

BAB III

ANALISA INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Sebelum seorang pengusaha memulai bisnisnya, pengusaha harus melakukan analisa terhadap industry yang akan dijalaninya. “We Fit” merupakan usaha yang bergerak dalam bidang produk (makanan) dan jasa (personal training). Pertumbuhan industry ini diprediksi akan melonjak setelah pandemi ini hingga 5%. Terutama industry makanan sehat. Karena, semenjak pandemi masyarakat semakin sadar untuk memiliki gaya hidup yang sehat. Begitupun dengan kegiatan olah raga yang sangat dianjurkan untuk seluruh masyarakat agar memiliki imunitas yang kuat. Memiliki pola hidup sehat tidak bisa hanya dari 1 sisi. Ada 3 sisi yang menopang gaya hidup sehat yaitu nutrisi, olah raga, dan istirahat yang cukup. “We Fit” akan memenuhi dari 2 aspek dasar yaitu olahraga dan nutrisi. Sehingga pelanggan pun cukup hanya melakukan bagian yang cukup mudah yaitu istirahat.

B. Analisis Pesaing Langsung

“We Fit” saat ini (july 2021) tidak memiliki pesaing langsung. Yang paling mendekati adalah tempat fitness yang bekerja sama dengan tempat makan sehat seperti GoldsGym dengan 6PACK. Namun, merekapun tidak mengatur secara personal clientnya. Melainkan clientnya yang mengatur dan belajar secara mandiri untuk pola latihan, anjuran nutrisi, dan asupan makanan. Karena tujuan awal kami hanya mempermudah/memberikan jalan terbaik agar semua orang sehat. Dengan tujuan dikemudian hari orang-orang yang sudah pernah menjadi client “We Fit” bisa bergerak secara mandiri atau bahkan membantu orang lain.





C. Analisis PESTEL

1. Political (Politik)

Aturan pemerintah dapat menjadi dampak untuk mempengaruhi pasar, beberapa kebijakan terkait kesehatan dan makan sehat akan sangat mempengaruhi industri bisnis ini. Terutama disaat pandemi seperti ini dari bisnis “We Fit” yang bisa membantu hanya di bidang cateringnya saja. Dikarenakan saat ini banyak tempat fitness yang ditutup. Hal ini menjadikan pertumbuhan usaha WeFit sedikit terhambat.

2. Economic (Ekonomi)

Di masa pandemi seperti ini dimana kondisi ekonomi semua orang sedang kritis. Hal yang dapat kami lakukan adalah membuat promo-promo menarik untuk cateringnya. Ini merupakan timing yang pas karena untuk perusahaan kami bisa bertumbuh disaat masa normal. Kami harus meningkatkan *awareness* masyarakat tentang produk kami. Karena untuk masyarakat dapat mengenal WeFit dalam kondisi apapun (pandemi atau tidak) kami pun harus menawarkan promo diawal.

3. Social (Sosial)

Budaya masyarakat saat ini sangat mengedepankan kesehatan. Karena semenjak pandemipun banyak orang yang tidak terkena virus tersebut. Sehingga meningkatkan imun tubuh adalah jalan terbaik. Harapannya setelah pandemic ini berakhir kesadaran orang akan kesehatan lebih meningkat lagi. Dan WeFit pun memiliki peluang usaha yang sangat besar karena kami membantu masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup yang sehat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



4. Technology (Teknologi)

Ⓒ Kemajuan teknologi akan sangat membantu pertumbuhan WeFit untuk menjangkau *client-client* dari luar kota. Sehingga apabila calon pelanggan masih memiliki paranoia akan virus covid-19 mereka akan merasa lebih aman. Teknik pengajaran pun lebih mudah karena saat ini semua orang sudah terbiasa dengan metode Zoom atau GoogleMeet. Sehingga semua proses dapat dilakukan melalui *smartphone* masing-masing *client* dan tim dari WeFit.

5. Environment (Lingkungan)

Faktor lingkungan sangat menjadi pertimbangan saat ini. WeFit pun akan berusaha semaksimal mungkin untuk menggunakan bahan-bahan yang bisa di daur ulang di *catering*. Kami pun tidak akan memberikan alat makan (yang berbahan dari kayu ataupun plastic) dengan tujuan menurunkan limbah-limbah yang ada saat ini. *Packaging* makanan pun dibuat dengan bahan yang dapat terurai dengan cepat. Sehingga lebih ramah untuk lingkungan. Untuk jasa *Personal Training* yang kami berikan pun akan sesuai dengan kondisi masyarakat yang saat ini yang semakin sadar akan kesehatannya.

6. Legal (legalitas)

“WeFit” dibuat sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku, WeFit dibuat dengan badan Hukum dalam bentuk UMKM dan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan tanda daftar Perusahaan (TDP). Di masa pandemi seperti ini untuk mendapatkan hal tersebut sangat dipermudah oleh pemerintah. Harapan kami pun usaha kami akan terbentuk seaman mungkin dibidang *catering* maupun dibidang *personal training*.

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.



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

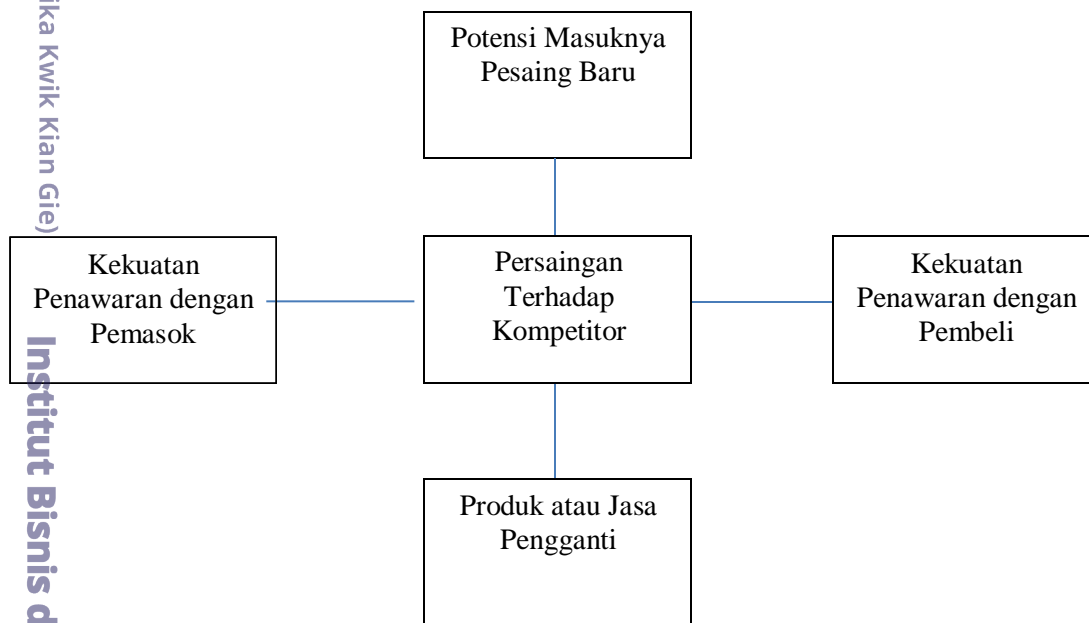
Business Model)

Menurut David dan David (2015:239) "Porter's Five-Forces Model of Competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries."

Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146) , hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat seperti gambar 3.1 berikut ini

Gambar 3. 1

Porter Five Forces Business Model



Sumber : We Fit

1. Persaingan antar perusahaan :

Perusahaan akan bersaing secara aktif dengan perusahaan lain untuk mencapai daya saing strategis dan laba yang tinggi. Dengan demikian persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan distimulasi pada saat satu atau lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



perusahaan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan pangsa pasar mereka.

C Karena perusahaan-perusahaan akan bergantung satu sama lain, tindakan satu perusahaan seringkali memicu reaksi dari perusahaan lain. Sehingga untuk menyasati persaingan ini WeFit akan memberikan pelayanan dan opsi program yang bervariasi sehingga pangsa pasarnya pun besar. Promo pun akan kami berikan agar terciptanya *awareness* kepada konsumen baru maupun konsumen lama, bahwa kita peduli dengan kesehatan mereka. Dan kami mau semua masyarakat sehat dengan membantu memberikan pengajaran kepada mereka. Sehingga pada saat tim WeFit sudah cukup besar dan memiliki banyak testimoni ekspansi perusahaan pun dapat dilakukan dengan mudah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Ancaman Pendetang Baru

Masih barunya ide bisnis ini ancaman pendatang baru cukup riskan. Karena banyak orang-orang yang lebih terkenal dibidang ini dengan pengalaman di satu bidangnya (*catering* ataupun *fitness*) lebih lama dibanding saya. Sehingga orang yang sudah memiliki nama dibidang ini bisa saja mengadopsi ide usaha WeFit dan diterapkan kepada bisnisnya.

3. Kekuatan Penawaran Pemasok

Pemasok sangatlah penting dalam bisnis ini. Dibidang *catering* terutama. Karena mencari pemasok dengan harga yang stabilpun tidaklah mudah. Sehingga kamipun harus sangat mengamati harga pasaran dan mempelajari secara detil cara penyimpanan stok bahan baku agar tidak banyak yang terbuang secara sia-sia.

4. Kekuatan Penawaran Konsumen

Memiliki konsumen yang banyak dan tetap merupakan impian semua bisnis. Harga yang akan kami tawarkan akan sangat opsional ditentukan oleh jangka waktu dan pilihan program yang dipilih. Kamipun menginginkan produk/jasa

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.



yang kami tawarkan bisa dinikmati oleh segala golongan. Karena, semua orang harus sehat. Aspek yang akan paling kami perhatikan adalah *volume* pelanggan. Walaupun kami memiliki limit dari jumlah *client* yang bisa di pegang oleh setiap PTnya namun angka tersebut merupakan angka yang sangat ideal untuk dicapai. Sehingga hubungan mutualisme antar *client* dan *PT* dapat terealisasi.

5. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti

Adanya produk dan jasa pengganti dari WeFit merupakan pertimbangan kami. Maka dari itu kamipun akan membuat lingkungan anggota tim dan client WeFit se-nyaman dan ideal mungkin. Agar terciptanya loyalitas tim dan konsumen. Sehingga pindahnya *client*/anggota tim dapat diminimalisir. WeFit pun berjanji untuk memberikan layanan yang terbaik untuk semua anggotanya.

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

Menurut David (2015:245), "*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weakness in relation to a sample firm's strategic position*". Yang artinya adalah CPM adalah alat manajemen strategis yang gunanya adalah membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industry karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 3. 1

Analisis Faktor CPM

<i>Competitive Profile WeFit</i>							
<i>Critical Success Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>WeFit</i>		<i>Gold's Gym</i>		<i>Hadi Kitchen</i>	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Pelayanan	0,3	4	1,2	4	1,2	3	0,9
Kualitas Produk	0,25	4	1	4	1	4	1
Harga	0,15	3	0,45	2	0,3	1	0,15
Promosi	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Lokasi Strategis	0,1	3	0,3	3	0,3	2	0,2
Merek	0,05	1	0,05	4	0,4	3	0,15
Total	1		3,6		3,8		3,0

Sumber : We Fit

Keterangan:

- Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
- Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu)
- Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu: 4=major strength, 3=minor strength, 2=minor weakness, 1=major weakness.
- Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai).

Berdasarkan tabel CPM diatas menunjukkan bahwa WeFit memperoleh total nilai tertimbang ditengah yaitu 3,6 dimana WeFit memiliki peluang yang besar untuk memasuki pasar. Namun, WeFit tetap harus fokus dalam memasarkan produknya agar

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

bisa menjangkau seluruh Indonesia, menjaga kualitas produk, dan memberikan pelayanan yang optimal sehingga para konsumen tetap memilih WeFit sebagai pembantu untuk memiliki pola hidup sehat.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Menurut David (2017:248), Analisis SWOT adalah analisis strategi dan pilihan untuk menentukan program alternatif yang terbaik yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya. Analisis lingkungan eksternal dibagi menjadi 2 yaitu peluang dan ancaman, perusahaan pintar dalam mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang mempengaruhi kemampuan menghasilkan laba. Perusahaan juga harus bisa melihat, menelusuri tren dan perkembangan serta semua peluang dan ancaman yang berhubungan dengan bisnisnya. Analisis lingkungan internal perusahaan dibagi menjadi 2 yaitu kekuatan dan kelemahan, setiap perusahaan harus mampu untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya sehingga perusahaan bisa mengeluarkan semua potensi terbaiknya dan dapat memperbaiki kelemahannya. Berikut adalah analisis SWOT pada WeFit:

1. Kekuatan :

- a. Pelayanan sangat diprioritaskan.
- b. Kualitas produk merupakan yang terbaik dipasaran
- c. Selalu mengadakan promo untuk semua member
- d. Harga yang terjangkau
- e. Lokasi yang strategis





2. Kelemahan :

- a. Brand masih baru. Belum memiliki awareness dari masyarakat.
- b. Mudah ditiru calon pesaing.

3. Peluang :

- a. Peningkatan minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat.
- b. Mudahnya menjangkau konsumen dari luar kota (bantuan gojek dan grab)
- c. Bahan baku banyak tersedia.

4. Ancaman :

- a. Pelanggan yang tidak loyal.
- b. Orang yang lebih terkenal di bidang “*fitness*” mengadopsi ide bisnis yang sama.
- c. Kenaikan harga bahan baku musiman (lebaran dan lain lain).

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. 2

Tabel Analisis Lingkungan Eksternal & Internal

SWOT MATRIKS	Strength	Weakness
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan sangat diprioritaskan. 2. Kualitas produk merupakan yang terbaik dipasaran 3. Lokasi yang strategis 4. Harga yang terjangkau 5. Memberikan promo menarik untuk semua member
Opportunities	Strength & Opportunities	Weakness & Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat 2. Mudah nya menjangkau konsumen dari luar kota (bantuan gojek dan grab) 3. Bahan baku banyak tersedia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan layanan terbaik untuk pelanggan baru maupun pelanggan lama (S1 & O1) 2. Terus mencari pemasok agar bisa mendapatkan harga termurah (S4 & O3) 3. Merotasi menu mingguan agar konsumen tidak bosan (S2 & O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anggota tim harus terus melakukan <i>research</i> terus menerus agar dapat informasi terbaru 2. Membangun reputasi diri dan brand agar dapat dipercaya (W1 & O1) 3. Terus melakukan networking dengan orang yang lebih berpengalaman
Threats	Strength & Threats	Weakness and Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan yang tidak loyal 2. Orang yang lebih terkenal di bidang "fitness" mengadopsi ide bisnis yang sama 3. Kenaikan harga bahan baku musiman (lebaran dan lain lain) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terus mengupdate ilmu setiap anggota tim (S1 & T2) 2. Meminta <i>feedback</i> dari semua <i>client</i> agar bisa menyocokkan dengan kemauan pasar (S1 & T1) 3. Giat melakukan promosi agar <i>brand awareness</i> meningkat (S5 & T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi market leader agar bisa menguasai pasar (W1 & T2) 2. Harus membuat SOP agar klien mendapatkan kepuasan dari produk kami 3. Menciptakan identitas sehingga mudah dikenali oleh masyarakat (W1 & T2)

Sumber : We Fit

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Berdasarkan definisi di atas menurut penulis SWOT adalah salah satu cara untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu usaha untuk di masa yang akan datang. Berikut ini adalah analisis strategi SWOT dari WeFit :

1. Strengths & Opportunities

- a. Memberikan layanan terbaik untuk pelanggan baru maupun pelanggan lama : Kami sangat menghargai loyalitas sehingga konsistensi dari setiap client pun akan menguntungkan kami dan juga klien tersebut.
- b. Terus mencari pemasok agar bisa mendapatkan harga termurah : Penulis memiliki banyak kenalan (*supplier*) bahan baku. Sehingga *profit margin* yang didapatkan bisa lebih lagi.
- c. Merotasi menu mingguan agar konsumen tidak bosan : Tim dapur kami akan selalu mencoba menu baru setiap bulannya. Sehingga klien tidak merasa jenuh dengan menu-menu yang kami berikan

2. Weaknesses & Opportunities

- a. Anggota tim harus terus melakukan *research* terus menerus agar dapat informasi terbaru : Tim *personal trainer* dan tim dapur harus selalu mencari informasi terbaru yang berhubungan dengan gaya hidup sehat
- b. Membangun reputasi diri dan brand agar dapat dipercaya : Owner dari WeFit harus mencari orang yang sangat kredibel dalam bidangnya agar bisnisnya dapat bersinergi. Sehingga kami dapat memberikan dampak positif terhadap klien.
- c. Terus melakukan networking dengan orang yang lebih berpengalaman : Tim kami harus selalu mengulik hal-hal yang bisa diterapkan langsung di bisnis WeFit sehingga peran *networking* dengan orang-orang yang sudah berpengalaman akan sangat membantu bisnis kami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Strength & Threats
 - a. Terus mengupdate ilmu setiap anggota tim : Karena di bidang kesehatan hamper setiap bulannya ada riset-riset terbaru. Sehingga anggota tim harus *up to date* dengan informasi terbaru
 - b. Meminta *feedback* dari semua *client* agar bisa menyocokkan dengan kemauan pasar : Karena kami sangat mengedepankan pelayanan. Kami mau menjadi yang terbaik sehingga keinginan klien akan kami sesuaikan.
 - c. Giat melakukan promosi agar *brand awareness* meningkat : Melakukan promosi melalui *endorsement*, *google ads*, dan *facebook ads* sehingga kami dapat memperluas jangkauan klien.
4. Weakness & Threats
 - a. Menjadi market leader agar bisa menguasai pasar : Tim harus memiliki sinergi yang kuat agar bisnis tidak mudah goyah. Karena model bisnis dari WeFit mudah ditiru walaupun kami sebagai pionir dalam menyatukan kedua bidang tersebut (*catering dan personal training*)
 - b. Harus membuat SOP agar klien mendapatkan kepuasan dari produk kami : Karena kami bergerak di 2 bidang sehingga anggota tim kamipun harus menyesuaikan

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.

standar di kedua bidang tersebut.

- c. Menciptakan identitas sehingga mudah dikenali oleh masyarakat :
memiliki

brand awareness yang besar sehingga mudah dikenali masyarakat luas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.