

LAMPIRAN

Diskusi IFE para pemilik Homemade Kitchen :

Kekuatan :

1. Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 3 (memberikan penawaran request menu memang dapat menarik minat pelanggan terhadap catering Homemade, namun hal itu juga dapat menjadi bumerang bagi pelaku usaha karena jika pada saat pihak konsumen melakukan order menu masakan namun justru sebagai pelaku usaha tidak mampu untuk menyanggupi hal tersebut akan membuat citra Homemade Kitchen buruk dimata konsumennya, sehingga rating yang diberikan 3 karena masih resiko yang cukup besar yang akan diterima)
- Ronaldo Probo Yuwono : 3 (menawarkan request menu kepada konsumen memberikan banyak keuntungan bagi kami selaku pelaku usaha, karena dengan itu kami dapat menarik banyak pelanggan untuk melakukan pemesanan, namun karena keterbatasan skill dalam membuat varian masakan yang terlalu banyak kadang kala sebagai pelaku usaha kami menawarkan opsi lain jika kami tidak dapat menyanggupi pesanannya, dan jika cara tersebut tidak berhasil biasanya konsumen akan merasa kecewa dan tidak jadi melakukan pemesanan)
- Keren Julia Sutantyo : 4 (kekuatan ini dapat menarik banyak keuntungan bagi pelaku usaha, selain mendapatkan keuntungan dari segi financial, juga dapat mengasah skill dalam memasak dan selalu mencoba hal-hal baru untuk memperluas pengetahuan resep maupun cara memasak, hal tersebut menurut saya memberikan dampak yang positif bagi perkembangan Homemade Kitchen)

Setiap responden diberikan kesempatan masing-masing untuk mengutarakan pendapatnya, dari ketiga tanggapan yang telah diberikan oleh masing-masing responden 2 dari 3 responden menyetujui untuk memberikan nilai rating 3 pada poin pertama dibagian kekuatan sedangkan 1 responden tersebut menyetujui untuk memberikan nilai rating 4, karena adanya perbedaan pendapat dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menetapkan hasilnya, dan dari hasil diskusi yang dilakukan diambil kesimpulan untuk memberikan nilai rating 3 pada poin pertama kekuatan karena masing ada beberapa resiko yang harus diminimalisir, agar keuntungan tersebut tidak terlalu menjadi bumerang bagi kelangsungan keberhasilan Homemade Kitchen.

2. Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (request harga sangat banyak menarik minat pembeli, khususnya pada kalangan mahasiswa, mereka yang biasanya melakukan pencarian dana untuk kegiatan kepanitian akan merasa tertarik pada penawaran ini, sehingga banyak pesanan yang dihasilkan dari adanya membentuk sistem request harga, tentunya dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan).
- Ronaldo Probo Yuwono : 4 (harga menjadi peran penting pada saat pihak konsumen ingin membeli suatu produk, tidak terkecuali pada makanan. Karena target konsumen utama kami adalah mahasiswa dan anak kos-kosan dengan kekuatan ini akan mampu untuk menarik minat mereka, sehingga banyak pesanan yang muncul karena keterjangkauan harga dengan kantong saku mereka).
- Keren Julia Sutantyo : 4 (request harga tidak memberikan dampak negatif atau kerugian bagi pelaku usaha, walaupun kami harus tetap memberikan porsi makanan yang pas dan layak kami mengantisipasinya dengan memberikan syarat pada request harga, seperti minimal request harga 9k, hal tersebut sudah kami

perhitungkan dan sebagai pelaku usaha kami juga tetap mendapatkan keuntungan yang setimpal, sehingga memberikan nilai rating 4 pada poin kedua ini merupakan keputusan yang layak. Dari pendapat yang diberikan oleh ke-3 responden dapat disimpulkan pada poin kedua pada bagian kekuatan nilai rating yang disetujui ada 4, yang berarti kekuatan pada bagian kedua ini memberikan dampak besar bagi keberhasilan Homemade Kitchen.

3. Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 2 (pelayanan gratis pesan antar yang disediakan pelaku usaha bertujuan untuk mengikuti adanya perkembangan jaman yang ada saat ini, mengingat pada saat ini kebanyakan dari kalangan masyarakat yang lebih memilih untuk dirumah dalam beraktifitas, baik hal tersebut karena rasa malas ataupun takut terhadap penyebaran virus yang ada pada saat ini, hal tersebut membuat pelaku usaha harus dapat mengikuti arus yang ada. Namun karena kurangnya SDM maupun beban biaya gaji yang masih terlalu besar bagi pelaku usaha saat ini, sehingga sebagai pelaku usaha kami hanya bisa melakukan pengantaran gratis antar dibeberapa wilayah di kota semarang yang telah ditentukan. Jadi kekuatan ini dapat dikatakan menjadi hal baik bagi sebagian konsumen yang tinggal diwilayah tersebut, namun juga tidak menguntungkan bagi konsumennya yang masih belum terjangkau tempat tinggalnya bagi kami).
- Ronaldo Probo Yuwono : 3 (memberikan layanan gratis pesan antar menambah kesan positif dan menambah kelebihan Homemade dimata konsumen, sehingga dalam persaingan terhadap pesaingpun kami tetap dapat menonjolkan daya tarik Homemade kepada para konsumen, hal tersebut adalah salah satu yang

menjadikan Homemade Kitchen dapat diminati konsumen. Walaupun tetap saja karena adanya keterbatasan SDM membuat hal ini belum maksimal, namun kami sebagai pelaku usaha sedang mengusahakan agar bagaimana pelayanan gratis pesan antar dapat direalisasikan untuk semua daerah di area kota Semarang).

- Keren Julia Sutantyo : 3 (pengantaran catering pada konsumen yang melakukan pemesanan hingga saat ini dilakukan oleh kedua owner Homemade, hal tersebut selain untuk meminimalisir beban biaya yang ada juga untuk memberikan service secara langsung kepada konsumen, dan jika mendapat waktu yang tepat kedua owner yang mengantar juga mengusahakan untuk mendekati diri kepada konsumennya untuk membangun rasa kepercayaan dan kenyamanan kepada konsumen, sehingga pelayanan gratis pesan antar juga dapat dikatakan sebagai media pemasaran secara tidak langsung).

Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden ada perbedaan pendapat dimana ke-2 responden menyetujui untuk memberikan nilai rating 3 sedangkan responden yang satunya memberikan nilai rating 2 untuk poin ke 3 pada bagian kekuatan ini, sehingga dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya manakan rating yang lebih pantas untuk diberikan pada poin tersebut, dan setelah diskusi dilakukan rating pada point ke-3 juga telah ditentukan yaitu diberikan rating 3 karena pemberian layanan gratis antar juga merupakan poin penting dimana hal tersebut dapat membawa banyak konsumen tertarik kepada Homemade Kitchen, dan sebagaimana kekurangan dari kekuatan ini sebisa mungkin akan diminimalisir untuk jangka kedepannya.

4. Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (dengan melakukan sistem request harga, harga yang kami tawarkan dapat lebih rendah dibandingkan

pesaing, dari harga tersebut juga akan mempengaruhi porsi dalam makanan tersebut, namun karena kami juga sudah menentukan harga minimum yang telah ditentukan bagi konsumen yaitu 9k perpcs, kami juga sudah mencari beberapa informasi dan dari beberapa catering yang telah kami ketahui harga yang mereka tawarkan selalu lebih tinggi dibandingkan dengan Homemade Kitchen, dan walaupun pihak konsumen melakukan pemesanan dalam jumlah banyak Homemade Kitchen akan memberikan harga yang lebih rendah lagi kepada konsumen, sehingga hal tersebut memberikan daya tarik lebih untuk konsumen melakukan pemesanan dalam jumlah banyak khususnya untuk acara kepanitiaan atau acara besar lainnya).

- Ronaldo Probo Yuwono : 4 (sebagian orang dalam membeli suatu barang yang diinginkan ataupun dibutuhkan akan melihat harganya terlebih dahulu, entah hal tersebut murah ataupun mahal. Barang dengan harga murah akan lebih menarik minat beli masyarakat karena daya beli yang dapat mereka lakukan besar. Sehingga dengan harga yang kami tawarkan banyak konsumen yang melakukan pemesanan untuk acara-acara yang membutuhkan banyak catering dengan harga yang terjangkau. Dengan adanya kekuatan ini Homemade Kitchen dapat menarik minat konsumen dari kalangan menengah kebawah hingga menengah keatas karena mengingat kami juga dapat request harga yang artinya mereka juga dapat memesan makanan dengan harga yang cukup mahal).
- Keren Julia Sutantyo : 4 (penetapan harga rendah juga sangat menguntungkan kami sebagai pelaku usaha untuk melakukan promosi, dalam melakukan promosi kami menonjolkan harga yang rendah (terjangkau) untuk menarik minat konsumen, hal tersebut mempermudah kami dalam membuat konten-konten promosi, seperti menyediakan paket bundeling makanan dengan harga murah. Dengan adanya kekuatan ini Homemade Kitchen dapat

semakin dikenal oleh masyarakat dari yang pada mulanya tidak tertarget menjadi tertarget)

Setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 responden telah ditentukan pada poin ke-4 pada bagian kekuatan, ke-3 responden menyetujui untuk memberikan nilai rating 4 karena mengingat kontribusi pada poin ke-4 ini berdampak besar bagi kelangsungan keberhasilan Homemade Kitchen.

5. Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 2 (menyediakan menu catering khusus disetiap event memang selalu dilakukan oleh Homemade Kitchen untuk konsumennya, hal tersebut bertujuan untuk memberikan pelayanan yang aktif kepada konsumennya disetiap moment yang ada, namun dari banyaknya event-event yang ada Homemade Kitchen belum selalu bisa untuk menyediakan menu catering khusus seperti pada hari waisak, hari raya paskah, ataupun hari valentine kami belum menyediakan menu khususnya, padahal beberapa konsumen juga sudah menanyakan mengenai hal tersebut, sehingga rencana kedepannya kemungkinan kami akan menyediakan menu catering khusus tersebut pada hari-hari raya yang akan datang agar dapat lebih memuaskan konsumen Homemade).
- Ronaldo Probo Yuwono : 3 (menyediakan menu catering khusus pada saat acara hari raya tiba sangat banyak memberikan keuntungan bagi pelaku usaha Homemade Kitchen, selain profit pada usaha meningkat pesat hal tersebut juga dapat memperluas jangkauan pengetahuan catering Homemade pada masyarakat yang sebelumnya belum mengenal kami, sehingga dengan membuat adanya menu catering khusus ini kami mendapat banyak manfaat dan keuntungan untuk kemajuan Homemade Kitchen).

- Keren Julia Sutantyo : 3 (pembuatan menu catering khusus pada saat hari raya bukan sekedar makanan berat saja, melainkan kami juga menyediakan makanan-makanan ringan seperti kue nastar, cookies, bolu jadul, brownies, makarnoi scootel dan masih banyak lainnya, hal tersebut memberikan banyak keuntungan pada setiap pcs penjualan produknya, sehingga pada saat hari raya tiba akan mudah mengambil banyak keuntungan dari HPP yang kami keluarkan dalam pembuatan makanan tersebut, walaupun pada saat hari raya tersebut akan mengeluarkan banyak biaya juga untuk melakukan promosi).

Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden tersebut memberikan penilaian rating pada point ke-5 dibagian kekuatan yaitu 2 responden memberikan nilai rating 3 dan responden yang satunya memberikan nilai rating 2. Setelah dilakukan diskusi kembali untuk menentukan rating yang akan diberikan pada point ke-5 ini, ke-3 responden menyetujui untuk memberikan nilai 3 kepada poin 5 dibagian kekuatan karena dengan adanya strategi membuat menu catering khusus pelaku usaha dapat mendapat keuntungan sekaligus dapat menjangkau banyak konsumen baru.

6. Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 3 (setiap orang memiliki makanan kesukaannya masing-masing, selain itu mereka juga memiliki hal yang tidak mereka sukai entah karena alergi ataupun phobia sehingga kami banyak menyediakan varian-varian daging kepada konsumen Homemade, dari mulai ayam, sapi, babi, udang, dan cumi, sehingga mereka tetap memiliki opsi untuk dapat memilih sekiranya daging apa yang mereka sukai untuk dapat dikonsumsi. Walaupun tidak semua daging dapat kami sediakan, karena beberapa dari daging tersebut masih belum secara baik dapat kami

olah, sehingga untuk kedepannya kami akan mengusahakan agar beberapa daging yang belum tersedia dapat kami sediakan dan dapat dinikmati).

- Ronaldo Probo Yuwono : 3 (memberikan banyak pilihan daging kepada konsumen akan mempermudah kami juga dalam memberikan harga yang sekiranya murah dan mahal namun dengan menyediakan banyak pilihan daging pihak konsumen juga harus menetapkan pemesanan minimal yang telah kami tentukan, sebab jika pemesanan request menu daging tersebut tidak sesuai dengan minimal pemesanan yang sudah kami tentukan hal tersebut akan memberikan kerugian kepada kami selaku usaha karena harus menyimpan sisa daging dan akan membuat daging tersebut tidak segar sepenuhnya jika ada pelanggan yang nantinya memesan daging yang sama).
- Keren Julia Sutantyo : 3 (memberikan opsi banyak varian daging kepada konsumen memberikan nilai positif bagi Homemade Kitchen karena mengingat beberapa konsumen kami adalah anak kos-kosan dan mereka memesan catering mingguan kepada kami, dengan menyediakan banyak varian daging tidak akan membuat mereka merasa bosan pada jenis masakan yang kami sediakan. Namun dengan menyediakan banyak varian daging hal tersebut seringkali membuat kami kekacauan pada saat mendapati pesanan yang mengharuskan kami memasak beberapa varian daging sekaligus pada satu waktu yang sama, sehingga hal tersebut memiliki dampak negatif dan positif bagi Homemade Kitchen).

Berdasarkan dari diskusi yang dilakukan oleh ke-3 responden pada poin ke-6 pada bagian kekuatan mereka ber-3 menyetujui untuk memberikan nilai rating 3 karena mengingat pada poin ini memberikan dampak yang positif bagi konsumen loyal yang melakukan pemesanan secara rutin hal tersebut harus dipertahankan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen Homemade Kitchen.

7. Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (Pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen dapat menjadikan konsumen nyaman dan dihormati, walau dalam melayani konsumen hanya melalui chatting yang dilakukan tetapi penting untuk tetap ramah tidak jutek dalam membalas chat)
- Ronaldo Probo Yuwono : 3 (Pelayanan yang ramah dan sopan itu memang penting hanya saja perlu sesuai dengan porsinya, sehingga tidak menimbulkan efek berlebihan yang mungkin dapat ditangkap lain oleh konsumen.)
- Keren Julia Sutantyo : 3 (Dalam membalas chat konsumen di media sosial atau platform yang tersedia penting untuk bersikap ramah dan sopan supaya konsumen yang membaca tidak merasa tidak dihormati, dan dapat merasa nyaman untuk bertanya dan berkomunikasi dengan Homemade Kitchen dalam menyampaikan keinginan konsumen. Namun dalam memberikan pelayanan tidak perlu berlebihan yang dapat menimbulkan efek konsumen mungkin bisa saja merasa tidak nyaman.)

Berdasarkan hasil diskusi dari ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju untuk memberikan nilai rating pada kekuatan ini adalah 3 karena dalam memberikan pelayanan ramah dan sopan kepada konsumen sekiranya sesuai dengan porsinya tidak berlebihan namun juga tidak mengurangi sikap ramah dan sopan kepada konsumen meski hanya melalui chat. Hal ini bertujuan untuk membuat konsumen merasa nyaman dalam menyampaikan keinginan konsumen dalam memesan masakan di Homemade Kitchen.

8. Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (Penting memberikan contoh testimoni dalam media sosial Homemade Kitchen untuk menarik konsumen lain yang masih ragu untuk memesan catering di Homemade Kitchen. Terlebih lagi memberikan katalog contoh berbagai jenis masakan yang telah dibuat Homemade Kitchen, hal ini untuk memperlihatkan bahwa Homemade Kitchen mampu membuat berbagai macam masakan sesuai dengan permintaan konsumen yang telah dikuasai Homemade Kitchen.)
- Ronaldo Probo Yuwono : 3 (Merupakan ide yang bagus untuk memberikan berbagai macam testimoni dan katalog contoh menu masakan yang telah dibuat Homemade Kitchen, hal ini bermanfaat untuk menarik konsumen untuk memesan catering di Homemade Kitchen dengan tanpa ragu. Namun hal ini bukanlah sesuatu hal yang istimewa yang dapat memberi pengaruh begitu besar pada Homemade Kitchen, tetap dilakukan secara serius untuk membangun menarik konsumen.)
- Keren Julia Sutantyo : 3 (katalog dan testimoni menjadi salah satu informasi dasar yang dapat digunakan konsumen dalam mengidentifikasi suatu toko online, hal tersebut merupakan poin penting untuk dapat membangun rasa percaya diri konsumen terhadap produk kami, sehingga semakin menarik dan semakin banyak informasi yang diberikan didalam toko online akan semakin mudah pula bagi konsumen untuk mengetahui lebih detail mengenai toko yang sedang mereka identifikasi. Namun hal tersebut dapat membawa dampak buruk bagi pelaku usaha jika pelaku usaha tidak benar-benar serius dalam menanggapi permasalahan katalog dan testimoni ini, seperti pembuatan konten katalog yang buruk, pemilihan gambar yang buruk, testimoni yang terkesan dibuat-buat, dan lain-lain. Hal tersebut dapat menjadi bumerang sekaligus keuntungan bagi pelaku usaha yang memiliki toko online).

Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju dalam pemberian nilai rating pada kekuatan ini adalah 3, karena dalam membangun rasa percaya dan menarik konsumen diperlukan adanya testimoni yang merupakan hasil review dari konsumen lain yang telah menjadi pelanggan Homemade Kitchen serta contoh masakan yang telah dibuat Homemade Kitchen. Dalam memberikan testimoni serta contoh berbagai menu masakan harus dilakukan secara serius sehingga konsumen dapat percaya sepenuhnya tanpa ragu untuk memesan katering di Homemade Kitchen.

Kelemahan :

1. Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.
 - Rinaldi Probo Yuwono : 4 (Dalam menyediakan pelayanan secara offline membutuhkan persiapan yang cukup matang yang menjadikan Homemade Kitchen hingga saat ini belum siap dalam menyediakan seperti warung makan kecil. Persiapan yang dibutuhkan selain secara keuangan dibutuhkan pula tenaga kerja yang memadai serta kemampuan memasak yang perlu dilatih kembali untuk mendapatkan hasil masakan yang lebih bervariasi dan memuaskan untuk dijual.)
 - Ronaldo Probo Yuwono : 3 (Dalam menyediakan pelayanan secara offline diperlukan persiapan yang banyak seperti lokasi, kemudian tenaga kerja yang perlu untuk ditambahkan demi kelancaran usaha dimana persiapan-persiapan inilah yang menjadikan Homemade Kitchen memerlukan waktu yang cukup panjang untuk mengatur strategi dan sistem yang nantinya dapat digunakan untuk membuat warung makan kecil. Dalam kemampuan memasak yang dimiliki untuk membuat masakan rumahan yang pada umumnya sudah cukup menguasai sehingga dari segi kemampuan mampu untuk membuka warung kecil Homemade Kitchen.)
 - Keren Julia Sutantyo : 4 (Menyediakan warung kecil bukanlah hal yang mudah untuk diatur karena adanya ciri khas yang dimiliki

Homemade Kitchen yaitu request menu masakan. Dalam membuat menu masakan request bisa dapat dilakukan dengan dimasak secara langsung namun hanya saja menjadikan Homemade Kitchen harus menyediakan bahan baku yang begitu beraneka macam yang belum pasti kapan masakan tertentu akan laku kecuali dikemas dalam bentuk katering.)

Dari hasil pendapat ke-3 pemilik Homemade Kitchen bahwa dalam menyediakan pelayanan secara offline seperti warung kecil untuk saat ini belum dapat dilaksanakan karena adanya pertimbangan yang cukup banyak seperti sistem yang perlu diterapkan berkaitan dengan ciri khas Homemade Kitchen yang dapat request menu masakan sesuai konsumen, tenaga kerja yang perlu ditambahkan untuk membantu, masalah keuangan yang harus diperhitungkan dengan teliti supaya usaha Homemade Kitchen dapat tetap terus berjalan sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju bahwa kelemahan ini memiliki rating 4.

2. Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.
 - Rinaldi Probo Yuwono : 3 (Fungsi adanya minimal pemesanan ini adalah untuk menghemat pelaku bisnis dalam berbelanja bahan baku serta supaya bahan baku yang tersimpan dalam kulkas selalu fresh (dalam keadaan baru) tetapi memang menjadikan konsumen banyak yang memilih untuk membeli katering ditempat lain yang tidak dikenakan minimal pemesanan namun ada juga yang menjadikan konsumen mau untuk membeli sesuai dengan jumlah pemesanan yang ditentukan.)
 - Ronaldo Probo Yuwono: 4 (Dengan adanya minimal pemesanan yang harus dipenuhi menjadikan banyak konsumen yang memilih membeli ditempat lain yang tidak dikenakan minimal pemesanan)
 - Keren Julia Sutantyo : 4 (Minimal pemesanan yang ditentukan membuat konsumen memilih membeli ditempat lain, karena target pasar utama Homemade Kitchen adalah anak kos dan ibu rumah

tangga dimana mereka tidak selalu membeli catering dalam jumlah yang besar)

Dari hasil pendapat ke-3 pemilik Homemade Kitchen, bahwa diberikan rating 4 karena kelemahan ini berpengaruh terhadap penjualan Homemade Kitchen karena dengan adanya minimal pembelian menjadikan banyak konsumen memilih untuk membeli ditempat lain yang tidak dikenakan minimal pembelian.

3. Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (Berbagai macam varian masakan nusantara yang ada menjadikan Homemade Kitchen diwajibkan untuk belajar masak agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Walau tidak semua request konsumen dapat terkabulkan karena banyak bahan yang tidak ada di Semarang, tidak pernah belajar membuat masakan yang direquest kan bahkan tidak pernah memakannya sehingga tidak tahu cita rasa apa yang khas.)
- Ronaldo Probo Yuwono : 4 (Varian masakan yang terlalu banyak sering membuat bingung dalam mengelolanya karena banyak kuliner dari luar Semarang yang dimakan oleh pemilik sehingga dalam memproses hal tersebut dibutuhkan waktu cukup lama.)
- Keren Julia Sutantyo : 4 (Menghafal berbagai macam resep masakan bukanlah hal yang mudah, sehingga dalam request menu masakan konsumen tidak semua diterima karena berkaitan dengan adanya bisa atau tidak pemilik dalam mengelola masakan tersebut dapat sesuai dengan selera konsumen. Sehingga perlu adanya kursus yang dilakukan untuk menambah ilmu dan skill dalam memasak)

Berdasarkan hasil diskusi dari ke-3 pemilik Homemade Kitchen, setuju bila pada kelemahan ini diberikan nilai rating 4 karena merupakan kelamahan yang cukup mempengaruhi Homemade Kitchen karena Homemade Kitchen memiliki ciri khas konsumen dapat request menu

tetapi request menu yang diambil tidak semuanya dapat diterima karena kemampuan yang masih terbatas yang dimiliki Homemade Kitchen.

4. Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.
 - Rinaldi Probo Yuwono : 3 (Adanya kekurangan tenaga kerja terkadang menjadikan Homemade Kitchen harus mengalami adanya kekacauan yang sering terjadi di dapur seperti adanya persiapan dalam memasak yang membutuhkan waktu lebih panjang karena adanya pekerjaan lain yang harus diselesaikan secara bersamaan seperti mempersiapkan wadah untuk catering, mempersiapkan lalapan-lalapan yang dibutuhkan. Maka menjadi suatu permasalahan yang sering terjadi tetapi untuk menambah tenaga kerja dibutuhkan pemikiran yang cukup matang sebab Homemade Kitchen belum merupakan usaha bisnis yang ramai setiap harinya)
 - Ronaldo Probo Yuwono : 2 (Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki Homemade Kitchen tidak menjadi suatu permasalahan karena adanya pekerjaan yang banyak setiap adanya pemesanan catering dapat dicicil sebelum hari pesanan tiba sehingga ketika hari pesanan akan dikirim segala persiapan sudah siap tinggal dimasak dan dikemas.)
 - Keren Julia Sutantyo : 4 (Sangat mengganggu dalam proses memasak ketika pesanan banyak dihari yang sama karena adanya kurang tenaga kerja yang membantu dalam memasak serta mengemas. Hal ini dapat menjadikan proses memasak cenderung lebih lama dari biasanya. Jika ada tenaga kerja tambahan yang membantu segala persiapan dapat teratasi lebih baik daripada tidak ada tenaga kerja tambahan untuk Homemade Kitchen.

Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, telah dilakukan diskusi ulang dan setuju diberikan nilai rating 3 pada kelemahan ini karena kurangnya tenaga kerja meski dibutuhkan ketika adanya pesanan yang banyak tetapi hal ini dapat diatasi sementara dengan

menyiapkan segala persiapan minimal 1 hari sebelum hari pesanan akan dikirimkan, sehingga ketika proses memasak dapat lebih cepat dan tidak meng kacaukan keadaan.

5. Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

- Rinaldi Probo Yuwono : 3 (Belum memiliki tenaga kerja yang memadai untuk melakukan service pesan antar untuk konsumen sehingga masih harus bergantung pada ojek online untuk pengiriman catering, sehingga untuk area-area tertentu dikenakan biaya untuk kurir ojek online yang mengantarkannya.)
- Ronaldo Probo Yuwono : 2 (Biaya pelayanan pesan antar sebetulnya bukanlah tanggung jawab Homemade Kitchen sebagai penjual, melainkan tanggung jawab pembeli. Sehingga ketika Homemade Kitchen sudah mau memberikan pelayanan gratis antar di area tertentu itu sudah menjadi hal yang cukup menarik konsumen yang tinggal berada disekitar rumah produksi Homemade Kitchen.)
- Keren Julia Sutantyo : 3 (Banyak konsumen yang menyukai layanan gratis pesan antar karena mereka dapat menghemat biaya yang terkadang cukup mahal, meski itu bukanlah tanggung jawab Homemade Kitchen sebagai penjual. Tetapi sebagai pemilik Homemade Kitchen pastinya ingin merangkul konsumen sebanyak mungkin dari berbagai kalangan hal ini bertujuan untuk menjadikan Homemade Kitchen lebih dikenal masyarakat luas, dengan adanya area layanan gratis pesan antar diperluas dapat menarik banyak konsumen.)

Dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju dengan pemberian rating 3 pada kelemahan ini. Karena layanan gratis antara sesungguhnya bukanlah tanggung jawab penjual namun dengan adanya memberikan solusi untuk layanan gratis antar diperluas diharapkan dapat memperluas pasar Homemade Kitchen.

6. Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

- Rinaldi Probo Yuwono : 2 (Dalam belanja bahan baku harga naik dalam pasar tradisional adalah hal yang wajar sehingga tidak menjadi patokan bahwa memiliki supplier tetap akan dapat harga terbaik.)
- Ronaldo Probo Yuwono : 2 (Harga bahan baku yang meningkat tidak terjadi di 1 penjual bahan baku saja melainkan secara merata mengalami hal demikian, sehingga tidak menjadi suatu permasalahan jika tidak memiliki supplier bahan baku tetap. Hal ini berbeda jika supplier bahan baku yang dicari berasal dari petani langsung.)
- Keren Julia Sutantyo : 2 (Harga bahan baku meningkat tidak apa karena kebanyakan pemilik katering merasakan hal yang sama)

Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, kelemahan ini diberi nilai rating 2 karena tidak menjadi suatu permasalahan yang sangat mempengaruhi Homemade Kitchen.

Diskusi EFE para pemilik Homemade Kitchen :

Peluang :

1. Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.
 - Rinaldi Probo Yuwono: 3 (Dalam memanfaatkan peluang ini Homemade Kitchen dapat lebih fokus dalam mengolah dengan bahan utama terbuat dari ayam, sehingga dapat membuat varian masakan baru yang masih jarang ditemui di masyarakat secara luas.)
 - Ronaldo Probo Yuwono : 3 (Memanfaatkan daging ayam sebagai bahan dasar utama dalam membuat masakan dapat menjadikan Homemade Kitchen dapat menghemat pembelian bahan baku karena dengan adanya peminat olahan masakan daging ayam,

sebagai pemilik Homemade Kitchen dapat membeli daging ayam yang cenderung lebih banyak sehingga mendapatkan harga yang lebih murah.)

- Keren Julia Sutantyo : 2 (Membuat varian masakan yang berhubungan dengan daging ayam sudah banyak dikalangan luas. Sehingga menjadi sulit untuk menemukan ide masakan baru yang berhubungan dengan ayam yang sekiranya dapat menarik masyarakat.)

Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju untuk memberi nilai rating 3 pada peluang in, sebab meski sudah banyak varian masakan yang berhubungan dengan daging ayam namun Homemade Kitchen tetap dapat menjadikan peluang tersebut dengan menggunakan ciri khas masakan Homemade Kitchen.

2. Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.
 - Rinaldi Probo Yuwono : 4 (Peluang yang menarik karena pada masa pandemi seperti ini banyak masyarakat lebih menyukai makan di rumah, dengan adanya frozen food catering seperti ini mempermudah konsumen untuk menikmati masakan Homemade Kitchen dimanapun berada.)
 - Ronaldo Probo Yuwono : 4 (Membuat frozen food dapat menjadikan sebuah peluang baru untuk Homemade Kitchen melebarkan sayap lebih luas. Dengan adanya frozen food, beberapa jenis masakan dapat disimpan dalam waktu yang lama sehingga dapat menjadi cadangan makanan untuk di rumah praktis hanya tinggal menghangatkan.)
 - Keren Julia Sutantyo : 4 (Membuat frozen food peluang yang bagus, sehingga Homemade Kitchen dapat dijangkau masyarakat luar Semarang yang merindukan masakan khas Semarang. Selain itu, adanya kemasan frozen food dapat membuat masyarakat dapat menyimpan lauk untuk cadangan makanan di rumah)

Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, pada peluang membuat frozen food catering untuk melayani pesanan keluar kota menjadi sebuah peluang bagus untuk Homemade Kitchen. Dengan adanya membuat frozen food catering dapat dikirimkan keluar kota.

3. Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat lebih menyukai pesan makanan daripada memasak sendiri jika ada sebuah acara.

- Rinaldi Probo Yuwono : 1 (Persaingan yang cukup ketat pula dengan organisasi yang sudah lama bergerak dalam bidang catering yang dapat lebih dipercaya dalam menerima catering dalam jumlah yang besar. Sedangkan Homemade Kitchen saat ini masih hanya mampu menerima pesanan dalam jumlah yang dapat dilakukan pemilik Homemade Kitchen seperti acara arisan.)
- Ronaldo Probo Yuwono : 2 (saat ini aplikasi pesan antar berkembang sangat pesat, banyak masyarakat yang lebih memilih untuk memesan makanan dari rumah menggunakan aplikasi pesan antar, hal tersebut mempengaruhi kami sebagai pelaku usaha catering, karena target market kami yang pada mulanya anak kos-kosan yang melakukan pemesanan catering mingguan beberapa waktu kedepan mulai ada yang sudah berhenti. Namun dengan adanya perkembangan jaman yang ada saat ini banyak pula masyarakat yang mengadakan acara-acara besar namun mereka enggan untuk memasak sendiri sehingga kami sebagai pelaku usaha catering diuntungkan karena situasi yang ada ini. Sehingga hal tersebut menjadi dampak positif dan dampak negatif pula bagi kami sebagai pelaku usaha Homemade Kitchen).
- Keren Julia Sutantyo : 2 (Berkembang teknologi yang ada memicu adanya aplikasi pesan antar makanan yang menawarkan berbagai macam diskon, namun hal ini tidak merubah adanya Homemade Kitchen. Homemade Kitchen dapat menerima catering dalam jumlah yang memadai dengan tenaga kerja saat ini dengan berbagai acara yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. Seperti acara

yang diterima Homemade Kitchen untuk katering seperti acara rapat kantor, arisan, katering ulang tahun anak dengan jumlah yang disesuaikan.)

Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden ada perbedaan pendapat dimana ke-2 responden menyetujui untuk memberikan nilai rating 2 sedangkan responden yang satunya memberikan nilai rating 1 untuk poin ke 3 pada bagian peluang, sehingga dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya manakan rating yang lebih pantas untuk diberikan pada poin tersebut, dan setelah diskusi dilakukan rating pada poin ke-3 juga telah ditentukan yaitu diberikan rating 2 karena meskipun dengan adanya perkembangan aplikasi pesan antar yang semakin pesat, kami sebagai pelaku usaha catering dapat mengantisipasinya dengan menyediakan menu makanan yang ready stock untuk diikutsertakan kedalam aplikasi pesan antar tersebut. Sehingga selain kami mendapat dampak positif dari banyaknya pemesanan dari acara-acara seperti rapat ibu-ibu PKK atau ibu-ibu arisan, kami juga mendapatkan pemesanan rutin perhari melalui aplikasi pesan antar dengan menu yang telah kami sediakan.

4. Minat konsumen terhadap masakan catering / *take away* meningkat karena adanya pandemi Covid-19.
 - Rinaldi Probo Yuwono : 3 (Adanya pandemi Covid-19 menjadikan banyak masyarakat yang menyukai pesan makanan kemudian dibawa pulang ke rumah, ada juga konsumen yang memilih untuk langganan katering karena adanya ketakutan untuk keluar rumah hanya untuk sekedar belanja ke pasar. Peluang ini dapat membuat Homemade Kitchen mendapatkan pesanan dengan didasarkan kekuatan Homemade Kitchen yang menjadi ciri khas Homemade Kitchen.)
 - Ronaldo Probo Yuwono : 2 (Meski adanya pandemi dapat menjadi peluang Homemade Kitchen untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun adanya pandemi ini pula ada juga konsumen

yang memilih untuk memasak makanan sendiri daripada membeli dari luar karena takut akan ketidakbersihan penjual dalam mengolah makanan. Namun hal ini yang menjadikan Homemade Kitchen menerapkan sistem protokol kesehatan yang cukup baik untuk mendapatkan kepercayaan konsumen.)

- Keren Julia Sutantyo : 3 (Masakan rumahan dengan harga yang dapat dijangkau konsumen membuat Homemade Kitchen dapat bertahan pada masa pandemi. Karena banyak konsumen yang memilih untuk membeli masakan dari luar daripada harus memasak sendiri, karena harus menyiapkan bahan-bahan dengan membeli di pasar yang kebersihannya belum tentu terjaga. Sehingga masih banyak konsumen yang mempercayakan Homemade Kitchen untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka.

Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju dengan memberikan nilai rating 3 pada peluang ini. Meski adanya pandemi Homemade Kitchen dapat bertahan karena adanya protokol kesehatan yang baik yang diterapkan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen untuk membeli masakan atau katering di Homemade Kitchen dengan harga terjangkau sesuai dengan permintaan konsumen. Banyak masyarakat yang memilih untuk membeli makanan dari luar karena lebih praktis tidak perlu pergi ke pasar, sehingga adanya peluang tersebut diharapkan impian Homemade Kitchen dapat terwujud.

Ancaman :

1. Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (kenaikan harga bahan baku memanglah sudah menjadi suatu fenomena yang wajar bagi banyak orang khususnya pelaku usaha yang bergerak dalam bidang kuliner. Bagi pelaku usaha Homemade Kitchen karena kami selama ini hanya

mengandalkan pedagang yang ada di pasar tradisional untuk membeli kebutuhan bahan baku, sehingga jika terjadi kenaikan harga akan sangat terasa dampaknya yang alhasil kami harus tetap meningkatkan harga jual agar tidak merugi. Sehingga sebagai pelaku usaha Homemade kami berusaha untuk dapat memperbanyak lagi jumlah order catering kami agar kami juga dapat menjangkau petani untuk menjadi supplier utama bagi catering Homemade).

- Ronaldo Probo Yuwono : 4 (kenaikan harga bahan baku memberikan banyak tekanan bagi kami sebagai pelaku usaha, selain memaksa kami untuk meningkatkan harga makanan, kami juga mendapat banyak komplain dari konsumen karena harga makanan yang meningkat, sehingga sebagai pelaku usaha harus tetap dapat beradaptasi dan dapat mengatasi perubahan yang ada agar dampak yang terjadi tidak berperan besar bagi usaha Homemade Kitchen).
- Keren Julia Sutanty : 4 (peningkatan harga bahan baku secara tidak langsung memaksa kami sebagai pelaku usaha untuk dapat mengikuti ritmenya yaitu menaikkan harga jual makanan, namun agar dapat bertahan dari adanya peningkatan harga biasanya kami pelaku usaha Homemade mengganti beberapa menu utama yang disediakan, yang memang menu tersebut berhubungan dengan harga bahan baku yang naik, sehingga kami dapat menjual makanan dengan harga tetap walaupun terjadi kenaikan harga).

Berdasarkan dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden, pada poin pertama dibagian ancaman, ke-3 responden menyetujui untuk memberikan nilai rating 4 karena mengingat peningkatan harga bahan baku memberikan ancaman yang cukup besar bagi kelangsungan keberhasilan usaha Homemade, dengan meningkatnya harga bahan baku hal tersebut akan merubah tatanan yang ada pada Homemade Kitchen, seperti harga makanan, perubahan menu utama, strategi promosi, dll.

2. Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (munculnya banyak pesaing membuat pelaku usaha Homemade merasa was-was, walaupun Homemade memiliki ciri khas baik dalam hal cita rasa makanan maupun pelayanan khusus yang berbeda jika dibandingkan dengan pesaing namun dengan banyaknya pesaing baru yang muncul mengharuskan pelaku usaha Homemade untuk tetap tidak berhenti dalam berinovasi agar tidak tertinggal dari pesaing dan justru dapat mengunggulinya. Sehingga ancaman pada poin ini menjadi perhatian penting yang harus diperhatikan bagi pelaku usaha Homemade agar tidak lalai dan dapat lebih berhati-hati).
- Ronaldo Probo Yuwono : 3 (munculnya banyak pesaing yang ada dibidang kuliner yang melakukan penjualan secara online hal tersebut membuat persaingan dalam bidang usaha ini semakin ketat, namun kami percaya karena Homemade Kitchen memiliki keunikan dari segi cita rasa makanannya hal tersebut membuat kami optimis untuk tetap dapat bersaing dan dapat mengalahkan kompetitor-kompetitor kami)
- Keren Julia Sutantyo : 3 (dengan berkembangnya usaha online yang ada pada saat ini khususnya dalam usaha dibidang kuliner, kami Homemade Kitchen lebih meningkatkan promosinya melalui platform social media seperti instagram yaitu dengan membuat berbagai konten kuliner menarik dan mengikut sertakannya kedalam paid promote maupun instagram ads untuk meningkatkan daya belinya, selain itu kami juga rajin untuk mengupload konten berupa testimoni-testimoni untuk meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap catering Homemade, sehingga meskipun banyak pesaing baru yang muncul kami dapat tetap optimis untuk bisa bersaing dengan menggunakan cara tersebut).

Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden ada perbedaan pendapat dimana ke-2 responden menyetujui untuk memberikan nilai rating 3 sedangkan responden yang satunya memberikan nilai rating 4 untuk poin ke 2 pada bagian ancaman ini, sehingga dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya manakan rating yang lebih pantas untuk diberikan pada poin tersebut, dan setelah diskusi dilakukan rating pada poin ke-2 juga telah ditentukan yaitu diberikan rating 3 karena meskipun semakin banyak pesaing usaha baru yang muncul hal tersebut membawa ancaman bagi Homemade Kitchen hal tersebut juga memberikan pacuan semangat baru untuk pelaku usaha Homemade Kitchen untuk dapat mengembangkan usahanya dan dapat bersaing sehat dengan kompetitornya untuk dapat mencapai tujuannya.

3. Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 4 (banyak masyarakat yang sekarang ini lebih memilih untuk menggunakan aplikasi pesan antar makanan karena yang dirasa memang efektif, selain banyak memberikan potongan harga untuk makanannya, juga memberikan potongan harga untuk ongkos antarnya. Hal tersebut menjadi ancaman dan kerisauan kami sebagai pelaku usaha kuliner, sehingga mau tidak mau kami juga harus mengikuti trend yang ada dimasyarakat yaitu dengan memberikan pelayanan gratis pesan antar (beberapa wilayah yang telah ditentukan), dan mengikutsertakan Homemade Kitchen pada aplikasi pesan antar makanan yang ada (Go-jek, Grab) untuk dapat tetap bersaing dan dapat meningkatkan penjualan catering kami).
- Ronaldo Probo Yuwono : 4 (karena maraknya perkembangan aplikasi pesan antar yang ada sebagai pelaku usaha dibidang kuliner khususnya catering hal tersebut menjadi penghambat bagi kami, terutama bagi konsumen anak kos-kosan kami yang

semulanya loyal melakukan pemesanan beberapa menjadi hilang dan jarang melakukan pemesanan karena opsi yang ada pada aplikasi pesan antar yang luas dan beragam, sehingga kami hanya dapat lebih memfokuskan target usaha kami untuk catering kepanitiaan maupun acara-acara gereja yang memang membutuhkan makanan dengan harga terjangkau (rendah) dengan cita rasa yang nikmat).

- Keren Julia Sutantyo : 4 (aplikasi pesan antar bisa menjadi hal yang positif namun juga dapat menjadi hal yang negatif tergantung dari peluang yang dapat diambil dari suatu pelaku usaha, namun bagi usaha kuliner khusus catering hal tersebut kurang berdampak positif karena sistem yang ada pada usaha catering dimana konsumen harus melakukan PO (pre-order) terlebih dahulu baru beberapa hari kemudian makanan akan siap diantar, dan biasanya catering mengacu pada pesanan dalam jumlah yang banyak. Namun dengan berkembangnya aplikasi pesan antar yang semakin berkembang pesat kami Homemade Kitchen mengikutinya dengan cara menyediakan beberapa menu makanan yang sudah ready stock dan mengikutsertakan Homemade kedalam aplikasi pesan antar, sehingga kami bukan hanya melayani catering saja melainkan melayani pemesanan makanan per pcs setiap harinya melalui aplikasi pesan antar).

Dari pendapat yang diberikan oleh ke-3 responden dapat disimpulkan pada poin ketiga pada bagian ancaman nilai rating yang disetujui ada 4, yang berarti ancaman pada bagian ketiga ini memberikan dampak besar bagi keberlangsungan usaha Homemade Kitchen.

4. Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Penentuan hasil rating :

- Rinaldi Probo Yuwono : 2 (beberapa konsumen masih merasa kurang yakin jika melakukan pemesanan makanan dari luar rumah,

mereka lebih memilih untuk memasak atau membuat makan sendiri agar lebih aman dan terhindar dari Covid-19 yang ada pada saat ini, tingkat kehygienisan pada saat proses memasak dan pembelian bahan baku sangat diperhatikan karena tingkat kebersihan setiap orang meningkat akibat dari adanya virus tersebut, sehingga kami sebagai pelaku usaha kuliner benar-benar mengikuti protokol kesehatan yang sudah dianjurkan pihak pemerintahan untuk tetap menjaga rasa kepercayaan konsumen kepada catering kami).

- Ronaldo Probo Yuwono : 2 (hal ini cukup menjadi ancaman yang besar pada saat awal-awal adanya penyebaran virus Covid-19, pada saat awal mula virus covid mulai menyebar di indonesia hal tersebut berdampak besar bagi Homemade Kitchen hingga kami terpaksa harus menutup sementara usaha kami, namun semakin berjalannya waktu masyarakat sudah tidak setakut itu dan sudah mulai untuk membuka diri, sehingga kami pun juga sudah mulai dapat beradaptasi dan membiasakan diri untuk melawan virus covid dengan tetap menjaga makanan konsumen-konsumen kami agar tetap terjamin kesehatan dan kebersihannya).
- Keren Julia Sutantyo : 3 (dampak dari adanya Covid-19 ini sangat terasa bagi kami hingga pada akhirnya kami juga sempat menutup sementara catering Homemade karena omset penjualan kami yang menurun drastis, bahkan hingga tidak ada penjualan sama sekali (0), namun dengan berjalannya waktu kami sudah mulai bisa beradaptasi dan dapat mengatasi masalah yang ada karena Covid-19, walaupun penjualan yang kami dapatkan belum kembali normal lagi setidaknya kami sudah mulai bisa bertahan dan dapat menjaga usaha catering ini tetap terbuka walaupun adanya virus Covid-19).

Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden ada perbedaan pendapat dimana ke-2 responden menyetujui untuk memberikan nilai

rating 2 sedangkan responden yang satunya memberikan nilai rating 3 untuk poin ke 4 pada bagian ancaman ini, sehingga dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya manakan rating yang lebih pantas untuk diberikan pada poin tersebut, dan setelah diskusi dilakukan rating pada poin ke-4 juga telah ditentukan yaitu diberikan rating 2 karena meskipun virus covid-19 hingga saat ini belum usai namun dengan kami sudah mulai dapat beradaptasi dan berusaha mencari pola strategi yang cocok untuk menghadapi virus covid-19 hal tersebut sudah tidak menjadi ancaman yang cukup besar bagi kami pelaku usaha Homemade Kitchen untuk mulai meningkatkan penjualan kami yang sebelumnya telah mengalami penurunan penjualan yang drastis.

Diskusi Matrik SWOT

Strategi SO :

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : Memanfaatkan adanya peluang yang sekiranya Homemade Kitchen dapat lakukan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki Homemade Kitchen. Seperti kekuatan yang dimiliki Homemade Kitchen konsumen dapat melakukan request harga dan jenis menu masakan yang diinginkan, dengan adanya kekuatan tersebut menarik konsumen untuk membeli catering di Homemade Kitchen, hal ini juga dapat berhubungan dengan peluang yang ada dimana konsumen kini lebih suka memesan makanan dari luar atau takeaway apalagi semenjak pandemi masyarakat memilih pesan makan dari luar karena takut belanja ke pasar tradisional.

- Ronaldo Probo Yuwono : Homemade Kitchen selain dapat melakukan request harga dan menu masakan Homemade Kitchen, yang disukai konsumen terhadap Homemade Kitchen juga karena Homemade Kitchen menyediakan banyak macam varian daging seperti daging ayam, daging sapi, ikan, udang, cumi sehingga konsumen dapat memesan sesuai dengan kesukaan mereka. Tetapi memang dari sekian banyak jenis varian daging yang paling sering dipesan itu adalah daging ayam karena daging ayam paling fleksibel untuk dimasak berbagai jenis masakan. Selain itu, banyak konsumen Homemade Kitchen bertambah adanya pandemi Covid-19 karena banyak konsumen yang memilih memesan makanan dari luar daripada harus ke pasar tradisional.
- Keren Julia Sutantyo : Dengan adanya peluang yang ada pada saat ini, hal tersebut menjadi suatu keuntungan bagi catering Homemade, dengan meningkatnya jumlah konsumen online yang ada saat ini kami sebagai pelaku usaha merencanakan strategi untuk meningkatkan aktivitas pada social media kami yaitu instagram, selain memberikan banyak informasi kepada konsumen online, kami juga akan membuat konten-konten menarik untuk mengisi katalog dan ikut beriklan di instagram ads maupun akun publik lainnya. Sehingga penyebaran informasi pada saat ada promo yang kami buat, nantinya akan lebih mudah untuk menyebar.

Kesimpulan : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, setiap responden memiliki pendapat masing-masing untuk menentukan alternatif strategi dari poin strength-opportunity. Namun setelah pemikiran dari

ke-3 responden tersebut disatukan dapat disimpulkan untuk strategi pertama pada poin SO yang sekiranya paling tepat adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

2. Menjadikan frozen food sebagai inovasi produk baru di Homemade Kitchen untuk memperluas target pasar.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : Homemade Kitchen dalam mengembangkan usaha bisnis, pemilik Homemade Kitchen juga bergabung sama media sosial dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat menemukan Homemade Kitchen dan dapat memperluas pangsa pasar. Memperluas pangsa pasar artinya tidak hanya masyarakat sekitar pemilik Homemade Kitchen melainkan dari berbagai macam daerah bahkan luar kota. Dengan kekuatan yang dimiliki Homemade Kitchen dimana memiliki harga yang cenderung lebih terjangkau, dapat menarik masyarakat untuk mencoba katering Homemade Kitchen tidak hanya itu kini masyarakat lebih cenderung suka berbelanja melalui online karena mudah hanya berdiam diri di rumah namun pesanan dapat sampai dengan selamat.
- Ronaldo Probo Yuwono : Homemade Kitchen memiliki keunggulan dimana konsumen dapat memberikan request menu masakan serta harga yang diinginkan, hal tersebut menarik cukup banyak konsumen tidak hanya yang ada di Semarang namun di luar kota juga. Sering mendapat pesan pengiriman keluar kota dengan menu masakan khas Semarang seperti lumpia, wingko babat, nasi ayam. Karena Homemade Kitchen berjualan melalui media sosial (online) pula maka pangsa pasar yang diperoleh lebih luas juga

karena di setiap daerah memiliki jenis menu masakan yang berbeda dan banyak pula masyarakat Semarang yang merantau keluar kota yang tidak dapat pulang ke Semarang, merasakan kangen dengan masakan Semarang.

- Keren Julia Sutantyo : Berkembangnya minat konsumen yang kini aktif dalam dunia online membuat Homemade Kitchen mengikuti jejak tersebut dengan bergabung dan aktif di media sosial seperti membuat konten menarik, membuat program promo. Dengan adanya membuat sesuatu yang berbeda yang belum pernah Homemade Kitchen lakukan diharapkan mampu mengundang konsumen lebih luas lagi karena adanya Homemade Kitchen aktif di media sosial yang dapat melakukan promosi dalam media sosial.

Kesimpulan : Dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen dapat disimpulkan bahwa dalam meraih konsumen yang lebih luas melalui media sosial dengan membuat Frozen food sebagai produk inovasi baru yang belum pernah ada di Homemade Kitchen sebelumnya. Hal ini dapat membantu konsumen yang berada tinggal di luar kota tetap dapat menikmati makanan khas rumahan sesuai dengan request konsumen contohnya seperti makanan khas Semarang.

Strategi WO :

1. Membuat masakan olahan yang simple dan dapat disimpan dalam waktu yang lama dengan cita rasa khas rumahan.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : Homemade Kitchen beberapa kali mendapat pertanyaan dari konsumen untuk pengiriman luar kota apakah sudah bisa dilakukan, dan pihak konsumen

juga menanyakan untuk pembuatan makanan request apakah bisa dilakukan. Hal tersebut menjadi kendala bagi kami, karena sebelumnya kami belum pernah mencoba untuk memperjualkan catering kami ke luar kota, banyak pertimbangan yang dilakukan karena mengingat masakan yang nantinya akan tidak fresh ataupun rusak dalam perjalanan. Sehingga kami berpikir untuk membuat jenis masakan berupa frozen food namun tetap berbau jenis masakan rumah yang mampu bertahan lebih lama, walaupun dengan ide tersebut pihak konsumen belum bisa jika ingin melakukan request makanan karena mengingat tidak semua jenis makanan dapat dijadikan makanan frozen dan dapat bertahan lama jika diletakan diluar suhu ruang.

- Ronaldo Probo Yuwono : Kendala yang sering muncul yang dihadapi oleh Homemade Kitchen adalah varian makanan yang terlalu banyak, hal tersebut membuat kami perlu untuk meningkatkan kemampuan memasak kami agar dapat selalu memenuhi permintaan konsumen, untuk dapat mengatasi hal tersebut kami berusaha untuk mempelajari lebih banyak menu dan mengembangkannya. Untuk dapat menutupi kekurangan kami, kami berencana untuk membuat beberapa menu baru yang menarik namun dengan menggunakan bahan dasar yang simpel, sehingga pandangan konsumen dapat teralihkan sementara untuk dapat kami mempelajari lebih banyak menu yang konsumen minta nantinya.
- Keren Julia Sutantyo : Homemade Kitchen memiliki jenis varian masakan yang beraneka ragam namun hanya saja Homemade Kitchen belum dapat melayani pengiriman keluar kota karena belum pernah mencoba karena sebelumnya masakan katering selalu dimasak sesuai

pesanan dan selalu fresh. Banyak dari konsumen yang menyukai makanan yang fresh jadi belum pernah terpikirkan untuk membuat masakan yang tahan lama jika disimpan, disisi lain banyak konsumen yang bertanya apakah bisa jika masakan catering yang mereka pesan disimpan dalam kulkas hal itu menjadi terpikirkan untuk mencoba membuat makanan yang tahan jika disimpan dalam waktu cukup lama.

Kesimpulan : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen dengan adanya berbagai pertimbangan yang ada pemilik Homemade Kitchen merencanakan strategi untuk membuat masakan yang sederhana dan dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama yang tentunya tidak melupakan masakan khas rumahan.

2. Bergabung dalam merchant aplikasi ojek online yang menyediakan layanan pesan antar makanan.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : Sebelumnya adanya munculnya covid-19 kami lebih memfokuskan promosi catering kami kepada teman-teman terdekat dan teman-teman mahasiswa UNIKA Soegijapranata, namun setelah pandemi tersebut muncul dan perkuliahan diliburkan hal tersebut membuat kami merasa kesusahan. Mengingat saat ini peningkatan permintaan konsumen terhadap layanan jasa antar makanan melejit tinggi hal tersebut membuat kami berpikir untuk lebih fokus pada penjualan online, namun karena tenaga kerja kami terbatas sehingga kami membatasi area mana saja yang diberikan pelayanan gratis pesan antar, untuk dapat mengatasi hal tersebut kami berpikir untuk mengikutsertakan catering Homemade kedalam merchant

aplikasi ojek online agar dapat meningkatkan penjualan kami pada wilayah yang belum dapat kami jangkau.

- Ronaldo Probo Yuwono : salah satu keterbatasan dari Homemade Kitchen adalah belum selalu bisa untuk memenuhi permintaan request masakan konsumennya karena mengingat varian jenis masakan yang sangat banyak, dari adanya hal tersebut kami selaku pemilik Homemade Kitchen berusaha untuk dapat menutupi kekurangan kami, dan kami berpikir dari adanya peluang yang ada bahwa mayoritas masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam, hal tersebut membuat kami berpikir untuk lebih mengembangkan dan menginovasikan banyak menu olahan daging ayam yang baru dan menarik. Sehingga selain konsumen yang menyukai daging ayam diberikan banyak opsi hal tersebut juga dapat menutupi kekurangan kami dengan kami memberikan rekomendasi menu-menu baru yang menarik yang sebelumnya sudah dapat kami pelajari.
- Keren Julia Sutanty : dengan adanya kondisi yang ada pada saat ini banyak masyarakat yang lebih memilih untuk melakukan pemesanan makanan secara online ataupun melakukan takeaway untuk mengantisipasi adanya aktifitas diluar rumah yang terlalu sering, hal tersebut menjadi keuntungan bagi kami juga sebagai pelaku usaha catering online. Dengan adanya hal tersebut kami berencana untuk lebih aktif lagi dalam melakukan promosi secara online, maupun membuat konten-konten masakan yang menarik, selain itu kami berencana untuk mengatasi permasalahan terhadap pelayanan antar kami yang hingga saat ini masih belum diatasi

Kesimpulan : Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden, dengan menyatukan beberapa aspek kekurangan dan peluang yang dimiliki oleh Homemade Kitchen, ditemukan beberapa strategi yang dapat membantu untuk meningkatkan penjualan cateringnya, namun setelah dilakukan diskusi lebih lanjut, ke-3 responden menentukan untuk penggabungan pada aspek kekurangan dan peluang untuk saat ini bergabung dengan merchant aplikasi ojek online merupakan suatu alternatif strategi yang tepat untuk dapat mengatasi permasalahan Homemade Kitchen.

Strategi ST :

1. Membuat paket makan dengan harga yang terjangkau dengan aneka menu yang sudah ditentukan.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : Persaingan yang semakin ketat menjadikan Homemade Kitchen menjadi perlu melakukan sebuah produk menarik selain adanya berbagai macam varian daging, adanya dapat request menu masakan dan harga catering. Hal ini bermanfaat untuk menarik konsumen serta menjadikan Homemade Kitchen tidak monoton dalam berjualan dimedia sosial. Selain untuk menarik, hal ini dapat bermanfaat untuk memanfaatkan bahan baku yang tersisa dari catering sebelumnya untuk dijadikan sebuah masakan lain dengan harga yang terjangkau.
- Ronaldo Probo Yuwono : Semakin banyak masyarakat yang membuka usaha kuliner dari mulai catering, rumah makan menjadikan Homemade Kitchen memiliki banyak pesaing yang membuat konsumen mungkin bisa jadi lupa terhadap Homemade Kitchen. Untuk mengatasi hal tersebut

perlu adanya promosi menarik yang membuat konsumen teringat kembali dengan Homemade Kitchen. Selain dari adanya persaingan yang semakin ketat, harga bahan baku yang selalu mengalami kenaikan menjadikan sebuah tantangan pula untuk Homemade Kitchen dengan adanya hal seperti itu pemilik Homemade Kitchen.

- Keren Julia Sutantyo : Kenaikan harga bahan baku bukanlah suatu hal yang tabu lagi bagi sebagian orang yang bergerak dalam bidang kuliner, sehingga seringkali dalam menjual makanan selalu ada peningkatan harga agar tidak merugi karena adanya peningkatan tersebut. Seringkali kami mengalami kesusahan karena mengingat catering kami dapat melakukan request harga juga masakan, sehingga untuk dapat mengatasi hal tersebut kami memikirkan ide yang sekiranya dapat membantu masalah yang ada tersebut. Setiap ada kenaikan harga bahan baku tertentu kami akan membuat promo bundling untuk beberapa paket makanan namun dengan bahan baku yang harganya tidak naik, selain hal tersebut akan memberikan opsi bagi konsumen agar tidak merasa bosan, hal tersebut dapat membantu kami untuk dapat mengatasi permasalahan jika ada kenaikan pada harga bahan baku, hal itu pun membuat citra kami sebagai catering yang dapat request menu dan harga dapat dipertahankan.

Kesimpulan : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen membuat program promosi itu penting, dengan adanya program promosi diharapkan dapat menarik perhatian konsumen supaya konsumen tidak membeli ditempat lain. Program promosi yang dilakukan dapat dengan membuat paket makan dengan harga yang terjangkau. Dalam mengolah paket makan dapat

memanfaatkan bahan baku yang masih ada sisa dari hasil pesanan catering sebelumnya, sehingga bahan baku tidak rusak atau basi karena terlalu lama disimpan dalam kulkas.

2. Menambah karyawan delivery untuk memperluas jangkauan konsumen yang hingga saat ini belum dapat dipenuhi.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : peningkatan penjualan pada pelayanan pesan antar membuat kami pelaku usaha catering merasa lebih berat untuk dapat bersaing, namun karena kami Homemade Kitchen juga menyediakan layanan pesan antar dan memberikan pelayanan secara gratis hal tersebut membuat kami melihat bahwa masih adanya peluang bagi kami. Walaupun pelayanan tersebut masih terbatas karena mengingat kurangnya tenaga kerja yang ada saat ini, namun untuk dapat bertahan dan bersaing kami berencana untuk menambahkan karyawan delivery untuk memperbesar jangkauan konsumen kami. Hal tersebut pastinya memberikan dampak juga bagi kami karena akan bertambah pula beban biaya yang akan dikeluarkan, sehingga kami juga sudah mempersiapkan beberapa rencana yang dapat membantu untuk menunjang strategi ini agar dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan.
- Ronaldo Probo Yuwono : muncul banyak pesaing baru pada usaha dibidang kuliner online hal tersebut membuat kami harus lebih berhati-hati dan tidak berhenti dalam melakukan inovasi terhadap menu masakan kami, namun karena kami adalah catering yang dapat menawarkan request menu apapun hal tersebut membuat kami lebih percaya diri untuk menarik minat konsumen. Sehingga untuk dapat bertahan dengan persaingan yang semakin

sengit ini, kami harus terus mengasah kemampuan memasak kami agar lebih meminimalisir lagi penolakan setiap request menu masakan konsumen.

- Keren Julia Sutantyo : dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, sebagai pelaku usaha kami dituntut untuk harus tetap mengikuti dan canggih dalam proses penerapannya. Sebab semakin kedepannya pelayanan terhadap konsumen juga dinilai bukan dari melakukan pelayanan secara offline melainkan pelayanan secara online yang baik akan mendukung suatu toko akan diminat oleh konsumennya. Karena salah satu keunggulan dari Homemade Kitchen yaitu memberikan pelayanan online kepada konsumen dengan ramah dan sopan kedepannya hal tersebut harus dipertahankan dan ditingkatkan untuk dapat menjaga kenyamanan dan kepercayaan konsumen kepada catering kami.

Kesimpulan : Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 responden, dengan menyatukan beberapa aspek kekuatan dan ancaman yang dimiliki oleh Homemade Kitchen, ditemukan beberapa strategi yang dapat membantu untuk meningkatkan penjualan cateringnya, namun setelah dilakukan diskusi lebih lanjut, ke-3 responden menentukan untuk penggabungan pada aspek kekuatan dan ancaman untuk saat ini penambahan karyawan pada bagian delivery merupakan suatu alternatif strategi yang tepat untuk dapat mengatasi permasalahan Homemade Kitchen.

3. Lebih aktif lagi dalam membuat konten maupun testimoni di media sosial untuk menarik minat konsumen dan memberikan banyak informasi menarik pada customer.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : social media merupakan platform yang hingga saat ini sangat banyak digunakan oleh semua kalangan yang ada, dari mulai orang tua, remaja, bahkan anak kecil juga aktif dalam menggunakan berbagai social media yang tersedia. Hal tersebut membuka mata kami untuk merencanakan bagaimana dapat memperluas jangkauan konsumen Homemade Kitchen yaitu dengan lebih aktif lagi dalam membuat konten ataupun melakukan promosi di social media yang sering digunakan oleh orang-orang, dengan adanya hal tersebut kami juga dapat memberikan berbagai informasi mengenai bagaimana catering kami berbagai promo dan memberikan beberapa giveaway untuk konsumen setia kami.
- Ronaldo Probo Yuwono : Dalam berbelanja melalui media sosial (online) untuk mendapatkan kepercayaan konsumen terhadap merek yang dimiliki adalah bagaimana merek tersebut mempromosikan suatu keunggulan yang dimiliki. Hampir seluruh masyarakat mampu mengoperasikan media sosial dari berbagai macam merk, serta masyarakat lebih tertarik dengan suatu akun yang aktif, menarik dan tertata dengan rapi dan informasi yang diberikan dapat jelas dipahami konsumen.
- Keren Julia Sutantyo : Pejuang bisnis online memiliki persaingan yang cukup ketat di era modern ini, hal tersebut dapat memicu adanya rasa tidak semangat kepada pemilik karena persaingan yang ketat. Untuk mengurangi rasa tidak semangat tersebut, diperlukan adanya Homemade Kitchen membuat suatu update yang menarik serta mengundang konsumen untuk membaca dan mencoba. Tidak lupa Homemade Kitchen ikut dalam iklan berbayar untuk dapat memberikan dorongan terhadap konten yang telah dibuat

sehingga dapat sampai di target pasar yang dituju Homemade Kitchen.

Kesimpulan : Untuk mendapatkan perhatian konsumen diperlukan adanya membuat suatu konten update yang menarik di media sosial Homemade Kitchen yang aktif. Hal ini berguna untuk membuat konsumen Homemade Kitchen terus diingat konsumen dan konsumen tidak pindah ketempat lain. Homemade Kitchen juga dapat membuat makanan berupa roti kering, roti basah yang sebelumnya tidak ada dalam menu. Contoh seperti inilah menu baru yang muncul perlu diadakan suatu konten menarik.

Strategi WT :

1. Meningkatkan kemampuan memasak dan menambah SDM untuk meningkatkan penjualan.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : sebagai salah satu pemilik dari catering Homemade Kitchen kami melakukan pembagian tugas untuk mengoptimalkan kerja sama dan tugas yang diterima dengan baik dan lancar, namun karena banyaknya tugas yang ada beberapa kali kami merasa kewalahan dalam menhandel banyaknya pemesanan yang masuk, sehingga kami berencana untuk menambah SDM untuk dapat mengoptimalkan jam kerja dan dapat menerima banyak pesanan yang sebelumnya belum dapat terhandel dengan baik.
- Ronaldo Probo Yuwono : pemesanan request menu masakan dapat dilakukan jika konsumen sudah dapat memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh pihak Homemade, hal tersebut kadang kala menjadi kendala konsumen merasa bimbang untuk melakukan

pemesanannya, maka dari itu untuk konsumen yang belum dapat memenuhi kriteria syarat yang diberikan kami Homemade Kitchen nantinya akan memberikan beberapa pilihan menu yang akan berganti setiap harinya dan dapat dipesan melalui aplikasi pesan antar, setidaknya kami berharap hal tersebut dapat menghilangkan sedikit kekecewaan konsumen karena belum bisa memenuhi keinginannya.

- Keren Julia Sutantyo : dengan adanya kenaikan harga bahan baku yang tidak menentu dan varian jenis masakan yang sangat banyak hal tersebut seringkali menjadi permasalahan bagi kami Homemade Kitchen, hingga saat ini kami berusaha untuk memperbanyak pengetahuan kami mengenai lebih banyak jenis masakan dan mempelajarinya, namun hal tersebut masih belum cukup sehingga kami berencana untuk merekrut karyawan untuk membantu kami dalam memenuhi permintaan request konsumen yang bermacam-macam, dengan adanya hal tersebut personil yang ada di Homemade Kitchen semakin bertambah dan hal tersebut secara tidak langsung meningkatkan kemampuan memasak catering kami untuk kedepannya.

Kesimpulan : Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen diatas pada aspek kekurangan dan ancaman dapat disimpulkan meningkatkan skill memasak dan mencoba untuk mencari SDM baru sebagai penambahan tenaga untuk meningkatkan penjualan hal tersebut merupakan alternatif strategi yang tepat yang dapat dilakukan saat ini, karena mengingat pada Homemade Kitchen masih sangat memerlukan banyak ilmu memasak dan kekurangan karyawan untuk dapat menghandel setiap pesanan baru yang masuk dengan menu yang berbeda-beda.

2. Mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang ada saat ini dan mencari supplier petani untuk dijadikan sebagai rencana jangka panjang.

Diskusi :

- Rinaldi Probo Yuwono : mempertahankan hubungan baik dengan konsumen maupun dengan supplier merupakan suatu hal yang tidak mudah, seringkali sebagai pelaku usaha kami mengalami beberapa masalah entah karena kelalaian, miss komunikasi, ataupun pertikaian yang terkadang diluar dugaan. Namun karena mengingat banyaknya pesaing baru yang muncul setiap saat dan harga bahan baku yang seringkali naik hal tersebut membuat kami lebih berusaha untuk dapat berhubungan baik dengan konsumen ataupun supplier kami, sehingga kami dapat mempertahankan Homemade Kitchen pada beberapa situasi tertentu yang akan datang.
- Ronaldo Probo Yuwono : kenaikan bahan baku yang tidak menentu hal tersebut banyak merugikan para pelaku usaha dibidang kuliner. Karena mengingat Homemade Kitchen bergantung pada pasar tradisional sebagai tempat untuk membeli harga bahan baku hal tersebut akan mempengaruhi kami jika terjadi kenaikan harga bahan baku. Kami berencana untuk mencari petani yang secara langsung dapat mensupply bahan baku untuk dapat kami beli sehingga jika terjadi kenaikan harga hal tersebut tidak akan memberikan dampak yang cukup besar bagi kami. Namun karena mengingat usaha catering kami yang belum memiliki skala sebesar itu, hal tersebut tidak memungkinkan untuk kami jika harus bekerja sama secara langsung dengan petani, sehingga kami harus selalu menjaga hubungan baik dengan

supplier kami yang ada di pasar tradisional, dengan adanya hal tersebut jika terjadi kenaikan harga bahan baku setidaknya kami bisa meminta sedikit keringanan ataupun potongan harga kepada supplier bahan kami.

- Keren Julia Sutantyo : muncul virus covid-19 membuat kewaspadaan setiap orang meningkat khususnya pada makanan, tingkat ke higienisan suatu makanan lebih diperhatikan, sehingga dalam melakukan pemesanan makanan mayoritas orang akan cenderung lebih memilih makanan yang bersih dengan tempat yang higienis. Hal tersebut berlaku pula untuk Homemade Kitchen, namun karena kami usaha yang melayani konsumen melalui social media online hal tersebut lebih memfokuskan kami bagaimana untuk menjual catering kami dengan bersih dan tentunya mengikuti setiap standar protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pihak pemerintahan.

Kesimpulan : berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh ke-3 responden pada aspek kekurangan dan ancaman, Homemade Kitchen seringkali mendapat permasalahan pada saat terjadi peningkatan harga bahan baku sehingga untuk dapat mengatasi hal tersebut dari diskusi yang telah dilakukan mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang ada saat ini dan mencari supplier petani untuk dijadikan sebagai rencana jangka panjang menjadi suatu alternatif strategi yang tepat yang dapat digunakan saat ini.

Diskusi Matriks QSPM para pemilik Homemade Kitchen :

Penentuan alternatif strategi yang terbaik :

Kekuatan :

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Seperti pada diskusi sebelumnya yang telah dilakukan bahwa Homemade Kitchen memiliki kelebihan yang menarik konsumen salah satunya karena Homemade Kitchen memberikan penawaran konsumen dapat melakukan request menu masakan yang diinginkan. Pangsa pasar Homemade Kitchen sendiri merupakan anak sekolah, pekerja kantor yang merantau jauh dari rumah, bagi mereka yang merindukan makanan rumahan yang ada disekitar daerah mereka dapat request ke Homemade Kitchen dan Homemade Kitchen akan berusaha untuk memenuhinya. Maka untuk tetap menciptakan citra yang terus sama kepada konsumen diperlukan adanya mempertahankan kualitas yang dimiliki Homemade Kitchen serta meningkatkan kualitas menjadi lebih baik lagi. Sehingga dengan adanya kekuatan yang dimiliki Homemade Kitchen dengan perencanaan strategi yang telah dibuat yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas sangat menarik untuk dilakukan para pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan yang telah dibuat ini sangat menarik bila dihubungkan dengan kekuatan dari Homemade Kitchen yaitu Homemade Kitchen memberikan pelayanan untuk konsumen dapat request harga sesuai dengan ketentuan yang ditentukan Homemade Kitchen yang tentu saja terjangkau. Dengan adanya hal demikian konsumen dapat dengan nyaman memesan makanan menyesuaikan budget yang dimiliki dan tentunya sesuai pula dengan ketentuan yang berlaku di Homemade Kitchen. Ciri khas yang dimiliki Homemade Kitchen ini harus tetap dipertahankan karena untuk menjaga kualitas serta citra

Homemade Kitchen, selain dengan adanya mempertahankan strategi yang ada perlu adanya untuk meningkatkan kualitas seperti saat ini masih diberlakukan ketentuan yang berlaku dalam melakukan request harga yang diinginkan konsumen hal ini dapat dipikirkan kembali dengan tidak memberikan ketentuan yang memberatkan konsumen.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Dalam strategi perencanaan yang telah dibuat ini terhadap kekuatan yang dimiliki Homemade Kitchen yaitu menyediakan layanan gratis pesan antar dengan ada minimal pesanan yang ditentukan dengan jarak tempuh yang ditentukan pula cukup menarik dalam membuat Homemade Kitchen membuat promosi untuk menarik perhatian konsumen. Maka dalam mempertahankan hal tersebut perlu adanya meningkatkan kualitas seperti memberikan ketentuan yang tidak terlalu besar sehingga konsumen yang hanya ingin memesan dalam jumlah yang tidak besar tetap mendapat fasilitas tersebut, sehingga konsumen dapat merasa senang dan percaya kepada Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, hubungan antara strategi perencanaan dengan kelebihan yang dimiliki Homemade Kitchen sangatlah menarik karena dengan adanya konsumen dapat melakukan request harga secara tidak langsung harga yang dimiliki Homemade Kitchen lebih terjangkau daripada pesaing. Sehingga ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju dengan adanya pertimbangan demikian memberikan skor ketertarikan sebesar 4 maka perlu adanya tetap

dipertahankan dan ditingkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen adanya strategi perencanaan yang telah dibuat dengan adanya kelebihan yang dimiliki Homemade Kitchen cukup menarik jika dihubungkan dengan perencanaan strategi yang telah dibuat karena dengan adanya hal demikian para pemilik setuju merasa bahwa tetap perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas dalam membuat menu masakan catering khusus yang telah dibuat untuk menarik perhatian konsumen, hal ini untuk mendukung konsumen dalam event-event tertentu yang diadakan.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen merasa bahwa adanya perencanaan strategi tersebut tidak cukup menarik untuk dilakukan dengan kekuatan yang dimiliki Homemade Kitchen. Karena dengan adanya Homemade Kitchen menyediakan berbagai macam varian daging untuk konsumen tidak memiliki hubungan dengan strategi perencanaan yang telah dibuat.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen memberikan pelayanan yang ramah meski secara online merupakan hal yang penting untuk dilakukan sehingga konsumen yang membaca hal merasa nyaman, maka diberi skor 3 karena

cukup menarik untuk dipertahankan dan bahkan lebih baik lagi jika ditingkatkan kualitas yang dimiliki.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Dalam mengembangkan usaha bisnis dalam online perlu adanya mempertahankan dan meningkatkan kualitas update terbaik Homemade Kitchen untuk menarik perhatian konsumen dan konsumen dapat dengan mudah memahami atas promo apa yang tertera kemudian bagaimana cara memesannya. Sehingga para ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 3 pada strategi perencanaan ini terhadap kekuatan yang Homemade Kitchen miliki.

2. Menjadikan frozen food sebagai inovasi produk baru di Homemade Kitchen untuk memperluas target pasar.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, hubungan antara strategi perencanaan dengan kelebihan yang dimiliki Homemade Kitchen sangatlah menarik karena dengan adanya konsumen dapat melakukan request menu masakan yang diinginkan yang dapat dijadikan frozen food sehingga bisa dikirim keluar kota, bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama untuk persediaan di rumah mampu menjadikan konsumen memiliki cadangan makanan. Sehingga ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju dengan adanya pertimbangan demikian memberikan skor ketertarikan sebesar 4 maka perlu adanya menjadikan frozen food sebagai inovasi produk baru untuk Homemade Kitchen lebih menjangkau luas pangsa pasarnya.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, hubungan antara strategi perencanaan dengan kelebihan yang dimiliki Homemade Kitchen sangatlah menarik karena dengan adanya konsumen dapat melakukan request harga untuk makanan frozen food sehingga konsumen dapat menyesuaikan porsi makan serta budget yang diinginkan untuk disimpan dalam waktu yang cukup lama. Sehingga ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju dengan adanya pertimbangan demikian memberikan skor ketertarikan sebesar 4 maka perlu adanya menjadikan frozen food sebagai inovasi produk baru untuk Homemade Kitchen memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai kota yang ada di Indonesia.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen dengan adanya membuat frozen food sebagai inovasi produk baru di Homemade Kitchen jika dihubungkan dengan strategi perencanaan yang telah dibuat tidak cukup menarik. Jika mengadakan adanya gratis ongkir pesan antar untuk keluar kota tidak mungkin mendapatkan fasilitas tersebut karena ongkir yang cenderung lebih mahal.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen, strategi perencanaan yang telah dibuat cukup menarik diterapkan berhubungan dengan harga masakan Homemade Kitchen lebih terjangkau dari para pesaing karena adanya Homemade Kitchen menyediakan fasilitas dimana konsumen boleh melakukan request harga sesuai dengan keinginan konsumen.

Sehingga ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 3 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen strategi perencanaan yang telah dibuat tidak cukup menarik jika dihubungkan dengan kelebihan Homemade Kitchen dimana memberikan penawaran menu catering khusus untuk event-event tertentu. Karena membuat frozen tidak cocok untuk event-event tertentu seperti hari raya imlek, hari raya idul fitri karena banyak dari konsumen memilih memberikan makanan yang fresh baru dimasak jika dibandingkan memberikan frozen food. Sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 2 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Berdasarkan dari hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen pada strategi perencanaan yang telah dibuat ini sangat menarik untuk Homemade Kitchen yang menyediakan beberapa varian daging untuk masakan catering yang dapat dipilih konsumen sesuai dengan selera. Dengan adanya menyediakan frozen food untuk menu masakan catering dengan memberikan pilihan beberapa macam daging membuat konsumen dapat dengan mudah dan praktis makan makanan tanpa perlu kesulitan mengolah dari awal.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen strategi perencanaan ini sangat tidak menarik jika

dihubungkan dengan kelebihan Homemade Kitchen ini, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini memiliki skor cukup menarik karena dengan adanya Homemade Kitchen menyediakan frozen food diperlukan menyediakan konten menarik untuk memberikan informasi lengkap mengenai produk baru Homemade Kitchen yaitu frozen food. Hal ini berfungsi untuk mempermudah menyampaikan pesan kepada pelanggan dengan cara yang menarik perhatian, maka pada skor ini pemilik Homemade Kitchen memberikan skor 3.

3. Membuat masakan olahan yang simple dan dapat disimpan dalam waktu yang lama dengan cita rasa khas rumahan.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen pada strategi perencanaan tidak cukup menarik untuk membuat Homemade Kitchen menerapkannya sebab Homemade Kitchen memiliki fasilitas dimana konsumen dapat melakukan request menu masakan, dengan adanya strategi membuat menu masakan olahan yang simple dan dapat disimpan dalam waktu yang lama dengan cita rasa khas rumahan tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen, maka para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 2.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki

Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen yang tidak berhubungan dengan kelebihan Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena dalam menyediakan masakan simple tersebut porsi dan harga yang sudah ditentukan oleh Homemade Kitchen dan juga menu yang sudah disediakan, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang telah dibuat tidak cocok untuk diterapkan dengan kelebihan yang Homemade Kitchen miliki. Dengan menyediakan makana olahan simple yang dapat disimpan tidak mengindahkan kelebihan Homemade Kitchen kepada konsumen untuk memilih pilihan daging yang diinginkan karena menu masakan yang sudah disediakan oleh Homemade Kitchen.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Dalam membuat masakan simple yang dapat disimpan cukup lama tidak cukup menarik untuk Homemade Kitchen karena tidak ada hubungan yang berkaitan secara langsung. Maka dalam strategi perencanaan ini diberikan skor 2 berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

4. Bergabung dalam merchant aplikasi ojek online yang menyediakan layanan pesan antar makanan.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, karena dengan adanya ikut masuk kedalam merchant tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen karena bergabung dalam merchant harga yang dicantumkan akan setara dengan pesaing lain, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, karena bergabung kedalam merchant ojek online hanya tercantum menu-

menu pasti setiap harinya sehingga tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, menu yang berada di merchant ojek online merupakan menu pasti yang setiap hari disediakan sehingga konsumen tidak dapat melakukan pemilihan varian daging, maka strategi perencanaan ini tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, pelayanan melalui merchant ojek online para pemilik Homemade Kitchen tidak berhubungan secara langsung dengan konsumen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen karena dalam menu merchant ojek online yang tersedia berbeda dengan yang ada di Instagram dari segi harga dan porisnya serta testimoni yang ada untuk Homemade Kitchen dalam merchant ojek online tidak dapat terlihat dengan jelas sehingga

para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

5. Membuat paket makan dengan harga yang terjangkau dengan aneka menu yang sudah ditentukan.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Dalam membuat paket makanan dengan harga yang terjangkau membuat konsumen tidak dapat memilih secara bebas jenis masakan yang akan dipesan konsumen. Maka dalam strategi perencanaan ini diberikan skor 2 berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Membuat paket makanan dengan harga terjangkau membantu konsumen untuk mendapatkan makanan dengan harga terjangkau dan mendapat beberapa jenis masakan yang telah dibuat Homemade Kitchen. Sehingga Homemade Kitchen tetap menerapkan harga terjangkau untuk konsumennya maka strategi perencanaan ini diberikan skor 4 oleh para pemilik Homemade Kitchen karena sangat menarik untuk diterapkan Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak cocok dengan kelebihan Homemade Kitchen miliki, sehingga tidak dapat diterapkan karena tidak sesuai dengan fasilitas yang dimiliki Homemade Kitchen, sehingga para pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 1 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Dengan adanya membuat paket masakan dengan harga terjangkau membuat Homemade Kitchen memiliki rate harga terjangkau jika dibandingkan dengan pesaing. Hal ini karena dengan adanya paket menu makanan yang dibuat tentunya mendapatkan beberapa menu masakan dengan harga yang terjangkau pula. Sehingga pada strategi perencanaan ini diberikan skor 4 pada ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Dengan adanya membuat paket masakan pada event tertentu dapat menyesuaikan tema yang sedang berlangsung sehingga cocok dijadikan seperti hampers. Hal ini karena dengan adanya paket menu makanan yang dibuat tentunya mendapatkan beberapa menu masakan dengan menyesuaikan tema yang sedang berlangsung. Sehingga pada strategi perencanaan ini diberikan skor 4 pada ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Dengan membuat paket masakan yang telah dibuat Homemade Kitchen menjadikan konsumen tidak dapat melakukan request menu masakan. Hal ini tidak cocok dengan fasilitas yang diberikan Homemade Kitchen kepada konsumen dimana tanpa paket makanan konsumen Homemade Kitchen dapat memilih jenis daging yang diinginkan. Sehingga pada perencanaan ini diberikan skor 2.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen tidak memiliki hubungan dengan strategi perencanaan

yang telah dibuat, maka diberikan skor 1 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Menyediakan katalog masakan di media sosial penting untuk Homemade Kitchen terutama dalam membuat menu paket makanan karena konsumen dapat dengan jelas membaca keterangan yang diberikan, informasi yang ada sehingga konsumen Homemade Kitchen dapat dengan mudah memahami informasi yang disampaikan. Maka strategi perencanaan ini sangat menarik Homemade Kitchen maka diberikan skor 4.

6. Menambah karyawan delivery untuk memperluas jangkauan konsumen yang hingga saat ini belum dapat dipenuhi.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang dibuat ini menurut ke-3 pemilik Homemade Kitchen tidak menarik sama sekali dengan kekuatan yang dimiliki oleh Homemade Kitchen. Maka ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor penilaian sebesar 1.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang dibuat ini menurut ke-3 pemilik Homemade Kitchen tidak menarik sama sekali jika dihubungkan dengan kekuatan yang dimiliki oleh Homemade Kitchen. Maka ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor penilaian sebesar 1.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang dibuat sangat menarik untuk diterapkan karena adanya fasilitas dari Homemade Kitchen yang memberikan fasilitas pelayan gratis pesan antar. Adanya menambah karyawan delivery baru dapat membantu Homemade Kitchen lebih luas lagi dalam melakukan pengiriman sehingga konsumen merasa senang dan puas. Maka adanya pertimbangan demikian, ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor 4 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen strategi yang direncanakan kurang menarik jika memanfaatkan kelebihan Homemade Kitchen, maka para pemilik Homemade Kitchen memberika skor 2.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang dibuat ini menurut ke-3 pemilik Homemade Kitchen tidak menarik sama sekali jika dihubungkan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh Homemade Kitchen. Maka ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor penilaian sebesar 1.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang dibuat ini menurut ke-3 pemilik Homemade Kitchen tidak menarik sama sekali dengan kekuatan yang dimiliki oleh Homemade Kitchen. Maka ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor penilaian sebesar 1.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang dibuat ini menurut ke-3 pemilik Homemade Kitchen tidak menarik sama sekali dengan kekuatan yang dimiliki oleh Homemade Kitchen. Maka ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor penilaian sebesar 1.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang dibuat ini menurut ke-3 pemilik Homemade Kitchen tidak menarik sama sekali dengan kekuatan yang dimiliki oleh Homemade Kitchen. Maka ke-3 pemilik Homemade Kitchen setuju memberikan skor penilaian sebesar 1.

7. Lebih aktif lagi dalam membuat konten maupun testimoni di media sosial untuk menarik minat konsumen dan memberikan banyak informasi menarik pada customer.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Berdasarkan dari diskusi ke-3 pada strategi perencanaan ini kurang menarik untuk diterapkan dengan memanfaatkan kelebihan Homemade Kitchen yang memiliki fasilitas konsumen dapat request menu masakan, sehingga diberikan skor 2 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Berdasarkan dari diskusi ke-3 pada strategi perencanaan ini kurang menarik untuk diterapkan dengan memanfaatkan kelebihan Homemade Kitchen yang memiliki fasilitas konsumen dapat request harga masakan karena dalam hal tersebut diperlukan memberikan informasi yang lengkap sehingga konsumen dapat memahami. Sehingga diberikan skor 2 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Berdasarkan dari diskusi ke-3 pada strategi perencanaan ini kurang menarik untuk diterapkan dengan memanfaatkan kelebihan Homemade Kitchen yang memiliki fasilitas pelayanan gratis pesan antar, sehingga diberikan skor 2 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Berdasarkan dari diskusi ke-3 pada strategi perencanaan ini kurang menarik untuk diterapkan karena harga yang terjangkau menurut masing-masing konsumen berbeda karena setiap konsumen memiliki standarnya sendiri dalam membeli sesuatu, sehingga diberikan skor 2 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Penawaran catering menu khusus perlu diprogramkan konten khusus untuk menarik konsumen serta menghormati hari besar nasional di Indonesia seperti hari raya Lebaran, hari raya Imlek, hari raya Natal yang biasanya masyarakat suka berbagi makanan kepada lingkungan sekitar untuk bentuk solidaritas. Untuk mendukung hal tersebut Homemade Kitchen menyediakan penawaran tersebut, sehingga pemilik Homemade Kitchen memberikan skor 4 karena strategi perencanaan ini menarik dilakukan.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini cukup menarik untuk dibuatkan suatu konten di media sosial untuk menarik konsumen yang menyukai daging seperti daging ayam, sapi, seafood, dan lain-lain yang tentunya diolah dengan baik dan tetap bersih. Dengan demikian para pemilik Homemade Kitchen memberikan skor 3 karena pada strategi perencanaan ini cukup menarik dilakukan dengan memanfaatkan kelebihan Homemade Kitchen yang menyediakan berbagai macam pilihan daging.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Dalam melayani konsumen di media sosial sangat penting menggunakan bahasa yang mudah dimengerti namun tetap mengindahkan sopan dan ramah sehingga para konsumen yang membaca merasa nyaman dan mudah mendapatkan informasi yang dimaksudkan, hal ini berlaku pula untuk admin Homemade Kitchen yang menerima order dari para konsumen melalui media sosial meski tidak berhadapan secara *face to face* dengan konsumen harus tetap berbahasa yang sopan dan ramah.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Dalam membuat konten di media sosial perlu memperhatikan ikon-ikon unik yang sekiranya mampu menarik perhatian konsumen. Tidak hanya itu, pentingnya menyediakan katalog-katalog serta testimoni di media sosial untuk meyakinkan konsumen kepada Homemade Kitchen bahwa Homemade Kitchen bisa diandalkan untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka. Maka para pemilik Homemade Kitchen memberikan skor 4 karena strategi perencanaan ini sangat menarik untuk diterapkan di Homemade Kitchen.

8. Meningkatkan kemampuan memasak dan menambah SDM untuk meningkatkan penjualan.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Menyediakan fasilitas konsumen dapat melakukan request menu masakan dimana masakan itu memiliki berbagai macam jenis masakan yang berbeda diperlukan pelatihan yang sering untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Hal ini penting untuk diterapkan Homemade Kitchen mengingat adanya fasilitas yang diberikan Homemade Kitchen kepada konsumen. Sehingga dalam hal ini para pemilik Homemade Kitchen memberikan skor 4 pada strategi perencanaan ini.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak menarik jika dihubungkan dengan Homemade Kitchen menawarkan pelayanan request harga sehingga diberi skor 1.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Menambah SDM untuk membantu para pemilik Homemade Kitchen mengatur pesanan yang ada cukup menarik karena dibutuhkan untuk Homemade Kitchen dapat lebih cepat dan lancar dalam bekerja. Maka diberikan skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen karena dalam menambah SDM juga diperlukan finansial yang stabil disetiap bulannya sehingga Homemade Kitchen memerlukan evaluasi terlebih dahulu sebelum merekrut SDM baru.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak menarik jika dihubungkan dengan Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga lebih terjangkau sehingga diberi skor 1 karena tidak

memiliki hubungan dengan kelebihan yang Homemade Kitchen miliki.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Menambah wawasan dalam memasak merupakan hal yang baik dalam memajukan usaha bisnis Homemade Kitchen sehingga hasil yang dihasilkan selalu membaik setiap harinya sehingga konsumen merasa lebih puas lagi, hanya saja dalam menambah SDM untuk membantu diperlukan perhitungan yang tepat sehingga tidak merugikan satu sama lain. Maka dalam strategi ini diberikan skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Dalam mengolah daging memang memiliki teknik masing-masing yang perlu diperhatikan sehingga hasil masakan yang telah dibuat dapat merasuk kedalam daging dengan hasil yang sempurna namun tidak cukup menarik untuk dilakukan karena dalam mengolah daging Homemade Kitchen mampu mengatasi hal tersebut dan tidak diperlukan menambah SDM untuk mengolah tersebut sehingga diberikan skor 2 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak menarik jika dihubungkan dengan Homemade Kitchen karena tidak berhubungan dengan Homemade Kitchen yang memiliki pelayanan ramah dan sopan sehingga diberi skor 1.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Dalam menyediakan katalog-katalog masakan di media sosial penting adanya menunjukkan kemampuan Homemade Kitchen yang mampu memasak berbagai macam jenis masakan maka diperlukan adanya meningkatkan kemampuan memasak untuk menarik konsumen supaya percaya kepada Homemade Kitchen namun tidak diperlukan menambah SDM dalam hal ini maka ke-3 pemilik Homemade Kitchen memberikan skor 3.

9. Mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang ada saat ini dan mencari supplier petani untuk dijadikan sebagai rencana jangka panjang.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request menu masakan (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Menawarkan berbagai macam jenis makanan memerlukan berbagai macam jenis bahan yang digunakan yang tentunya harus membeli di pasar kepada penjual-penjual yang menyediakan. Homemade Kitchen dalam berjualan masakan perlu menjaga hubungan agar tetap baik dengan para penjual pasar hal ini berguna untuk tetap diberikan harga yang terbaik dan kualitas yang baik pula. Namun alangkah baiknya jika dapat langsung mendapatkan supplier bahan baku langsung dari petani.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang menawarkan pelayanan request harga kepada konsumen (S&K berlaku).

Hasil diskusi : Dengan adanya menjaga hubungan yang baik dengan penjual bahan baku diharapkan adanya mendapatkan harga yang terbaik dengan kualitas terbaik sehingga ketika konsumen Homemade Kitchen melakukan pemesanan dengan request harga mendapatkan masakan dengan lauk pauk yang sesuai.

- Homemade Kitchen merupakan catering yang memberikan pelayanan gratis pesan antar pesanan dengan minimal pemesanan tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak menarik karena tidak berhubungan dengan Homemade Kitchen memiliki fasilitas gratis pesan antar sehingga diberi skor 1.

- Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.

Hasil diskusi : Dengan adanya menjaga hubungan baik dengan penjual bahan baku menjadikan Homemade Kitchen tetap mampu menjaga kualitas dari segi harga dan porsi makanan sehingga tetap terjangkau untuk konsumen Homemade Kitchen maka pada strategi perencanaan ini jika dihubungkan dengan kelebihan Homemade Kitchen ini maka diberi skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak terlalu menarik jika dihubungkan dengan Homemade Kitchen yang menyediakan menu khusus untuk berbagai macam event yang ada sehingga diberi skor 2.

- Homemade Kitchen menyediakan berbagai opsi varian daging untuk konsumen.

Hasil diskusi : Menyediakan berbagai macam varian daging membutuhkan banyak supplier daging dengan kualitas terbaik serta harga yang masih dapat dijangkau, maka diperlukan berkomunikasi dengan baik antara Homemade Kitchen dengan penjual bahan baku, sehingga harga yang diberikan dapat dikatakan harga khusus sehingga Homemade Kitchen dapat tetap menjaga kualitas dan kuantiti kepada konsumen.

- Homemade kitchen memberikan pelayanan secara online yang ramah dan sopan kepada konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak menarik jika dihubungkan dengan Homemade Kitchen karena tidak memiliki hubungan dengan kelebihan Homemade Kitchen yang memberikan pelayanan ramah kepada konsumen sehingga diberi skor 1.

- Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan yang ada di instagram, dan menyediakan testimoni bagi pelanggan.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak memiliki hubungan dengan kelebihan Homemade Kitchen yang menyediakan katalog-katalog masakan dan memberikan testimoni sehingga strategi perencanaan ini tidak menarik, sehingga diberi skor 1.

Kelemahan :

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

- Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Homemade Kitchen berkeinginan untuk dapat menyediakan layanan secara offline yaitu membuka rumah makan dimasa depan, namun karena keadaan yang saat ini belum memungkinkan hal tersebut masih belum dapat untuk dicapai. Dari alternatif strategi yang sebelumnya telah dibuat oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen, salah satunya adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Dari kekurangan tersebut setelah ke-3 pemilik mendiskusikan terhadap penilaian strateginya pada kekurangan homemade kitchen ini, ke-3 pemilik menyetujui untuk memberikan skor daya tarik (AS) 3. Karena dengan adanya strategi ini selain dapat menutupi kekurangan Homemade Kitchen dengan menonjolkan usahanya dalam bidang online, hal tersebut juga dapat meningkatkan penjualannya jika terus meningkatkan pelayanannya, baik dalam bentuk sikap, kualitas masakan, dan berbagai servis lainnya yang diberikan.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Kekurangan lain dari pelayanan Homemade Kitchen adalah mengharuskan ada minimal pembelian untuk konsumen yang ingin melakukan request masakan. Untuk dapat mengatasi kekurangan ini ke-3 pemilik sebelumnya sudah menentukan beberapa alternatif strategi, salah satunya mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Jika menggunakan strategi tersebut sebagai media untuk dapat mengatasi masalah ini, ke-3 pemilik sudah mendiskusikan, dari hasil diskusi yang telah dilakukan ke-3 pemilik menyetujui untuk memberikan skor daya tarik 3, karena dengan menggunakan strategi ini kami dapat menutupi kekurangan kami dengan meningkatkan kualitas pelayanan kami, sehingga pelanggan setidaknya tetap akan merasa terpuaskan.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Dengan menggunakan strategi mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan, ke-3 pemilik sangat menyetujui hal tersebut dapat menutupi kekurangan yang sekiranya bagi ke-3 pemilik hal ini menjadi kekurangan Homemade Kitchen yang sangat diperhatikan. Sehingga ke-3 pemilik menyetujui untuk memberikan nilai skor daya tarik 4, karena dari adanya kekurangan ini, Homemade Kitchen beberapa kali mendapatkan kritikan dari beberapa konsumen, sehingga Homemade Kitchen harus lebih banyak lagi meningkatkan kemampuan memasaknya, karena membutuhkan waktu lebih menggunakan strategi ini sekiranya dapat membantu untuk mengatasi permasalahan ini dengan meningkatkan kualitas layanan lainnya dan berusaha untuk mempertahankan setiap kinerja baik yang ada.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Dengan strategi pada poin pertama ini jika dikaitkan dengan kelemahan diatas, setelah diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik ada perbedaan pendapatan pada pemberian penilaian di poin ini. Ke-2 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1 sedangkan pemilik satunya memberikan skor daya tarik 2, sehingga perlu dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya penilaian mana yang paling tepat untuk diberikan pada kelemahan ini. Dan setelah dilakukan diskusi lebih lanjut ke-3 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1, dengan alasan jika kekurangan tenaga kerja menjadi kendala, penyelesaian yang dilakukan jika menggunakan strategi ini merupakan langkah yang tidak tepat, sehingga strategi pada poin pertama ini tidak menjadi suatu alternatif strategi yang baik untuk dipilih jika untuk mengatasi kendala seperti kelemahan pada poin ini.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Dari diskusi yang telah dilakukan ke-3 pemilik dengan menggunakan strategi mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan bukanlah menjadi solusi yang tepat jika permasalahan yang harus diatasi seperti diatas. Menurut ke-3 pemilik untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut dengan menambah jumlah karyawan delivery atau bergabung dengan merchant aplikasi merupakan solusi yang paling tepat, sehingga ke-3 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian ini.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Kelemahan ini menjadi salah satu kelemahan yang diperhatikan juga oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen karena mengingat seringnya harga bahan baku yang naik, sehingga diperlukan rencana untuk dapat mengatasi masalah ini. Setelah didiskusikan dengan menggunakan strategi mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan bagi ke-3 pemilik strategi ini masih dapat digunakan walaupun masih terlampau jauh dari ekspektasi untuk dapat menyelesaikan masalah ini, sehingga diputuskan untuk memberikan skor daya tarik 2 pada strategi ini karena bukanlah solusi terbaik untuk digunakan dalam mengatasi kelemahan pada poin ini.

2. Menjadikan frozen food sebagai inovasi produk baru di Homemade Kitchen untuk memperluas target pasar.

- Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Membuat frozen food sebagai inovasi produk baru bisa menjadi suatu ide baru bagi Homemade Kitchen dan hal tersebut memungkinkan dapat meningkatkan penjualan, namun jika strategi tersebut digunakan sebagai penyelesaian yang digunakan untuk dapat mengatasi kelemahan pada poin ini bukanlah pilihan yang tepat, karena arah permasalahan dan strategi yang ditetapkan juga sudah berbeda. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Mengharuskan adanya minimal pemesanan untuk melakukan request makanan hal tersebut seringkali mendapat komplain dari konsumen, dan dari strategi yang telah ditetapkan ke-3 pemilik yaitu membuat frozen food sebagai inovasi produk baru Homemade Kitchen hal tersebut mungkin dapat mengalihkan pandangan konsumen terhadap kelemahan dari Homemade

Kitchen, namun setelah dilakukan diskusi ke-3 pemilik berpendapat bahwa pengalihan pandangan tersebut hanya bersifat sementara, sehingga strategi tersebut tidak terlalu efektif jika digunakan dalam jangka waktu yang lama, jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 2 sebagai nilainya.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Kekurangan yang ada pada Homemade Kitchen lainnya adalah kurangnya pengetahuan dalam berbagai menu masakan, hal tersebut menjadi kendala besar karena mengingat jenis masakan yang sangat bermacam-macam, sehingga perlu meningkatkan skill dalam memasak setiap saat untuk dapat selalu memenuhi permintaan konsumen Homemade. Sehingga jika kekurangan ini dikaitkan dengan strategi diatas setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 pemilik, mereka tidak menyetujui menggunakan alternatif strategi tersebut karena dengan menggunakan strategi tersebut akan tidak efektif, jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah membuat frozen food untuk inovasi produk baru. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah membuat frozen food untuk inovasi produk baru. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi membuat frozen food. Hal tersebut menurut mereka tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

3. Membuat masakan olahan yang simple dan dapat disimpan dalam waktu yang lama dengan cita rasa khas rumahan.

- Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah membuat masakan olahan yang simpel dan dapat disimpan dalam waktu yang lama dengan cita rasa khas rumahan. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dan tidak efektif dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi membuat inovasi makanan simpel yang dapat bertahan lama. Hal tersebut menurut mereka tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 pemilik Homemade, ada beberapa perbedaan pendapat pada hasil penilaiannya. 2 pemilik memberikan skor daya tarik 1 karena menurut mereka penggunaan strategi diatas untuk mengatasi masalah ini akan tidak efektif, sedangkan menurut pemilik yang satunya walaupun strategi tersebut tidak terlalu efektif namun kegunaanya masih akan bermanfaat bagi Homemade, karena dengan kami membuat menu masakan simpel yang menarik hal ini akan dapat mengalihkan pandangan konsumen untuk sementara dari request menu-menu masakan yang belum kami kuasai. Namun setelah dilakukan diskusi lebih lanjut ke-3 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini, hal tersebut karena mengingat strategi ini yang kurang efektif dan ke-3 pemilik berusaha untuk mencari strategi yang lebih efektif untuk dapat menghadapi permasalahan ini.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah membuat makanan simpel yang dapat bertahan lama. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, menurut mereka strategi ini tidak akan terlalu efektif, namun dengan menggunakan strategi

membuat makanan yang simpel dan dapat bertahan lama, hal tersebut dapat membantu jika pada saat kami menerima banyak pemesanan dan kekurangan tenaga kerja, karena sebelumnya kami sudah menyiapkan beberapa stock makanan yang sudah kami simpan, sehingga jika konsumen melakukan order menu tersebut kami tinggal mengambil dan langsung mengantarkan pesannya saja. Jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 2.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi membuat inovasi makanan simpel yang dapat bertahan lama. Hal tersebut menurut mereka tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah membuat makanan simpel dan dapat bertahan lama. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

4. Bergabung dalam merchant aplikasi ojek online yang menyediakan layanan pesan antar makanan.

- Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Memberikan pelayanan secara offline merupakan keinginan yang ingin dicapai oleh ke-3 pemilik Homemade, namun karena pada saat ini hal tersebut belum memungkinkan untuk dilakukan, sebagai pemilik kami ingin tetap memberikan berbagai service yang memuaskan bagi konsumen Homemade. Karena mengingat pelayanan pesan antar yang kami sediakan masih terbatas bagi banyak orang, menggunakan strategi ini untuk dapat mengatasi masalah ini sepertinya adalah pilihan yang tepat. Jadi ke-3 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian poin ini.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi bergabung dengan merchant aplikasi ojek online. Hal tersebut menurut dari ke-3 pemilik tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik strategi bergabung dengan merchant aplikasi ojek online ini masih dapat digunakan walaupun masih terlampau jauh dari ekspektasi untuk dapat menyelesaikan masalah ini, sehingga diputuskan untuk memberikan skor daya tarik 2 pada strategi ini karena dengan bergabung bersama aplikasi ojek online, Homemade Kitchen diharuskan untuk menyediakan pilihan menu yang sudah tersedia sehingga hal tersebut dapat meringankan beban kami jika konsumen melakukan pemesanan melalui aplikasi ojek online, dan

hal tersebut pastinya menghindari kami dari permintaan konsumen yang belum dapat kami penuhi. Walaupun hal tersebut belum tentu membuat perbedaan besar untuk mengatasi masalah ini namun setidaknya kami berusaha untuk mengantisipasi sedikit masalah ini jika bisa.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Strategi yang dikaitkan pada poin permasalahan kali ini adalah kurangnya tenaga kerja dan bergabung dengan merchant aplikasi ojek online. Setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 pemilik, secara langsung ketiga pemilik menyetujui untuk memberikan skor daya tarik 4. Karena menurut mereka strategi ini adalah opsi yang paling tepat untuk dapat mengatasi masalah ini, selain tidak menambahkan beban biaya untuk menggaji kar, dengan mengikut sertakan homemade di merchant aplikasi ojek online hal ini dapat memperluas market dan meningkatkan penjualan.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Besarnya beban biaya jika menambah karyawan hal tersebut membuat Homemade membatasi area dalam memberikan pelayanan gratis pesan antar. Dari strategi diatas yaitu bergabung dengan merchant aplikasi ojek online, memanglah hal tersebut merupakan pilihan yang tepat bagi homemade untuk dapat mengatasi permasalahannya. Walaupun ke-3 pemilik juga sudah mengatakan akan tetap menambah jumlah karyawan deliverynya sedikit demi sedikit agar tidak selalu bergantung pada pelayanan ojek online. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian poin ini.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa

melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang di pasar tradisional.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah bergabung dengan merchant aplikasi ojek online. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

5. Membuat paket makan dengan harga yang terjangkau dengan aneka menu yang sudah ditentukan.

- Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Berdasarkan hasil diskusi pada strategi perencanaan ini cukup menarik karena dapat menjadi solusi baru bagi Homemade Kitchen mengatasi kelemahan yang dimiliki saat ini, sehingga diberikan skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen untuk dilakukan.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi membuat paket makanan. Hal tersebut menurut mereka tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Banyaknya jumlah varian makanan yang ada membuat Homemade selalu banyak belajar untuk memperdalam kemampuan memasak dalam berbagai jenis makanan. Berdasarkan strategi diatas menurut ke-3 pemilik strategi ini dapat sangat membantu dalam menyelesaikan kendala yang ada, karena dengan menyediakan

berbagai paket makanan yang berbeda-beda hal ini akan memberikan opsi bagi konsumen agar tidak merasa bosan dan dapat digunakan sebagai media untuk mengalihkan pandangan sekaligus hal tersebut memberikan kami keuntungan karena dengan menyediakan paket sebagai penjual kami akan membuat masakan yang lebih kami kuasai, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Dengan strategi pada poin ini jika dikaitkan dengan kelemahan diatas, setelah didiskusikan oleh ke-3 pemilik ada perbedaan pendapatan pada pemberian penilaian pada poin ini. Ke-2 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 2 sedangkan pemilik satunya memberikan skor daya tarik 1, sehingga perlu dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya penilaian mana yang paling tepat untuk diberikan pada kelemahan ini. Dan setelah dilakukan diskusi lebih lanjut ke-3 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 2, karena walaupun strategi diatas bukanlah menjadi strategi terbaik yang dapat digunakan, namun dengan membuat paket makanan hal tersebut akan meringankan beban kami dengan memberikan kebebasan bagi kami untuk menentukan paket makanan yang sederhana namun tetap memberikan rasa dan kesan yang nikmat untuk konsumen.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah pelayanan gratis antar yang terbatas dan membuat paket makanan. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dan tidak efektif dengan permasalahan yang

dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Harga bahan baku seringkali menjadi kendala karena kenaikannya yang tidak terduga. Dari strategi diatas yaitu membuat paket makanan, setelah dilakukan diskusi, ke-3 pemilik menyetujui untuk memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian poin ini, karena dengan tidak menentunya kenaikan harga bahan baku jika kami menggunakan strategi membuat paket makanan, kami dapat menentukan sekiranya bahan apa saja yang harganya pada saat itu stabil dan tidak mengalami kenaikan, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan bakupun kami tidak akan semudah itu untuk terkena dampaknya.

6. Menambah karyawan delivery untuk memperluas jangkauan konsumen yang hingga saat ini belum dapat dipenuhi.
 - Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Karena Homemade Kitchen belum bisa untuk menyediakan pelayanan secara offline banyak dari konsumen yang belum terjangkau karena mengingat wilayah dibagian semarang sudah cukup luas, sehingga sebagai pemilik kami memberikan pelayanan gratis pesan antar dengan syarat dan ketentuan yang sudah ditentukan, namun karena jumlah karyawan yang terbatas hal tersebut belum bisa direalisasikan untuk banyak orang. Dengan adanya strategi penambahan karyawan hal tersebut dapat membantu kami untuk dapat mengatasi masalah ini, walaupun penambahan yang dilakukan akan bertahap dan hasilnya belum terlalu maksimal namun strategi ini dapat membantu Homemade

Kitchen untuk dapat menjangkau semakin banyak konsumen. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada poin penilaian ini.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah menambah karyawan delivery untuk memperluas target pasar. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi penambahan karyawan delivery. Hal tersebut menurut mereka tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Kurangnya tenaga kerja Homemade salah satunya adalah tenaga kerja untuk mengirim pesanan kepada konsumen karena tenaga kerja yang hingga saat ini belum tercukupi. Dengan menanggapi adanya strategi ini ke-3 pemilik menyetujui untuk memberikan skor daya tarik 4 karena mengingat hal tersebut akan menjadi bantuan besar agar Homemade Kitchen dapat selalu memberikan yang terbaik bagi konsumen.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, dari strategi dan permasalahan yang dikaitkan pada poin ini sangat sinkron dan menarik. Dengan adanya penambahan jumlah karyawan delivery hal ini akan mengatasi kendala pada kurangnya karyawan pada bagian pengantaran makanan, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4 karena dengan adanya strategi ini salah satu dari permasalahan Homemade dapat teratasi.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah menambah karyawan delivery untuk memperluas target pasar. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

7. Lebih aktif lagi dalam membuat konten maupun testimoni di media sosial untuk menarik minat konsumen dan memberikan banyak informasi menarik pada customer.

- Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Dengan adanya strategi meningkatkan aktifitas social media ini kami dapat membagikan banyak informasi mengenai Homemade kepada konsumen kami, baik informasi, promosi, maupun testimoni, dll. Walaupun kami tidak memiliki toko fisik, strategi tersebut akan membantu kami dalam membagikan berbagai hal yang ingin kami sampaikan kepada konsumen. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 kepada poin ini karena hasil dari

strategi ini yang diperkirakan akan membawa keuntungan bagi Homemade Kitchen.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah meningkatkan aktifitas dalam social media yaitu instagram. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Dengan strategi pada poin ini jika dikaitkan dengan kelemahan diatas, setelah diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik ada perbedaan pendapatan pada pemberian penilaian di poin ini. Ke-2 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1 sedangkan pemilik satunya memberikan skor daya tarik 2, sehingga perlu dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya penilaian mana yang paling tepat untuk diberikan pada kelemahan ini. Dan setelah dilakukan diskusi lebih lanjut ke-3 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1, hal tersebut karena walaupun membuat konten kami dapat mengalihkan pandangan konsumen dengan mengupload atau membagikan konten berupa masakan yang sudah kami kuasai sebelumnya, namun menurut ke-3 pemilik strategi tersebut kurang tepat untuk digunakan dalam mengatasi permasalahan ini.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi meningkatkan aktivitas dalam social media yaitu instagram. Hal tersebut menurut mereka tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi meningkatkan aktivitas dalam social media yaitu instagram. Hal tersebut menurut mereka tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah meningkatkan aktifitas dalam social media yaitu instagram. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

8. Meningkatkan kemampuan memasak dan menambah SDM untuk meningkatkan penjualan.

- Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Dengan meningkatkan skill memasak dan menambah SDM Homemade Kitchen hal tersebut akan sedikit membantu dalam

mengatasi permasalahan ini. Setidaknya dengan menggunakan strategi ini Homemade Kitchen dapat meningkatkan performanya dalam melayani konsumen. Jadi setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 pemilik, dari permasalahan pada poin ini ke-3 pemilik memberikan poin 2 pada penilaian poin ini, karena walaupun dengan adanya strategi ini dapat membantu untuk memperbaiki situasi namun ke-3 pemilik merasa kurang optimal adanya penggunaan strategi ini dengan permasalahan yang bersangkutan.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi meningkatkan kemampuan memasak dan menambah SDM. Hal tersebut menurut ke-3 pemilik tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Berdasarkan diskusi yang dilakukan oleh ke-3 pemilik, dari permasalahan yang ada dan strategi diatas sangat cocok. Dengan banyaknya jenis varian masakan yang ada hal tersebut menjadi kendala bagi Homemade, namun dengan adanya penambahan jumlah karyawan dan peningkatan kemampuan memasak hal tersebut akan menyelesaikan salah satu permasalahan yang ada pada Homemade Kitchen, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4 karena kepuasaanya pada penerapan strategi ini bagi permasalahan tersebut.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Sama halnya dengan permasalahan sebelumnya, kurangnya tenaga kerja sangat sinkron dengan strategi untuk menyelesaikan permasalahan ini. Karena ke-3 pemilik merasa bahwa strategi dan permasalahan ini tepat untuk digunakan, jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4 pada penilaian poin ini.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Meskipun penerapan strategi menambah jumlah karyawan dapat digunakan untuk mengatasi masalah ini hal tersebut juga belum dipastikan membantu, karena penambahan jumlah karyawan disini bukanlah pasti karyawan delivery melainkan bisa pada bagian admin ataupun juru masak, hal tersebut tergantung mana karyawan yang paling dibutuhkan saat ini. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah meningkatkan kemampuan memasak dan menambah jumlah karyawan. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

9. Mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang ada saat ini dan mencari supplier petani untuk dijadikan sebagai rencana jangka panjang.
 - Homemade Kitchen belum menyediakan pelayanan secara offline.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, permasalahan diatas menurut mereka tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi mempertahankan hubungan baik dengan supplier dan mencari supplier petani. Hal tersebut menurut ke-3 pemilik tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk penyelesaian masalah ini, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Homemade Kitchen mengharuskan ada minimal pemesanan terhadap konsumen yang ingin melakukan *by request*.

Penerapan strategi diatas dengan permasalahan pada poin ini, berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik hal tersebut tidak sinkron, sehingga untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut tidak tepat. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Varian masakan yang terlalu banyak, Homemade Kitchen belum dapat selalu memenuhi permintaan konsumen.

Dengan strategi pada poin pertama ini jika dikaitkan dengan kelemahan diatas, setelah diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik ada perbedaan pendapat pada pemberian penilaian di poin ini. Ke-2 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1 sedangkan pemilik satunya memberikan skor daya tarik 2, sehingga perlu dilakukan diskusi lebih lanjut untuk menentukan sekiranya penilaian mana yang paling tepat untuk diberikan pada kelemahan ini. Dan setelah dilakukan diskusi lebih lanjut ke-3 pemilik memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 1, karena walaupun dengan adanya strategi ini kami dapat mempertahankan hubungan baik dengan supplier, sehingga pada saat ada pemesanan menu apapun hal tersebut akan membuat harga kami tidak naik cukup tinggi, namun menurut ke-3 pemilik hal tersebut bukanlah

opsi tepat untuk memilih strategi ini menjadi penyelesaian pada permasalahan di poin ini.

- Kurangnya tenaga kerja yang dimiliki oleh Homemade Kitchen.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah mempertahankan hubungan baik dengan supplier dan mencari supplier petani. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron dengan permasalahan yang dihadapi Homemade Kitchen diatas, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Pelayanan gratis antar masih terbatas (Jika area terlalu jauh akan dikenakan biaya untuk pengirimannya).

Penerapan strategi diatas dengan permasalahan pada poin ini, berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik hal tersebut tidak sinkron, sehingga untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut tidak tepat. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Belum memiliki supplier bahan baku yang tetap, sehingga jika terjadi kenaikan harga bahan baku yang akan digunakan tidak bisa melakukan negosiasi harga terhadap para pedagang dipasar tradisional.

Berdasarkan diskusi yang dilakukan oleh ke-3 pemilik, dari permasalahan yang ada dan strategi diatas sangat cocok. Dengan seringnya peningkatan harga bahan baku yang tidak menentu hal tersebut sering memberikan banyak kejutan bagi para pelaku usaha, namun dengan tetap mempertahankan hubungan baik dengan supplier dan mulai untuk mencari supplier petani untuk jangka panjang hal tersebut akan menyelesaikan salah satu permasalahan yang ada pada Homemade Kitchen, sehingga ke-3 pemilik

memberikan skor daya tarik 4 karena kepuasaannya pada penerapan strategi ini bagi permasalahan tersebut.

Peluang :

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.
 - Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Salah satu dari menu utama Homemade yang paling sering dipesan oleh konsumen adalah ayam cabe garam, kami pun menyediakan menu-menu masakan ayam dengan berbagai jenis macamnya, dan menu lainnya pun juga mendapat banyak pemesanan. Karena melihat bagaimana konsumen menyukai olahan masakan daging ayam, hal tersebut membuat kami banyak mempelajari lebih lagi mengolah masakan daging ayam agar lebih berkreasi dan hal tersebut dapat menarik minat konsumen. Setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 pemilik, strategi pada poin ini diberikan skor daya tarik 3, karena mengingat meningkatkan kualitas dalam hal kemampuan memasak atau lainnya akan meningkatkan performa dari Homemade Kitchen, sehingga hal tersebut akan memberikan dampak baik dan kami dapat mengikuti dan memenuhi apa yang konsumen sukai.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan merupakan strategi yang sangat dibutuhkan Homemade Kitchen saat ini, karena masih banyaknya perbaikan yang harus dilakukan Homemade Kitchen untuk menjadi lebih baik. Setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 pemilik dari peluang yang ada saat ini, banyak dari beberapa konsumen yang mencoba menanyakan apakah Homemade menyediakan frozen food untuk dikirim keluar kota,

hal tersebut membuat kami menyadari untuk mulai mencoba membuat frozen food, agar peluang yang ada ini tidak terbuang sia-sia. Jadi meningkatkan skill dan performa pelayanan Homemade adalah menjadi suatu strategi yang penting, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara.

Banyak masyarakat yang sekarang ini lebih memilih untuk memesan makanan jika mengadakan suatu acara (seperti arisan, pernikahan, ulang tahun, syukuran dan lain sebagainya). Hal itu membawa banyak keuntungan bagi kami selaku pengusaha catering, jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada pemilihan strategi ini, karena dengan meningkatkan dan mempertahankan kinerja pelayanan hal tersebut akan secara otomatis membuat Homemade Kitchen menjadi lebih baik dan menarik bagi konsumen.

- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Dengan adanya virus covid-19 yang ada saat ini, semakin membuat banyak masyarakat yang lebih memilih untuk melakukan take away pada saat membeli makanan, sehingga pemesanan makanan secara online pun mengalami peningkatan peminatnya. Dengan adanya Homemade yang memberikan penawaran gratis pesan antar, hal tersebut menjadi peluang Homemade untuk dapat meningkatkan penjualannya dengan melihat situasi yang ada, namun karena keterbatasan karyawan delivery hal tersebut belum bisa dilakukan secara optimal. Dan setelah dilakukan diskusi, ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian strategi ini, karena dengan meningkatkan kualitas (menambah karyawan, bergabung dengan merchant aplikasi, dll) dan mempertahankan

kinerja pada Homemade Kitchen hal tersebut akan membuat citra Homemade semakin baik dimata para konsumen dan secara otomatis hal tersebut akan dapat meningkatkan penjualan Homemade Kitchen.

2. Menjadikan frozen food sebagai inovasi produk baru di Homemade Kitchen untuk memperluas target pasar.

- Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Melihat peluang bagaimana banyaknya masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam jika dikaitkan dengan strategi membuat frozen food sebagai inovasi produk baru, hal tersebut sudah terlihat tidak tepat dilakukan untuk menghadapi peluang tersebut. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini karena melihat antara strategi dan peluang yang ada tidak sinkron dan tepat jika digunakan.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Pemilihan strategi pada penempatan peluang yang ada pada poin ini sangat disetujui oleh ke-3 pemilik Homemade. Dengan banyaknya konsumen yang menanyakan frozen food pada Homemade Kitchen dan kamipun mulai menanggapi adanya peluang tersebut. Sehingga memilih strategi untuk membuat frozen food sebagai inovasi baru adalah strategi yang tepat untuk digunakan dalam menghadapi peluang yang ada. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4 pada penilaian peluang ini.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara. Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik ada perbedaan pendapat pada hasil diskusi yang dilakukan, ke-2 pemilik

memberikan skor daya tarik 2 pada penilaian poin ini, sedangkan yang satunya memberikan skor daya tarik 3. Setelah dilakukan diskusi ulang ke-3 pemilik menyetujui untuk memberikan skor daya tarik 2, karena walaupun menurut pemilik yang memberikan skor daya tarik 3 dengan membuat frozen food hal tersebut akan memudahkan dalam melayani konsumen jika mendapat banyak pemesanan dan hal tersebut menurut dia menjadi lebih mudah bagi konsumen karena dapat dimasak ulang dan tahan lama, namun setelah didiskusikan kembali menurut ke-2 pemilik walaupun cara tersebut cukup efektif, hal tersebut akan membuat makanan lebih tidak fresh, yang dimaksud disini adalah jika masyarakat memesan untuk sebuah acara akan lebih baik jika makanannya fresh, sedangkan frozen food akan difokuskan pada pemesanan keluar kota. Sehingga mereka menyetujui untuk memberikan skor daya tarik 2 pada penilaian peluang ini.

- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik memberikan frozen food untuk melayani konsumen yang melakukan pemesanan secara online, hal tersebut menurut mereka sangat disayangkan karena menjadikan makanan lebih tidak fresh dan rasanya yang akan sedikit berubah, sehingga pelayanan frozen food lebih difokuskan pada konsumen yang melakukan pemesanan dari luar kota. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 2 pada penilaian peluang ini.

3. Membuat masakan olahan yang simple dan dapat disimpan dalam waktu yang lama dengan cita rasa khas rumahan.
 - Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Daging ayam merupakan salah satu dari banyaknya jenis daging yang mudah untuk diolah menjadi berbagai jenis. Dengan adanya peluang yang ada tersebut, hal ini menambah banyak kemungkinan kami untuk terus mempelajari dan membuat masakan simple dengan olahan daging ayam. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4 pada pemilihan strategi ini, karena selain hal ini dapat meningkatkan skill dalam memasak, dengan strategi ini juga dapat mempermudah kami dalam melayani customer karena makanan simple yang kami simpan kedalam kulkas.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Walaupun membuat frozen food dan menyimpan makanan adalah hal berbeda (menyimpan = masuk kedalam kulkas, sedangkan frozen = dibekukan) namun dengan adanya strategi membuat makanan yang simple, kami juga dapat banyak melakukan eksperimen untuk pembuatan menu frozen food, karena mengingat tidak semua makanan yang dapat dijadikan sebagai makanan frozen. Jadi ke-3 pemilik memberikan poin 3 pada penilaian strategi ini, karena peluang untuk keberhasilan strategi ini untuk mendapat keuntungan cukup dapat digunakan.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, penempatan peluang pada poin ini dan strategi pembuatan makanan simple yang dapat disimpan didalam kulkas merupakan solusi yang tidak tepat dan tidak berhubungan, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian peluang ini.
- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Meningkatnya minat konsumen melakukan take away pada saat melakukan pemesanan akan menguntungkan bagi Homemade jika membuat makanan yang simple dan sudah disimpan didalam kulkas, karena jika konsumen melakukan pemesanan hal tersebut akan membantu kami dalam menyajikan makananya secara cepat, yang berarti tidak perlu untuk mempersiapkan bahan dan harus memasaknya dari awal (tinggal goreng langsung dapat disajikan / packing untuk dibawa pulang). Sehingga dari adanya hal tersebut ke-3 pemilik menyadari strategi tersebut dapat membantu dalam menghadapi peluang yang ada tersebut. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian poin ini.

4. Bergabung dalam merchant aplikasi ojek online yang menyediakan layanan pesan antar makanan.

- Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Dari diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik ada perbedaan pendapat pada hasil diskusi yang dilakukan, ke-2 pemilik memberikan skor daya tarik 2 pada penilaian poin ini, sedangkan yang satunya memberikan skor daya tarik 1. Setelah dilakukan diskusi ulang ke-3 pemilik menyetujui untuk memberikan skor daya tarik 2, karena walaupun kaitan antara peluang ini dengan penyelesaian strategi diatas tidak berhubungan, setidaknya dengan membuat berbagai jenis olahan masakan ayam yang sederhana akan mempermudah dan mempercepat penyajian makanan jika ada pemesanan melalui aplikasi ojek online. Namun karena ke-3 pemilik merasa penggunaan strategi ini tidak terlalu efektif jika digunakan sebagai solusi untuk menghadapi peluang tersebut, sehingga skor daya tarik yang diberikan pada penilaian strategi ini adalah 2.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Melihat peluang untuk melayani konsumen dari luar kota dengan frozen food jika dikaitkan dengan bergabung dengan merchant aplikasi ojek online, hal tersebut sudah terlihat tidak tepat dilakukan untuk menghadapi peluang tersebut. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini karena melihat antara strategi dan peluang yang ada tidak sinkron dan tepat jika digunakan.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara.

Kebiasaan yang sering dilakukan masyarakat pada saat ini yaitu cenderung lebih memilih untuk memesan makanan pada saat membuat suatu acara. Dari adanya peluang tersebut secara otomatis transportasi untuk mengantar makanan sangat dibutuhkan. Untuk dapat mengambil keuntungan tersebut, sebelumnya Homemade Kitchen sudah menyediakan pelayanan gratis pesan antar, walaupun pelayanan yang kami berikan masih sangat terbatas, hal tersebut karena kurangnya tenaga kerja yang dimiliki Homemade Kitchen. Dari strategi diatas yaitu bergabung dengan merchant aplikasi ojek online, hal tersebut membawa solusi bagi Homemade yang saat ini sedang kekurangan tenaga kerja, sehingga kami dapat tetap produktif menerima pemesanan tanpa menambah beban biaya untuk karyawan. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4 pada penilaian strategi ini.

- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Keterkaitan antara peluang diatas dengan strategi untuk bergabung dengan merchant aplikasi ojek online sangat serasi, karena dengan adanya pandemi ini selain konsumen lebih memilih untuk

melakukan take away, mereka cenderung juga lebih memilih untuk melakukan pemesanan secara online, sehingga akan lebih terhindar agar tidak keluar dari rumah untuk hal yang bagi mereka tidak begitu penting. Jadi ke-3 pemilik setuju untuk memberikan skor daya tarik 4 pada penetapan strategi tersebut untuk menghadapi peluang ini.

5. Membuat paket makan dengan harga yang terjangkau dengan aneka menu yang sudah ditentukan.

- Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Dengan strategi membuat paket makanan dengan menu-menu yang beraneka ragam, kami dapat menentukan secara bebas menu-menu apa saja yang sekiranya disukai pelanggan mayoritas, hal tersebut pun memberikan kami selaku pengusaha banyak keuntungan (seperti memilih bahan baku yang tidak mengalami kenaikan harga, menu yang berbeda dengan bahan dasar daging yang selalu sama, harga yang dapat tetap terjangkau, dll). Dengan memakai strategi ini kami bisa mendapatkan banyak keuntungan sekaligus juga dapat memenuhi keinginan dan kesukaan konsumen kami. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, membuat paket makanan dengan menentukan menu yang beraneka ragam hal tersebut tidak berkaitan untuk dapat mengatasi peluang yang ada tersebut. Namun setidaknya dengan kami membuat banyak menu paketan, hal tersebut juga dapat digunakan bagi kami untuk membuat jenis makanan frozen semakin banyak dan bervariasi. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 2, karena

mengingat strategi ini yang kurang efektif untuk digunakan dalam menghadapi peluang tersebut.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara.

Melihat peluang bagaimana perubahan gaya hidup masyarakat pada saat memesan makanan untuk suatu acara, hal tersebut dinilai oleh ke-3 pemilik tepat jika menggunakan strategi diatas untuk dapat meraih banyak keuntungan. Dengan membuat paket yang beragam dengan harga yang terjangkau, hal tersebut akan lebih menarik minat konsumen. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3.

- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Hal pertama yang seringkali dilihat konsumen dalam membeli suatu produk atau makanan adalah harga dan kuantitas, semakin banyak dan murah harga yang ditawarkan, hal tersebut akan membuat mereka semakin tertarik untuk membelinya. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik dengan membuat banyak menu paket dengan harga yang terjangkau hal tersebut akan menarik minat konsumen, terlebih lagi dengan menurunnya tingkat ekonomi yang ada saat ini karena pandemi, hal tersebut akan banyak membantu konsumen tetap mencukupi kebutuhan makan dengan harga yang terjangkau. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian strategi ini.

6. Menambah karyawan delivery untuk memperluas jangkauan konsumen yang hingga saat ini belum dapat dipenuhi.

- Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, penempatan peluang pada poin ini dan strategi menambah

karyawan delivery merupakan solusi yang tidak tepat dan tidak berhubungan, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian peluang ini.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah menambah karyawan delivery untuk memperluas jangkauan terhadap konsumen. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron untuk dapat mengambil keuntungan dari peluang yang ada tersebut, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, menambah karyawan delivery dengan melihat situasi yang ada saat ini adalah suatu pilihan yang tepat. Peningkatan penjualan untuk melayani konsumen yang mengadakan suatu acara membuat Homemade memerlukan adanya penambahan karyawan delivery untuk dapat menghandel keuntungan tersebut. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian strategi ini.
- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Keterkaitan antara peluang diatas dengan strategi penambahan karyawan delivery sangat serasi, karena dengan adanya pandemi ini selain konsumen lebih memilih untuk melakukan take away, mereka cenderung juga lebih memilih untuk melakukan pemesanan secara online, hal tersebut membawa keuntungan bagi kami, karena memang pada mulanya catering kami bergerak dan beraktifitas secara online, namun karena kurangnya tenaga kerja pada bagian delivery, menambahkan jumlah karyawan untuk delivery

merupakan suatu opsi yang tepat untuk dilakukan. Jadi ke-3 pemilik setuju untuk memberikan skor daya tarik 4 pada penetapan strategi ini.

7. Lebih aktif lagi dalam membuat konten maupun testimoni di media sosial untuk menarik minat konsumen dan memberikan banyak informasi menarik pada customer.

- Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Penerapan strategi diatas dengan peluang yang ada pada poin ini, berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik hal tersebut tidak sinkron, sehingga untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut tidak tepat. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Membuat inovasi baru juga perlu dilakukan promosi agar banyak orang yang mengetahui dan menyadari produk baru dari Homemade. Dengan melalui social media Homemade Kitchen, kami dapat membagikan berbagai informasi kepada konsumen dan melakukan promosi produk baru untuk menarik minat konsumen. Sehingga penting strategi ini digunakan, karena mengingat Homemade Kitchen berfokus pada pasar online. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, dengan adanya gaya hidup yang telah berubah di masyarakat menurut ke-3 pemilik hal tersebut tidak efektif jika diatasi dengan

menggunakan strategi meningkatkan aktifitas social media. Hal tersebut menurut ke-3 pemilik tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk menghadapi peluang tersebut, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Melihat peluang pada meningkatnya minat konsumen dalam pemesanan makanan take away jika dikaitkan dengan meningkatkan aktivitas social media, hal tersebut sudah terlihat tidak tepat dilakukan untuk menghadapi peluang tersebut. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini karena melihat antara strategi dan peluang yang ada tidak sinkron dan tepat jika digunakan.

8. Meningkatkan kemampuan memasak dan menambah SDM untuk meningkatkan penjualan.

- Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Meningkatkan kemampuan memasak menjadikan kami lebih bereksplorasi mengenai jenis masakan-masakan baru yang sebelumnya belum kami ketahui, dari adanya hal itu kami dapat dengan mudah untuk membuat olahan daging ayam menjadi berbagai macam rasa, sehingga kami dapat memberikan berbagai banyak opsi kepada konsumen Homemade untuk mencoba olahan daging ayam dengan rasa baru yang lezat dan berbeda-beda. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada penilaian strategi ini, karena akan sangat efektif digunakan dalam meningkatkan kemampuan dan menarik minat konsumen.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Dari diskusi yang dilakukan oleh ke-3 pemilik, pemecahan solusi untuk menghadapi peluang yang ada tersebut dianggap kurang efektif, namun dengan kami terus meningkatkan kemampuan dalam hal memasak ataupun pemasaran hal tersebut akan membantu dalam proses pembuatan frozen food dan promosi penjualan. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 2.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara.

Meningkatkan kemampuan memasak adalah suatu kewajiban untuk pelaku usaha kuliner, selain itu meningkatkan performa dalam melakukan penjualan juga sangat penting, hal ini berhubungan dengan berubahnya gaya hidup yang ada saat ini, kami pelaku usaha juga harus dapat selalu mengikuti adanya perubahan tersebut. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 karena mengingat meningkatkan perkembangan skill dalam suatu usaha adalah hal yang penting dan pasti harus dilakukan,

- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, meningkatkan kemampuan memasak dengan meningkatnya minat konsumen terhadap makanan take away tidak berhubungan. Namun dengan meningkatnya minat konsumen terhadap makanan take away sebagai seorang pengusaha kami harus dapat mengikuti arusnya, sehingga meningkatkan performa dalam melakukan promosi penjualan menjadi hal penting agar Homemade Kitchen dapat tetap bergerak maju dan berkembang. Dan setelah dilakukan diskusi, karena ke-3 pemilik merasa bahwa strategi ini kurang

efektif jika digunakan dalam menghadapi peluang ini, jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 2.

9. Mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang ada saat ini dan mencari supplier petani untuk dijadikan sebagai rencana jangka panjang.
 - Mayoritas dari masyarakat menyukai olahan masakan daging ayam.

Daging ayam menjadi salah satu kebutuhan bahan baku utama yang digunakan catering kami karena mayoritas pesanan yang kami dapat dari konsumen menggunakan olahan daging ayam, dan karena hingga saat ini kami masih mengandalkan pasar tradisional untuk berbelanja (belum memiliki supplier daging secara langsung) sehingga kami harus dapat mempertahankan hubungan yang sehat dan baik dengan supplier. Karena kebanyakan dari supplier jika tidak terlalu mengenalnya, mereka akan lebih memilih membagi dagingnya kepada pelanggan yang mereka kenal, karena pada pasar tradisional daging ayam adalah salah satu bahan baku yang paling gampang habis. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3 pada pemilihan strategi ini.

- Membuat frozen food catering untuk melayani pesan antar makanan sampai keluar kota.

Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah mempertahankan hubungan baik dengan supplier dan mencari supplier petani. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron untuk dapat mengambil keuntungan dari peluang yang ada tersebut, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Gaya hidup yang telah berubah, masyarakat yang lebih menyukai pesan makanan dari pada memasak sendiri jika ada sebuah acara.

Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, penempatan peluang pada poin ini dan strategi mempertahankan hubungan baik dengan supplier dan mencari supplier petani merupakan solusi yang tidak tepat dan tidak berhubungan, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian peluang ini.

- Minat konsumen terhadap masakan catering / take away meningkat karena adanya pandemi Covid-19.

Melihat peluang dengan meningkatnya minat konsumen terhadap makanan take away jika dikaitkan dengan mempertahankan hubungan baik dengan supplier dan mencari supplier petani, hal tersebut sudah terlihat tidak tepat dilakukan untuk menghadapi peluang tersebut. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini karena melihat antara strategi dan peluang yang ada tidak sinkron dan tepat jika digunakan.

Ancaman :

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.
 - Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Berdasarkan hasil diskusi ke-3 pemilik Homemade Kitchen bahwa pada strategi perencanaan ini tidak memiliki nilai menarik konsumen. Dengan adanya ancaman tersebut cukup sulit Homemade Kitchen sesuaikan karena harga bahan baku yang tidak pasti kenaikannya, sehingga pada strategi perencanaan ini diberikan skor 1.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Persaingan yang kini semakin ketat mengharuskan Homemade Kitchen untuk tetap menjaga kualitas dan meningkatkan menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Hal ini berfungsi untuk konsumen Homemade Kitchen tetap setia serta mendapatkan konsumen baru. Maka pada strategi perencanaan ini diberi skor 4 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini diberikan skor 2 oleh para pemilik Homemade Kitchen karena tidak cukup menarik untuk mengatasi adanya ancaman yang ada bagi Homemade Kitchen.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Keyakinan konsumen tidak bisa dipaksakan jika konsumen memang belum merasa yakin dengan memesan masakan dari luar rumah, maka perencanaan strategi ini tidak cukup menarik untuk mengatasi ancaman bagi Homemade Kitchen. Maka dengan demikian diberikan skor 2 pada perencanaan strategi ini oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

2. Menjadikan frozen food sebagai inovasi produk baru di Homemade Kitchen untuk memperluas target pasar.
 - Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Dengan adanya ancaman tersebut tidak cukup menarik jika menggunakan strategi membuat frozen food sebagai inovasi produk baru di Homemade Kitchen karena jika menyimpan makanan maupun bahan baku dalam keadaan frozen terlalu lama rasa pada masakan dapat berubah, maka diberikan skor 2 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Penjualan melalui online dapat meluas konsumennya jika Homemade Kitchen menyediakan frozen food yang aman dibawa dalam perjalanan keluar kota sehingga hal ini dapat menjadi solusi bagi Homemade Kitchen ditengah muncul banyaknya pesaing dalam bidang yang sama dengan Homemade Kitchen, maka strategi perencanaan ini diberi skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak menarik dilakukan karena tidak menjadikan solusi bagi Homemade Kitchen maka diberi skor 1 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Adanya frozen food konsumen dapat melakukan penghangatan kembali atau dimasak ulang di rumah sebelum disajikan sehingga makanan yang telah dibekukan siap dikonsumsi

setelah dimasak atau dihangatkan, dengan adanya frozen food memudahkan konsumen untuk menyajikan masakan yang sudah siap hanya perlu dihangatkan kembali sehingga tidak perlu khawatir meski melakukan pemesanan masakan dari luar rumah dan juga adanya frozen food dapat dijadikan cadangan makanan beberapa hari di rumah. Adanya solusi tersebut pada strategi perencanaan ini oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen diberikan skor 3.

3. Membuat masakan olahan yang simple dan dapat disimpan dalam waktu yang lama dengan cita rasa khas rumahan.

- Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak menarik dilakukan karena tidak menjadikan solusi bagi Homemade Kitchen maka diberi skor 1 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Menyediakan masakan simple yang memudahkan konsumen untuk dimasak kembali yang berbeda dengan frozen food dapat menjadikan solusi untuk Homemade Kitchen memudahkan konsumen menyimpan untuk beberapa hari dalam kulkas dimana makanan tersebut siap dimasak yang sudah diberikan bumbu pelengkap, sehingga diberikan skor 3 pada strategi perencanaan ini.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak menarik dilakukan karena tidak menjadikan solusi bagi Homemade Kitchen maka diberi skor 1 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini tidak cukup menarik dilakukan karena tidak menjadikan solusi yang tepat bagi Homemade Kitchen maka diberi skor 2 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

4. Bergabung dalam merchant aplikasi ojek online yang menyediakan layanan pesan antar makanan.

- Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak menarik dilakukan karena tidak menjadikan solusi bagi Homemade Kitchen maka diberi skor 1 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Strategi perencanaan yang cukup menarik untuk dilakukan untuk melebar luaskan Homemade Kitchen dikenal banyak konsumen dengan bergabung kedalam merchant aplikasi ojek online yang menyediakan layanan pesan antar makanan karena kini banyak konsumen yang sering menggunakan jasa tersebut untuk memesan makanan. Maka dengan demikian, pada strategi perencanaan ini diberikan skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini diberikan skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen karena adanya berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul sekiranya Homemade Kitchen dapat bergabung untuk melebar luaskan pangsa pasar yang lebih yakin jika pesan melalui jasa tersebut dibandingkan pesan catering.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak menarik dilakukan karena tidak menjadikan solusi bagi Homemade Kitchen maka diberi skor 1 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

5. Membuat paket makan dengan harga yang terjangkau dengan aneka menu yang sudah ditentukan.

- Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Adanya membuat pake makanan membantu Homemaed Kitchen memanfaatkan bahan baku yang mahal dipadukan dengan berbagai bahan baku lainnya yang menghasilkan suatu masakan yang lezat dan nikmat untuk dikonsumsi konsumen yang tentunya dengan harga yng masih dapat dijangkau konsumen Homemade Kitchen maka diberikan skor 3 pada strategi perencanaan ini.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Membuat paket makan dengan harga terjangkau cukup menarik dilakukan ditengah muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama, hal ini untuk membuat konsumen tidak lupa dan lebih memilih Homemade Kitchen untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka, maka diberikan skor 3 pada strategi ini.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini kurang menarik untuk diterapkan di Homemade Kitchen untuk mengatasi adanya ancaman ini, sehingga diberikan skor 2 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini sangat tidak menarik dilakukan karena tidak menjadikan solusi bagi Homemade Kitchen maka diberi skor 1 oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen.

6. Menambah karyawan delivery untuk memperluas jangkauan konsumen yang hingga saat ini belum dapat dipenuhi.

- Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, penempatan strategi untuk menyelesaikan ancaman yang ada tersebut tidak tepat dan efektif, sehingga ke-3 pemilik

memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian untuk pemecahan solusi bagi ancaman ini.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Pelayanan yang catering kami berikan yaitu melalui situs online (Whatapps, line, instagram, dll). Dengan banyaknya pesaing bisnis makanan online yang muncul saat ini, sebagai pelaku usaha kami harus dapat berusaha untuk dapat menarik minat konsumen dan memberikan servis yang optimal. Dengan memberikan pelayanan gratis antar hal tersebut dapat memberi kenyamanan bagi konsumen, namun karena keterbatasan SDM untuk pengiriman pesanan, jika menggunakan strategi penambahan jumlah karyawan delivery, hal tersebut akan membawa dampak baik bagi kami untuk kedepannya. Sehingga kami dapat memberikan pelayanan yang lebih optimal untuk konsumen. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 3.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Meningkatnya penggunaan aplikasi pesan antar menjadi ancaman yang merepotkan bagi kami. Karena sebelumnya kami juga belum bergabung pada aplikasi pesan antar tersebut, hal tersebut dikarenakan kami juga sudah menyediakan pelayanan pesan antar gratis bagi konsumen Homemade dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan, namun karena keterbatasan SDM, hal tersebut menjadi kurang optimal. Dan setelah dilakukan diskusi oleh ke-3 pemilik, mereka memutuskan untuk memberikan skor daya tarik 3, karena dengan menambah jumlah karyawan delivery hal tersebut akan menjadikan kinerja Homemade semakin optimal

dan tentunya dapat lebih bersaing untuk menghadapi aplikasi ojek online yang kini semakin berkembang.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah menambahkan karyawan delivery untuk memperluas jangkauan terhadap konsumen. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron untuk dapat mengatasi ancaman pada poin ini, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

7. Lebih aktif lagi dalam membuat konten maupun testimoni di media sosial untuk menarik minat konsumen dan memberikan banyak informasi menarik pada customer.
 - Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Melihat adanya kendala dari harga bahan baku yang terus naik jika dikaitkan dengan strategi meningkatkan aktivitas social media, hal tersebut sudah terlihat tidak tepat untuk dilakukan dalam menghadapi ancaman tersebut. Sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini karena melihat antara strategi dan ancaman yang ada tidak sinkron dan tepat jika digunakan.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Dalam perencanaan strategi ini perlu adanya membuat konten baru yang menarik konsumen Homemade

Kitchen supaya konsumen Homemade Kitchen tetap setia memesan masakan di Homemade Kitchen. Adanya persaingan yang ketat membuat Homemade Kitchen harus berani melakukan promosi di media sosial untuk mengatasi adanya ancaman yang terjadi. Maka para pemilik Homemade Kitchen memberikan skor 4 karena strategi ini menarik untuk diterapkan.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Perencanaan strategi yang telah dibuat dapat membantu Homemade Kitchen bersaing dengan para pesaing yang kini dapat ditemui di aplikasi pesan antar makanan yang muncul seiring berkembangnya teknologi saat ini. Maka pada perencanaan strategi ini diberikan skor 4 karena menarik untuk dilakukan untuk Homemade Kitchen bersaing dengan pesaing yang ada.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Dari diskusi yang dilakukan oleh ke-3 pemilik, pemecahan solusi untuk menghadapi ancaman yang ada tersebut dianggap kurang efektif, namun dengan kami terus aktif pada social media, kami dapat membagikan berbagai informasi, konten-konten untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (seperti proses penyiapan catering yang tentunya sesuai dengan protokol kesehatan) . Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 2, karena mengingat strategi ini masih dapat digunakan walaupun tingkat efektivitasnya tidak tinggi.

8. Meningkatkan kemampuan memasak dan menambah SDM untuk meningkatkan penjualan.

- Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Penerapan strategi diatas dengan ancaman yang ada pada poin ini, berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik hal tersebut tidak sinkron, sehingga untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut tidak tepat. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Menambah SDM untuk membantu mengelola Homemade Kitchen sehingga Homemade Kitchen memiliki sistem yang dapat diterapkan untuk mempermudah mengelola dan cara kerja SDM yang efektif dan efisien bekerja secara online, maka diberi skor 3 oleh para pemilik Homemade Kitchen.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Pada strategi perencanaan ini diberikan skor 2 karena tidak menarik untuk diterapkan guna menghadapi ancaman yang ada. Maka oleh ke-3 pemilik Homemade Kitchen diberikan skor 2 pada strategi perencanaan ini.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, dengan keyakinan masyarakat yang menurun terhadap makanan dari luar karena adanya pandemi Covid-19 menurut ke-3 pemilik hal tersebut tidak efektif jika diatasi dengan menggunakan strategi meningkatkan meningkatkan kemampuan memasak dan kemampuan penjualan, selain itu hal tersebut menurut ke-3 pemilik tidak sinkron dan tidak akan efektif untuk menghadapi ancaman tersebut, jadi ketiga pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

9. Mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang ada saat ini dan mencari supplier petani untuk dijadikan sebagai rencana jangka panjang.
 - Beberapa harga bahan baku terus naik, sehingga harga jual pada beberapa menu masakan juga naik.

Hasil diskusi : Tidak menentunya harga bahan baku yang sering kali naik, hal tersebut menjadikan ancaman bagi kami agar selalu berhati-hati dalam menawarkan menu pre-order kepada konsumen. Untuk dapat mengatasi hal tersebut, sebagai pelaku usaha harus berusaha untuk mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang sudah dikenal, sehingga jika ada kenaikan harga bahan baku setidaknya kami dapat melakukan persiapan atau setidaknya kami bisa mendapatkan harga yang sedikit lebih murah, namun berbeda halnya jika seorang pelaku usaha kuliner dapat memiliki supplier petani, hal itu akan sangat menguntungkan dan memudahkan bagi pelaku usaha meskipun terjadi kenaikan harga bahan baku yang tidak terduga. Jadi setelah dilakukan diskusi ke-3 pemilik menyetujui bahwa penerapan strategi ini untuk dapat mengatasi ancaman tersebut sangat tepat, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 4 pada penilaian poin ini.

- Muncul banyak pesaing baru dalam bidang yang sama melakukan penjualan secara *online* pada saat ini.

Hasil diskusi : Strategi yang dikaitkan pada poin ini adalah mempertahankan hubungan baik dengan supplier yang ada dan mencari supplier petani. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik Homemade, strategi tersebut tidak sinkron untuk dapat mengatasi ancaman pada poin ini, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1.

- Semakin berkembangnya teknologi dan aplikasi pesan antar yang muncul menyebabkan usaha catering tidak menjadi opsi utama bagi konsumen.

Hasil diskusi : Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik, penempatan strategi untuk menyelesaikan ancaman yang ada tersebut tidak tepat dan efektif, sehingga ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian untuk pemecahan solusi bagi ancaman ini.

- Adanya pandemi Covid-19 beberapa konsumen masih kurang merasa yakin untuk melakukan pemesanan masakan dari luar rumah.

Hasil diskusi : Penerapan strategi diatas dengan ancaman yang ada pada poin ini, berdasarkan diskusi yang telah dilakukan oleh ke-3 pemilik hal tersebut tidak sinkron, sehingga untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut tidak tepat. Jadi ke-3 pemilik memberikan skor daya tarik 1 pada penilaian poin ini.

Daftar Pertanyaan untuk Pelanggan

Responden Yth,

Saya Rinaldi Probo Yuwono selaku mahasiswa dari Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan NIM 17.D1.0169, akan mengadakan penelitian mengenai alternative strategi untuk meningkatkan Homemade Kitchen menjadi lebih baik lagi. Untuk itu kami mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner kami ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian

Mohon untuk memberikan tanda centang pada setiap jawaban yang Anda pilih

NO	PERNYATAAN	SKALA JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1	Saya merasa nyaman memesan catering di Homemade Kitchen karena dapat request menu masakan dan harga sesuai dengan permintaan konsumen.				
2.	Homemade Kitchen menyediakan layanan gratis pesan antar dengan minimal tertentu dengan jarak yang telah ditentukan.				
3.	Homemade Kitchen menjual makanan dengan harga yang lebih terjangkau (rendah) dari pada pesaing.				
4.	Homemade Kitchen selalu memberikan penawaran menu catering khusus disetiap event-event khusus tertentu (seperti : hari raya natal, hari lebaran, hari raya imlek, hari raya tahun baru).				

NO	PERNYATAAN	SKALA JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
5.	Saya senang Homemade Kitchen memberikan beberapa pilihan macam daging yang disediakan				
6.	Saya merasa nyaman memesan katering di Homemade Kitchen karena pelayanan yang selalu ramah dan sopan serta Homemade Kitchen menyediakan katalog-katalog masakan di media social yang mempermudah konsumen untuk memilih.				
7.	Saya berharap Homemade Kitchen dapat menyediakan layanan secara offline (warung)				
8.	Saya terkadang merasa sulit memesan katering Homemade Kitchen jika ingin melakukan request menu karena adanya minimal pemesanan.				
9.	Homemade Kitchen belum dapat memenuhi semua request menu dari konsumen.				
10.	Saya merasa Homemade Kitchen kekurangan SDM yang membantu dalam melakukan pengiriman (delivery order).				
11.	Saya merasa porsi yang diberikan terkadang tidak selalu sama mungkin karena adanya kenaikan bahan baku yang tidak menentu.				

PANDUAN WAWANCARA

Analisis SWOT

1. *Strength*

- Bentuk pelayanan / service apakah yang diberikan Homemade Kitchen untuk menarik minat konsumen ?
- Bagaimana strategi penetapan harga yang diterapkan Homemade Kitchen ?
- Siapakah target market spesifik Homemade Kitchen ?
- Strategi marketing online apakah yang diterapkan Homemade Kitchen untuk menarik minat konsumen ?
- Sistem pembayaran apakah yang ditawarkan Homemade Kitchen kepada konsumen ?
- Bentuk strategi apakah yang telah dilakukan Homemade Kitchen dalam mengembangkan pangsa pasarnya ?
- Inovasi apakah yang dilakukan Homemade Kitchen dalam mengembangkan usahanya ?

2. *Weakness*

- Apakah Homemade Kitchen memiliki toko fisik yang dapat dikunjungi konsumen ?
- Dalam pemesanan catering apakah ada minimal pembelian jika konsumen membuat pesanan catering diluar menu yang disediakan Homemade Kitchen ?
- Apakah disetiap permintaan jenis masakan yang konsumen minta dapat terpenuhi dengan baik ?
- Apa saja yang menjadi kendala Homemade Kitchen dalam dunia kuliner di Semarang ?
- Apakah usaha Homemade Kitchen memiliki sumber daya yang terbatas ?

- Apa yang perlu ditingkatkan dalam usaha Homemade Kitchen dan apa yang menjadi kendala yang harus diperbaiki dalam usaha Homemade Kitchen ?
- Apa yang dilihat atau dirasakan konsumen sehingga menjadi kelemahan Homemade Kitchen ?

3. *Opportunity*

- Peluang apakah yang muncul karena adanya pada masyarakat terhadap usaha Homemade Kitchen ?
- Peluang apa yang dapat dilakukan Homemade Kitchen untuk meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 ini ?
- Apakah Homemade Kitchen menyediakan pilihan bagi konsumen dalam memilih menu olahan daging ?

4. *Threat*

- Apakah kondisi Ekonomi yang terjadi seperti sekarang ini menjadi ancaman bagi Homemade Kitchen ?
- Faktor apa saja yang dapat menjadi penghambat perkembangan usaha Homemade Kitchen ?
- Apakah ada tren pasar yang dapat menyebabkan kerugian pada usaha Homemade Kitchen ?
- Apakah dengan adanya situasi yang terjadi pada saat ini (adanya Covid-19) memberikan dampak yang besar bagi usaha Homemade Kitchen ?



5.63% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

0.1% IN QUOTES

Report #13370449

79 80 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Zaman globalisasi yang modern saat ini, terjadi banyak perubahan serta kemajuan yang terjadi. 96 Perubahan yang terjadi diawali dengan pola pikir masyarakat yang terus berkembang, kemajuan teknologi yang semakin berkembang, serta gaya hidup modern yang kini menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat sekarang. Persaingan usaha yang ada dalam era digital saat ini semakin terlihat nyata dan semakin ketat, dengan adanya fenomena tersebut para pelaku usaha dituntut untuk dapat menguasai dan mengetahui mengenai digital marketing yang berhubungan dengan ekonomi digital. Sosial media menjadi sebuah alat untuk para pelaku usaha melakukan promosi ataupun penjualan, dari mulai twitter, facebook, instagram ataupun aplikasi lainnya menyediakan pelayanan ads untuk para pelaku usaha yang berminat. Tidak berhenti hingga disitu, dengan perkembangan ekonomi digital bisnis yang meningkat pesat hal tersebut juga mengubah beberapa hal lain salah satunya adalah metode pembayaran dalam melakukan transaksi penjualan,