

1. Analisis SWOT Mustiq



FAKULTAS EKONOMI UNILA
UJIAN SEMESTER GANJIL / GENAP

TAHUN AJARAN :
PROGRAM :
NAMA : Neng Ayu Maulidiah
NPM : 2451012012
NO. UJIAN :
JURUSAN :
MATA KULIAH :
DOSEN PENGUJI :
TANDA TANGAN MHS :

Eksternal Internal	Peluang (O) - anak kos membutuhkan makanan praktis - promosi media sosial menjangkau pelanggan lebih luas - marketplace memudahkan proses pemesanan - produk dapat dikembangkan dengan varian rasa & ukuran - dapat dibuat paket hemat.	Ancaman (T) - Banyak produk lauk/makanan praktis pilihan konsumen - Harga bahan baku dapat berubah - Persaingan dengan produk kentang mustofa lainnya - Selera konsumen dapat berubah - Produk dapat rusak/melempem jika pemesanan kurang tepat
---	--	--

Kekuatan (S) - Produk praktis dan siap dimakan - Rasa gurih dan renyah - harga terjangkau untuk mahasiswa - Produk mudah untuk disimpan - cocok sebagai lauk sehari-hari.	Strategi WO mengatasi keterbatasan brand dan variasi produk dgn meningkatkan promosi digital, mengembangkan rasa, ukuran, dan paket hemat.	Strategi ST mempertahankan kualitas rasa dan kerenyahan, harga terjangkau agar memiliki daya tarik ditengah persaingan produk
--	--	---

Kelemahan (W) - kerenyahan dapat menurun - pilihan rasa dan ukuran masih terbatas - brand mustofa baru, belum banyak dikenal - kapasitas produksi masih terbatas.	Strategi WO Memanfaatkan kepraktisan, harga terjangkau, dan rasa produk untuk menjangkau mahasiswa dan anak kos melalui promosi sosial media.	Strategi WT Menjaga kualitas kemasan dan penyimpanan serta mengontrol penggunaan bahan baku untuk mengurangi risiko produk melempem
---	---	---

BMC

key partners • pemasok bahan baku • pemasok kemasan • jasa kurir / pengiriman • Pihak yang membantu Promosi	key Activities • membeli bahan baku • memproduksi kentang mustofa • menjaga kualitas rasa & kerenyahan • mengemas produk • melakukan promosi • menerima pesanan • mengantarkan produk ke pelanggan	value proposition • lauk praktis • rasa gurih & renyah • tahan lama • cocok dengan nasi • harga terjangkau
customer relationship • pelayanan ramah dan cepat • komunikasi via media sosial • promo dan paket hemat • menerima kritik dan saran	customer segments mahasiswa dan anak kos yang membutuhkan lauk praktis, tahan lama, dan terjangkau	key resources • bahan baku • alat produksi • kemasan • modal usaha • tenaga kerja • media sosial • kemampuan produksi dan pemasaran
channels • Instagram • whatsapp • marketplace • penjualan langsung	cost structure • biaya bahan baku • biaya minyak • biaya kemasan • biaya gas • biaya promosi • biaya pengiriman	revenue stream • penjualan berdasarkan ukuran dan rasa • pendapatan dari paket hemat / pembelian dalam jumlah tertentu