



BAB III

ANALISIS INDUSTRI PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Trend dan Pertumbuhan Industri

Pengusaha sebelum menjalankan usaha perlu melakukan analisis industri agar dapat melakukan analisis permintaan pasar industri yang akan ditekuninya. *Lee Siang Bakkwa* adalah produk bidang kuliner yang menghasilkan dendeng yang terbuat dari daging babi lokal. Pertumbuhan konsumsi daging babi dan penyediaan daging babi di DKI Jakarta menurut data statistik konsumsi pangan tahun 2014-2018 dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 3.1

Konsumsi Daging Babi

Konsumsi per Kapita Daging Babi / Tahun					
Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
Konsumsi Daging Babi (Kg / Kapita / Tahun)	0,180	0,209	0,261	0,260	0,253

Sumber: Kementerian Pertanian

Dalam Tabel 3.1 dapat disimpulkan bawah konsumsi daging babi pada tahun 2014-2018 memiliki rata-rata pertumbuhan 9.47%

Tabel 3.2

Ketersediaan Daging Babi

Ketersediaan per Kapita Daging Babi / Tahun					
Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
Ketersediaan per Kapita Daging Babi (Kg / Kapita / Tahun)	0,77	0,83	0,85	0,78	0,80

Sumber: Kementerian Pertanian

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dalam Tabel 3.2 dapat disimpulkan bawah ketersediaan daging babi pada tahun 2014-2018 memiliki rata-rata pertumbuhan 0,97%. Dapat disimpulkan bahwa terjadi tren pertumbuhan industri yang menghasilkan daging babi.

B. Analisis Pesaing

Setiap bisnis pasti memiliki pesaing yang tidak dapat dihindari maka dari itu data dan informasi dari pesaing sangat dibutuhkan agar dapat menerapkan strategi yang kompetitif dan promosi yang dilakukan oleh para pesaing, seperti perbandingan produk yang digunakan, harga yang ditawarkan, dan strategi pemasaran yang digunakan.

Hal positif yang dimiliki oleh pesaing kita dapat kita jadikan pembelajaran namun hal yang menjadi kelemahan yang dimiliki pesaing dapat dijadikan acuan untuk menetapkan strategi agar lebih baik bahkan lebih unggul dibanding pesaing kita.

Usaha yang menghasilkan daging dendeng babi melalui online dari pengamatan selama ini ada pesaing yang potensial berlokasi di Semarang yakni merk Fei Bakkwa yang memiliki harga Rp. 82.500,-/ons, Fei Bakkwa merupakan pesaing langsung dari *Lee Siang Bakkwa*. Disamping pesaing langsung *Lee Siang Bakkwa* harus memperhitungkan pesaing tidak langsung yaitu usaha dendeng babi yang melakukan penjualan secara offline dari pengamatan diperoleh ada usaha dendeng Bee Cheng Hiang berlokasi di Jakarta yang memiliki kisaran harga mulai dari Rp. 72.000,-/ons sampai Rp. 100.000,-/ons.

Berdasarkan analisa pesaing yang memperhatikan keunggulan dan kelemahan maka diperoleh hasil seperti tabel 3.3:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 3.3

Analisis Pesaing *Lee Siang Bakkwa*

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Bee Cheng Hiang	Memiliki varian produk yang beragam.	Memberikan harga yang mahal.
	Memanggang langsung di toko yang menjadi daya tarik pembeli	Memiliki 1 tempat saja di Jakarta
Fei Bakkwa	Sudah dikenal di beberapa daerah yaitu Malang, Jakarta, Medan, Gorontalo, dan Kalimantan Selatan (Muara Teweh)	Hanya memiliki 2 varian rasa produk.
		Memberikan harga yang mahal.

Sumber: *Lee Siang Bakkwa*

C. Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment, and Legal*)

Analisis PESTLE ini berfungsi untuk mengetahui gambaran lingkungan eksternal dimana bisnis tersebut beroperasi dan untuk mengetahui kesempatan maupun ancaman yang berada di sekitar usaha tersebut. Analisis PESTEL bertujuan untuk mengoptimalkan kesempatan yang ada.

Berikut adalah analisis PESTEL yang dilakukan oleh penulis terhadap *Lee Siang Bakkwa*:

1. Politik (*Politics*)

Regulasi pemerintah terhadap Unit Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dapat menolong usaha kecil seperti *Lee Siang Bakkwa*. Adanya perhatian pemerintah yaitu pemerintah mengalokasikan dana sebesar Rp. 1.601,75 Triliun untuk mendorong UMKM yang terdampak pandemi virus Covid-19. Pemerintah juga

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



memiliki program 100.000 UMKM *Go Online* secara serentak di 30 kota/kabupaten di Indonesia. Perhatian pemerintah untuk meningkatkan UMKM khusus di bidang makanan menjadi peluang bagi *Lee Siang Bakkwa* untuk dalam meningkatkan penjualannya secara *online*.

2. Ekonomi (*Economics*)

Dalam jangka pendek kondisi ekonomi menurun akibat pandemi Covid-19 akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha dendeng ini. Namun memperhatikan kecenderungan masyarakat mengkonsumsi daging babi setelah pandemi menunjukkan peluang bisnis yang besar bagi usaha *Lee Siang Bakkwa*.

3. Sosial (*Social*)

Permintaan konsumsi daging di Indonesia rata-rata meningkat setiap tahunnya namun kenaikan permintaan daging bukan untuk daging babi melainkan untuk daging ayam dan daging sapi. Hal tersebut dikarenakan mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Muslim yang tidak boleh mengkonsumsi daging babi. Hal tersebut merupakan ancaman bagi *Lee Siang Bakkwa*.

4. Teknologi (*Technology*)

Teknologi yang digunakan oleh *Lee Siang Bakkwa* terdapat dua jenis teknologi yaitu teknologi produksi dan teknologi penjualan. *Lee Siang Bakkwa* dapat beradaptasi dengan adanya perkembangan dalam teknologi produksi dan teknologi penjualan, hal tersebut dapat dijadikan peluang untuk *Lee Siang Bakkwa*.

5. Lingkungan (*Environment*)

Proses produksi *Lee Siang Bakkwa* menggunakan pembakaran dengan arang sehingga dapat merugikan masyarakat serta pencemaran lingkungan. Mitigasi yang dilakukan kedepannya adalah *Lee Siang Bakkwa* akan memperhatikan proses

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



produksi yang tidak menciptakan polusi. Hal tersebut menjadikan ancaman untuk

© *Lee Siang Bakkwa.*

6 Legalitas (*Legal*)

Pemerintah memberikan penurunan tariff PPh Final UMKM dari 1% menjadi 0,5% dengan berkurangnya rate tarif pph menjadi 0.5% akan meringankan biaya yang akan dikeluarkan sehingga hal tersebut akan membantu usaha *Lee Siang Bakkwa*. Selain itu, adanya peraturan larangan penggunaan plastik yang tercantum dalam Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 tentang kewajiban penggunaan kantong belanja ramah lingkungan.

Berdasarkan kedua hal di atas dari aspek legalitas penurunan pph menjadi peluang bagi *Lee Siang Bakkwa* namun peraturan pembatasan pengurangan plastic menjadi ancaman untuk *Lee Siang Bakkwa*.

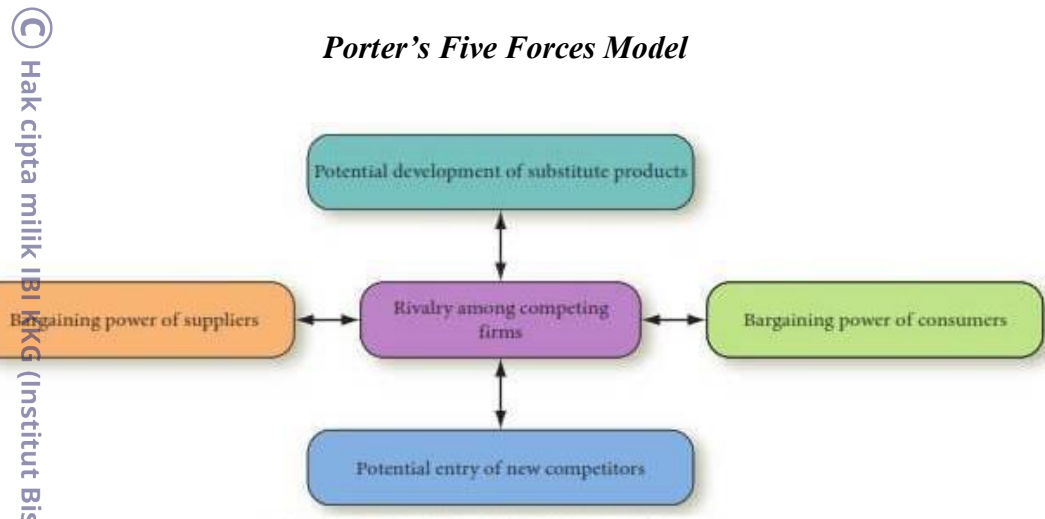
D. Analisis pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Cara untuk mengetahui bagaimana persaingan dan besaran permintaan pasar terhadap kesempatan bisnis yang akan berdiri, analisis pesaing industri adalah salah satu hal yang dapat dilakukan sebelum memulai suatu bisnis. Menurut David (2017:229) analisis *Porter's Five Forces Model* adalah analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Lima kekuatan yang mempengaruhi pesaing dalam industri menurut Porter dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Gambar 3.1

Porter's Five Forces Model



Sumber: David (2017:229), *Strategic Management*

1. Daya Tawar Pemasok

Pemasok bahan baku *Lee Siang Bakkwa* sangatlah banyak dan mudah ditemui sehingga daya tawar pemasok bahan baku *Lee Siang Bakkwa* tergolong rendah. Hal tersebut menjadi peluang untuk *Lee Siang Bakkwa*.

2. Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

Lee Siang Bakkwa memiliki potensi produk pengganti yaitu produk pengganti secara langsung dan produk pengganti tidak langsung. Produk pengganti secara langsung yaitu varian yang dimiliki oleh pesaing yaitu dendeng daging babi keju, dan adanya produk pengganti tidak langsung yaitu dendeng daging ayam dan dendeng daging sapi namun rasa dan aroma tidak akan sama dengan dendeng bakar daging babi.

Analisis diatas dapat disimpulkan bahwa produk pengganti secara langsung merupakan ancaman untuk *Lee Siang Bakkwa* namun untuk produk pengganti tidak langsung merupakan peluang bagi *Lee Siang Bakkwa*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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





3. Persaingan Antar Perusahaan

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI IKKG.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Kuliner dendeng bakar babi merupakan persaingan tidak sempurna yang masuk ke dalam pasar oligopoli dimana meski ada beberapa penjual dendeng bakar babi namun setiap penjual memiliki varian produk yang berbeda-beda. Varian yang dimiliki oleh *Lee Siang Bakkwa* adalah dendeng bakar manis gula, dendeng bakar manis madu, dendeng bakar pedas level 1, dendeng bakar level 2, dendeng bakar level 5, dan *bacon*. Hal ini menjadi peluang bagi *Lee Siang Bakkwa*.

4. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Pesaing baru merupakan ancaman yang harus diwaspadai oleh pesaing lama karena pesaing baru belum memiliki pelanggan setia tetapi dengan inovasi dan kreatifitas, pesaing baru dapat mengalahkan pebisnis yang sudah lama berdiri.

Mengetahui bahwa masuk ke industri kuliner yang penuh dengan persaingan dan hambatan ini, masih banyak pebisnis baru yang ingin mendirikan usaha dalam industri kuliner ini. Namun untuk membuat produk dendeng bakar *Lee Siang Bakkwa* termasuk sulit karena teknik produksinya cukup sulit dan membutuhkan keahlian khusus, sehingga hal tersebut merupakan peluang untuk produk *Lee Siang Bakkwa*.

5. Daya Tawar Konsumen atau Pembeli

Produk sejenis dendeng daging sudah banyak dipasaran seperti dendeng sapi dan dendeng ayam sehingga mudah untuk mendapatkan produk sejenis namun dari segi rasa dan tekstur akan berbeda dengan dendeng daging babi *Lee Siang Bakkwa*. Hal tersebut merupakan ancaman untuk *Lee Siang Bakkwa*.

E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrcix / CPM*)

Competitive Profile Matrix (CPM) adalah mengidentifikasi pesaing utama sebuah perusahaan serta kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahannya dalam hubungan dengan posisi strategis perusahaan sampel (Fred R. David (2016:111)).



Untuk membandingkan *Lee Siang Bakkwa* dengan pesaing maka ditetapkan faktor-faktor kunci keberhasilan suatu usaha dan dalam Tabel 3.4 merupakan beberapa faktor kunci yang mendukung keberhasilan suatu perusahaan dengan bobot yang diperoleh dari *customer responses*.

Tabel 3.4

Bobot *Competitive Profile Matrix*

Critical Success Factor	Responden	Perhitungan	Bobot
Harga	28	$(28:153) \times 100\%$	0,18
Kualitas Rasa	86	$(86:153) \times 100\%$	0,56
Kemasan	10	$(10:153) \times 100\%$	0,07
Ketepatan Pengiriman Barang	5	$(5:153) \times 100\%$	0,03
Tanggapan dari Penjual (Cara Pelayanan dan Keluhan)	10	$(10:153) \times 100\%$	0,07
Jasa Layanan Pemesanan Online	13	$(13:153) \times 100\%$	0,08
Jasa Layanan Pemesanan Offline	1	$(1:153) \times 100\%$	0,01
Total	153		1

Sumber: Hasil Kuesioner Penulis, 2020

Pada Tabel 3.4 memperlihatkan bahwa terdapat 153 responden dengan bobot tertinggi 0.56 dalam pemilihan kualitas rasa dan bobot terendah adalah 0.01 dalam pemilihan jasa layanan pemesanan *offline*. Di bawah ini merupakan tabel yang menjelaskan lebih jelas mengenai *Competitive Profile Matrix*, di mana *Lee Siang Bakkwa* dibandingkan dengan satu pesaing lainnya, sebagaimana dapat dilihat dari Tabel 3.5 berikut ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 3.5

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	Lee Siang Bakkwa		Bee Cheng Hiang		Fei Bakkwa	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Harga	0,18	0,72	4	0,55	3	0,36	2
Kualitas Rasa	0,56	2,24	4	1,68	3	1,68	3
Kemasan	0,07	0,14	2	0,28	4	0,14	2
Ketepatan Pengiriman Barang	0,03	0,09	3	0,03	1	0,09	3
Anggapan dari Penjual (Cara Pelayanan dan Keluhan)	0,07	0,21	3	0,21	3	0,21	3
Jasa Layanan Pemesanan Online	0,08	0,32	4	0,08	1	0,32	4
Jasa Layanan Pemesanan Offline	0,01	0,01	1	0,04	4	0,01	1
Total		3,73		2,87		2,81	

Sumber: *Lee Siang Bakkwa*

Berdasarkan Tabel 3.5 dapat dilihat bahwa nilai dari *Lee Siang Bakkwa* lebih unggul dibandingkan dengan 2 pesaing yaitu *Bee Cheng Hiang* dan *Fei Bakkwa*. Angka bobot yang tercantum dalam Tabel 3.5 diatas diperoleh dari hasil survey kuesioner terhadap 153 responden yang rentang usia 15 tahun sampai dengan 45 tahun keatas. Namun *Lee Siang Bakkwa* harus tetap berhati-hati dan terus meningkatkan strategi pemasaran agar meningkatkan penjualan dan tetap unggul daripada pesaingnya. Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda-beda.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapi perusahaan (Eddy Yunus (2016:83)).

Lingkungan eksternal perusahaan terdapat dua faktor, yaitu kesempatan dan ancaman (*Opportunity and Threat*). Kesempatan adalah tantangan perusahaan untuk mencapai target penjualan secara untung. Perusahaan mampu melihat berbagai peluang untuk menjadi kesempatan menjual produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Sedangkan ancaman adalah suatu tantangan yang tidak menguntungkan perusahaan sehingga dapat membuat keuntungan perusahaan menurun.

Lingkungan internal perusahaan terdapat dua faktor, yaitu kekuatan dan kelemahan (*Strengths and Weakness*). Kekuatan adalah suatu cara menarik atau berbeda yang dimiliki oleh perusahaan untuk bersaing dengan pesaing lainnya. Sedangkan kelemahan adalah suatu tantangan secara internal yang mampu diambil sebagai suatu keuntungan oleh pesaing lain.

Berikut analisis SWOT *Lee Siang Bakkwa* :

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Lee Siang Bakkwa* memberikan harga yang lebih murah dibanding pesaing.
- Produk *Lee Siang Bakkwa* memiliki cita rasa yang khas dan aroma produk tidak berbau.
- Melakukan pengiriman yang selalu tepat sesuai dengan keinginan pelanggan.
- Memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Merek yang belum dikenal oleh masyarakat luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



- b. Tidak memiliki banyak varian produk.
- c. Memiliki kemasan yang standart dan masih menggunakan plastik.
- d. Tidak memiliki toko secara *offline*.

3 *Opportunities* (Peluang)

- a. Perhatian pemerintah terhadap UMKM dengan adanya UMKM Go Online membuat masyarakat menjadi ingin belanja secara online.
- b. Meningkatnya kecenderungan masyarakat mengkonsumsi daging babi.
- c. *Lee Siang Bakkwa* dapat beradaptasi dengan adanya perkembangan teknologi produksi dan teknologi penjualan.
- d. Pengurangan tarif pph final UMKM menjadi 0.5%

4 *Threats* (Ancaman)

- a. Menurunnya kondisi ekonomi masyarakat dikarenakan adanya pandemi covid-19.
- b. Mayoritas masyarakat Indonesia beragama muslim yang tidak diperbolehkan untuk mengkonsumsi dendeng daging babi.
- c. Adanya pencemaran lingkungan yang diciptakan *Lee Siang Bakkwa* akibat proses produksi.
- d. Larangan penggunaan plastik dari pemerintah.

Pengertian *SWOT Matrix* menurut Forest dan David (2016:177), adalah Alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis: strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan analisis WT (*weakness-threats*).

Berikut adalah *SWOT Matrix Lee Siang Bakkwa* :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Tabel 3.6

SWOT Matrix Lee Siang Bakkwa

SWOT MATRIKS	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	SO	WO
Opportunities	1. Terus mempertahankan kualitas rasa terbaik dan memberikan harga yang terjangkau (S1, O3)	1. Bekerjasama dengan e-commerce ternama sehingga merek lebih cepat dikenal. (W1, O1)
	2. Bekerjasama dengan berbagai e-commerce serta jasa pengiriman yang terbaik. (S3, O1)	2. Membuat varian produk yang lebih beragam. (W2, O2)
	ST	WT
Threats	1. Melakukan promosi seperti memberikan diskon serta mempertahankan harga yang murah dibandingkan dengan pesaing. (S1, T1)	1. Membuat varian produk yang terbuat dari daging ayam atau sapi yang memiliki cita rasa mirip dengan dendeng daging babi sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. (W2, T,2)
	2. Menggunakan teknologi terbaru agar mengurangi pencemaran lingkungan. (S4, T3)	2. Merubah kemasan yang ramah lingkungan tanpa menggunakan plastik. (W3, T4)

Sumber: *Lee Siang Bakkwa*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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