review* pada masing-masing kompetitor.

Tabel 3.5
Ulasan Pengunjung Kompetitor Terhadap Aspek Kualitas Pelayanan

Ulasan Pengunjung	
<i>The Hideout</i>	Toko Kopi TUKU
<ul style="list-style-type: none"> •“Cuman sayang kalo manggil waiternya susah banget krn kita duduk makan dibawah waiter di lt2.” (Momo89) •“Friendly staff, good services,..” (Salli Marindha) •“Penyajian makanan sangat lama, padahal café dalam kondisi sepi. Tidak ada waiter yg standby di lantai 1, jadi setiap minta peralatan makan atau pesan menu tambahan harus naik ke lantai 2” (Felicia Deasy) 	<ul style="list-style-type: none"> •“Untuk pelayanannya juga baik, ...” (Indah Choi) •“Untuk toko tolong banget plis karyawan nya di training lagi untuk atitud nya dijaga gue beli kesini kasirnya jutek parah banget ngomong juga ngegas banget aga bete kali ya gue aga lama mesennye pokoknya jangan kedisni deh kasirnya jutek banget mukanya ketus udeh bogel kecil gendut pake hijab mba2nya kagak ada cakep2nya sama kelakuannya galagi2 beli disini genk namanya di bill darisma ciri2nya pendek kecil bogel sebel banget gue” (Nisa Bila)

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ulasan Pengunjung	
<i>The Hideout</i>	Toko Kopi TUKU
<ul style="list-style-type: none"> • “<i>The waiters are so kind also</i>” (Ias Naibaho9iaszz) • “<i>Staff tidak ramah Mohon agar dapat berbenah yaa</i>” (Yunita S) • “<i>Waiternya oke, namun masih bisa lebih baik lagi.</i>” (Michael Santoso) • “<i>Actually the place is nice but the service was terrible</i>” (rischa christine Saerang) • “<i>Can’t comment on the food as we left before ordering due to the awful service</i>” (Andrew Mavers) 	<ul style="list-style-type: none"> • “<i>..., pelayannya malah sibuk ngobrol ama temennya bukannya ambil pesanan</i>” (Alexia Winslee) • “<i>Pegawai ampe satpam juga ramah2</i>” (shella mindayani) • “<i>Kinda disappointed with the system since there’s no staff whom make sure the queue is accordingly to the visit time</i>” (Agnes Agnes) • “<i>Pelayanan nya yg lama...</i>” (wahiddin mustaqim) • “<i>Security n mbak yg jaga pun ramah2</i>” (Nitalia Lia) • “<i>..., pelayanan ramah & cepet pula.</i>” (Puspa ayu)

Sumber : Google review *The Hideout* & Toko Kopi TUKU, April 2024

Berdasarkan ulasan-ulasan di atas, untuk *The Hideout* penulis memberikan *rating* 3 karena sejumlah ulasan membahas tentang pelayanan yang kurang baik begitu juga dengan Kedai Kopi TUKU. Sedangkan, untuk Prods ; *Books and Coffee*, penulis memberikan *rating* 3, sebab penulis akan membuat SOP dan juga peraturan untuk para pegawai agar pelayanan yang diberikan untuk pelanggan dapat maksimal dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

e. Kelengkapan Menu

Mengenai aspek kelengkapan menu, penulis melihat dari daftar menu yang ada pada situs *PergiKuliner.com*, dengan hasil sebagai berikut:

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.



- ***The Hideout***
Variasi menu yang ditawarkan sangat variatif mulai dari makanan berat dan ringan sampai minuman kopi dan non-kopi nya. Terdapat puluhan menu yang dapat menjadi opsi pesanan pelanggan.
- **Kedai Kopi TUKU**
Variasi menu yang ditawarkan juga sangat variatif terutama pada menu kopi nya dengan menu yang dapat dipersonalisasi seberapa banyak kadar kopi, susu sampai krimernya. Namun, menu makanan yang disediakan hanya terdiri dari makanan ringan yang rasanya manis.
- **Prods : *Books and Coffee***
Dikarenakan usaha yang penulis buat ini memiliki varian menu yang cenderung lebih sesuai dengan selera kebanyakan orang, maka penulis kedepannya akan menambahkan menu lain agar bisa menyeimbangi dengan kedua kompetitor tersebut. *Rating* yang penulis berikan untuk *The Hideout* adalah 4, sementara Toko Kopi TUKU adalah 3, sedangkan *rating* untuk Prods : *Books and Coffee* adalah 3.
- f. **Lokasi dan Kenyamanan**
Data yang penulis kumpulkan mengenai aspek lokasi dan kenyamanan diambil dari *review* pengunjung yang ada pada *google review* masing-masing kompetitor.

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 3.6
Ulasan Pengunjung Kompetitor Terhadap Aspek Lokasi dan Kenyamanan

Ulasan Pengunjung	
<i>The Hideout</i>	Toko Kopi TUKU
<ul style="list-style-type: none"> • <i>“Tempat nongkrong pas anter jemput anak yang okelah, strategis tempatnya dekat tempat les dan sekolahan”</i> (Momo89) • <i>“Sepertinya tempat ini cocok, buat light-snacks dan coffee”</i> (Rocky Saputra) • <i>“So cool place”</i> (Evelyn Kim) • <i>“..., the place is hidden a bit far from main road, but it’s worthy place to visit. Suitable for working and get a coffee”</i> (Salli Marindha) • <i>“Quite environment and decent decoration for you to stop by, enjoying yor drinks, coffee, or cakes here.”</i> (Abbot Hsu) • <i>“Tempat bagus cozy”</i> (BiJ3 Ohs) • <i>“Nyaman artinya bisa duduk kondisi nyaman, tidak kepanasan, tidak kedinginan, tidak crowded dan orderan tidak lama serta bisa di nikmati”</i> (Marisa Stephanie) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>“Plusnya di sini parkir luas, meja dine-in juga.”</i> (Tables of Digital Footprint) • <i>“Tapi sayangnya tidak seperti tempat kopi kebanyakan yg menyediakan meja dan tempat duduk, disini engga”</i> (Indah Choi) • <i>“Ok tempatnya.”</i> (Jean Pierre Barbier) • <i>“Salah satu tempat yg sangat nyaman kalo mau nungguin sesuatu kaya lg nyuci mobil begitu”</i> (Alex Sijabat) • <i>“..., dan tempat yg nyaman.”</i> (Your Name) • <i>“This small coffee shop is not for dining in, only provide a few benches to wait for the baristas to make your coffee.”</i> (Vicky Delani) • <i>“So crowded in the store even outside the store.”</i> (Fabian Sumartono)

Sumber : Google review *The Hideout* & Toko Kopi TUKU, April 2024

Untuk Prods : *Books and Coffee* penulis akan memberikan *rating* 3 berdasarkan ulasan dari kedua kompetitor, penulis dapat mempersiapkan usaha yang akan didirikan ini dengan lebih baik terutama dari segi lokasi



dan kenyamanan tempatnya. Untuk *The Hideout*, penulis memberikan *rating* 4 karena *review* nya sebagian besar baik mengenai aspek kenyamanan dan letaknya yang strategis. Sementara, untuk Toko Kopi TUKU penulis berikan *rating* 2 karena berdasarkan *review* yang ditulis sebagian besar pelanggan, Toko Kopi TUKU tidak menyediakan tempat duduk dan meja yang nyaman untuk pelanggan. Untuk perbandingan *rating*, penulis telah membuat rangkumannya yang ada pada tabel 3.7.

Tabel 3.7
Perbandingan *Rating* CSF Prods : *Books and Coffee* dengan Kompetitor

Faktor Keberhasilan Penting	Rating		
	Prods : <i>Books and Coffee</i>	<i>The Hideout</i>	Kedai Kopi TUKU
Harga ⁽¹⁾	3	3	4
Merek ⁽²⁾	2	3	4
Kualitas dan Rasa Menu ⁽³⁾	3	3	4
Kualitas Pelayanan ⁽⁴⁾	3	3	3
Kelengkapan Menu ⁽⁵⁾	3	4	3
Lokasi dan Kenyamanan ⁽⁶⁾	3	4	2

Sumber : Kesimpulan Tabel 3.3⁽¹⁾, Kesimpulan Aspek Merek Hal.41⁽²⁾, Kesimpulan 3.4⁽³⁾, Kesimpulan Tabel 3.5⁽⁴⁾, Kesimpulan Aspek Menu Hal. 44⁽⁵⁾, Kesimpulan Tabel 3.6⁽⁶⁾

4. Score

Score merupakan nilai yang diterima oleh perusahaan dan kompetitornya berdasarkan hasil perkalian antara *weight* dengan *rating*. Perusahaan yang mendapat nilai lebih tinggi berarti mengindikasikan bahwa kinerja pada aspek yang mendapat nilai tinggi tersebut lebih baik daripada kompetitornya.



5. Total Weighted Score

Merupakan hasil penjumlahan total dari *score* masing-masing yang didapatkan oleh tiap perusahaan. Hasil total ini menggambarkan seberapa baik perusahaan berkinerja dibandingkan dengan para kompetitornya. Semakin tinggi *score* yang didapat, maka perusahaan tersebut berada dalam posisi yang kuat di persaingan.

Tabel 3.8
Competitive Profile Matrix Prods : Books and Coffee dengan Kompetitor

Faktor keberhasilan penting	Weight ⁽¹⁾	Prods : Books and Coffee		The Hideout		Kedai Kopi TUKU	
		Rating ⁽²⁾	Skor bobot	Rating ⁽³⁾	Skor bobot	Rating ⁽⁴⁾	Skor bobot
Harga	0,17	3	0,51	3	0,51	4	0,68
Merek	0,14	2	0,28	3	0,42	4	0,56
Kualitas dan Rasa	0,18	3	0,54	3	0,54	4	0,72
Kualitas Pelayanan	0,17	3	0,51	3	0,51	3	0,51
Kelengkapan Menu	0,16	3	0,48	4	0,64	3	0,48
Lokasi dan Kenyamanan (Suasana)	0,18	3	0,54	4	0,72	2	0,36
Total Weighted Score	1		2,86		3,34		3,31

Sumber : Tabel 3.2⁽¹⁾, Tabel 3.7⁽²⁾, Tabel 3.7⁽³⁾, Tabel 3.7⁽⁴⁾

Berdasarkan *total weighted score*, Prods : Books and Coffee masih perlu meningkatkan aspek-aspek penting yang menentukan kesuksesan supaya dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya.

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



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT *Analysis*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Astri Rumondang et.al (2023, p122) Analisis SWOT merupakan alat untuk mempelajari manajemen kebijakan bisnis dengan cara memetakan empat variabel yang terkait dengan aspek internal dan eksternal perusahaan. Aspek internal meliputi kekuatan dan kelemahan, serta aspek eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dimana aspek internal dan eksternal ini saling mempengaruhi dan tidak dapat dipisahkan adanya alat analisis SWOT ini membantu perusahaan untuk memetakan situasi dan kondisi, serta menentukan prioritas mana saja yang harus dilakukan. Analisis SWOT dapat diterapkan diberbagai jenis usaha mulai dari yang skalanya kecil hingga besar. Analisis SWOT dapat memberikan informasi apa saja yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan juga yang berpotensi menyebabkan kerugian. Berikut ini adalah penjelasan mengenai variabel-variabel dari analisis SWOT.

1. *Strength*

Merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan kompetitornya. Kekuatan atau *strength* menunjukkan hasil dari langkah-langkah yang telah diambil oleh perusahaan sehingga memiliki sebuah keunggulan yang harus dipertahankan. Kekuatan atau *strength* ini sebagai contoh berupa sumber daya yang berkualitas dan memadahi, inovasi produk yang inovatif dan fungsional, dan efisiensi dari kegiatan operasionalnya.

2. *Weakness*

Kelemahan berasal dari aspek internal yang menjadi hambatan akan kemajuan dan keberlangsungan perusahaan yang dampaknya perusahaan menjadi lambat dan tertinggal pada persaingan dalam industri. Kelemahan ini biasanya bisa timbul dari kurangnya sumber daya yang memadahi, kurang adaptasi terhadap

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.



teknologi, keterbatasan kapasitas produksi, dan lainnya sehingga menjadi hal yang harus diwaspadai oleh pelaku usaha.

3. Opportunities

Merupakan peluang yang bisa dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan keunggulan dalam bersaing dengan kompetitornya. Mengidentifikasi peluang sangat diperlukan, karena ini bisa menjadi salah satu momentum perusahaan untuk bisa unggul dari pesaingnya. Contoh peluang yang ada dapat datang dari perkembangan teknologi, adanya perubahan gaya hidup di pasar, adanya regulasi baru yang mendukung, adanya program pendanaan, pertumbuhan perekonomian, dan lainnya.

4. Threats

Ancaman merupakan aspek yang sangat beresiko bagi perusahaan apabila tidak segera di atasi. Ancaman merupakan faktor eksternal yang berada diluar kendali dari perusahaan. Ancaman ini bisa berupa munculnya trend baru, adanya potensi perubahan dalam industri, dan kompetitor yang bisa jauh lebih unggul. Dengan melakukan analisa dan menyusun strategi yang baik untuk menghadapi sebuah tantangan atau ancaman, maka perusahaan akan dengan mudah beradaptasi apabila suatu saat terjadi permasalahan yang berpotensi menjadi ancaman.

Bagi calon pendiri usaha sendiri, melakukan analisis SWOT juga perlu dilakukan untuk mengetahui resiko dan peluang apa saja yang bisa terjadi ketika nantinya terjun kedalam sebuah industri. Hal ini akan mempengaruhi cara pengambilan keputusan dalam setiap langkah strategi yang dibuat.

Berikut merupakan analisis SWOT dari Prods : *Books and Coffee* yang bersumber dari analisis Porter, PESTLE dan juga CPM :

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. *Strength*
 1. Harga yang kompetitif
 2. Kualitas pelayanan yang baik
 3. Menu yang sesuai dengan selera pengunjung
 4. Kualitas dan rasa menu yang dapat bersaing
 5. Lokasi dan tempat yang nyaman untuk kegiatan produktif
- b. *Weakness*
 1. Merek belum dikenal banyak orang
- c. *Opportunities*
 1. Adanya budaya WFC, *remote work*, dan *digital nomads*
 2. Perkembangan teknologi yang semakin maju (sosial media, *e-commerce*)
 3. Gaya hidup yang konsumtif
- d. *Threats*
 1. Persaingan dengan kompetitor yang sudah dikenal
 2. Munculnya budaya atau gaya hidup baru seperti gaya hidup sehat

Penulis juga membuat hasil analisis SWOT dalam bentuk tabel yang akan ditampilkan pada halaman berikutnya.

Keterangan :

Aspek SWOT yang telah penulis buat di atas merupakan hasil dari analisis PESTLE, Porter dan juga CPM (*Competitive Profile Matrix*).

Hasil dari analisis CPM menunjukkan aspek internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan hasil analisis PESTLE dan Porter menunjukkan aspek eksternal berupa peluang dan tantangan.

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 3.9
Analisis SWOT Prods : Books and Coffee

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<ol style="list-style-type: none"> Harga yang kompetitif Kualitas pelayanan yang baik Menu yang sesuai dengan selera pengunjung Kualitas dan rasa menu yang dapat bersaing Lokasi dan tempat yang nyaman untuk kegiatan produktif 	<ol style="list-style-type: none"> Merek belum dikenal banyak orang
	Strategi SO	Strategi WO
<p><i>Opportunities</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Adanya budaya WFC, <i>remote works</i>, dan <i>digital nomads</i>. Perkembangan teknologi yang semakin maju (Sosial media dan <i>e-commerce</i>) Gaya hidup konsumtif Adanya karakteristik konsumen yang suka dengan tempat tenang dan nyaman 	<ol style="list-style-type: none"> Menawarkan kedai kopi yang lebih mendukung kegiatan produktif seperti WFC. (S4, O1, O4) Menjaga hubungan baik dengan para pengunjung melalui media sosial. (S2, O2, O1) Meluncurkan varian-varian dan promo menarik (S1, S3, S4, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan pemasaran secara masal di media sosial. (W1, O2) Membuat promo atau paket kunjungan menarik (W1, O3)
	Strategi ST	Strategi WT
<p><i>Threats</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Persaingan dengan kompetitor yang sudah dikenal Munculnya gaya baru hidup sehat 	<ol style="list-style-type: none"> Menjaga konsistensi dalam hal pelayanan dan kualitas (S2, S4, T1) Menciptakan menu baru untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup sehat (S3, T2) 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>branding</i> sebagai <i>coffee shop</i> yang juga memiliki menu sehat (W1, T2)

Sumber : Analisis PESTLE, Porter, dan CPM Prods : Books and Coffee

1. Ditaring 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.