

BAB III

ANALISIS INDUSTRI PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Pengusaha sebelum menjalankan usaha perlu melakukan analisis industri agar dapat melakukan analisis permintaan pasar industri yang akan ditekuninya *Healthy Croffela* adalah produk bidang kuliner yang menghasilkan *Croffe* yang terbuat dari tepung porang kualitas tinggi dan menyehatkan. Pertumbuhan konsumsi tepung porang dan penyediaan tepung porang di Indonesia menurut data kementerian pertanian dapat dilihat gambar berikut:

Gambar 3.1

Ketersediaan Tepung Porang



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Saat ini luas eksisting porang mencapai 47.461 ha yang tersebar

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.





di 15 provinsi. Kementerian Pertanian memiliki target tanam porang pada 2021 seluas 10.000 ha tersebar di Provinsi Aceh 1.000 ha, Jawa Barat 1.000 ha, Jawa

20

Tengah 1.500 ha, Jawa Timur 3.000 ha, NTT 1.000 ha, NTB 500 ha dan Sulsel 2.000 ha. Pada 2024 luas eksisting porang ditargetkan menjadi 100.000 ha dan didukung industri hilir atau olahan dan pasarnya. Dari sisi distribusi, pasar dalam negeri yang ditargetkan adalah 10% dari total panen, sedangkan sisanya diekspor dalam bentuk *chips* kering atau produk turunan lainnya yang diperkirakan ada sekitar 21 jenis. Berdasarkan data Kemendag, ekspor porang Indonesia pada 2020 tercatat sebanyak 8.570 ton dengan total nilai USD19.645.620 atau tumbuh 23,35% (yoy) dengan Tiongkok sebagai tujuan ekspor terbesar yakni mencapai 13,28 juta ton.

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bawah ketersediaan tepung porang masih sangat besar ini disebabkan karena belum banyak industri kuliner yang menggunakan tepung porang sebagai bahan baku pokok dalam proses pengolahan produknya, sehingga ketersediaan bahan baku tepung porang, akan terus tersedia.

B. Analisis Pesaing

Setiap bisnis pasti memiliki pesaing yang tidak dapat dihindari maka dari itu data dan informasi dari pesaing sangat dibutuhkan agar

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



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.

21

Selama ini perusahaan yang memproduksi croffle memiliki pesaing yang potensial adalah *Monks Jakarta* yang berlokasi di Komplek Graha Boulevard Timur Summarecon Kelapa Gading Blok ND 1/51 Jakarta Utara dan *Sweet Savory Butter* di Jl, Pegangsaan Indah Barat Blok B No.81 Kelapa Gading Jakarta Utara. merupakan pesaing langsung dari *Healthy Croffela* dengan Jarak para pesaing dengan lokasi *Healthy Croffela* sekitar 2,7 – 3 km.. Industri makanan memiliki potensi besar untuk menghasilkan keuntungan yang besar. Persaingan ketat antara pendatang baru dan pendatang jangka panjang menunjukkan perlunya kondisi pasar yang besar dan kinerja bisnis yang baik. Berikut ini adalah nama-nama singkat pesaing utama *Healthy Croffela* yang beroperasi di industri sejenis, yaitu:

1. Nama Brand : *Monks Jakarta*

Alamat : Komplek Graha Boulevard Timur Summarecon Kelapa

Gading Blok ND1/51 Jakarta Utara

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



2. Nama Brand : *Sweet Savory Butter*

Alamat : Jl. Pegangsaan Indah Barat Blok B no. 81 Kelapa

Gading Jakarta Utara

Berdasarkan informasi pesaing utama, dapat membandingkan kelebihan dan kekurangan *Healthy Croffela* dengan pesaingnya dalam tabel

berikut: **Tabel 3.1**

Analisis Pesaing “Healthy Croffela”

Kriteria	Healthy Croffela	Monks Jakarta	Sweet Savory Butter
Merek	Tidak dikenal	Sudah dikenal	Sudah dikenal
Harga Makanan	Murah	Mahal	Mahal
Tempat	Sangat Strategis	Sangat strategis	Strategis
Cita Rasa	Enak	Relatif enak	Biasa saja
Kualitas Pelayanan	Sangat baik	Baik	Baik
Promosi	Sangat intentif	Relatif intensif	Relatif intensif

22

Kenyamanan	Nyaman	Relatif nyaman	Relaif nyaman
Parkir	Relatif luas	Relatif luas	Relatif luas
Jasa/Fasilitas	Bagus	Relatif bagus	Relatif bagus

Sumber : Observasi Penulis, 2022

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

Analisis PESTLE ini berfungsi untuk mengetahui gambaran

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



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 *Healthy Croffela*

1. Politik (*Politics*)

Regulasi pemerintah terhadap Unit Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dapat menolong usaha kecil seperti *Healthy Croffela*. Adanya perhatian pemerintah yaitu pemerintah menganggarkan dana sebesar Rp. 1.601,75 Triliun untuk mendorong UMKM yang terdampak pandemi virus Covid-19. Pemerintah juga 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 *Healthy Croffela* dalam meningkatkan penjualannya secara *online*.

2. Ekonomi (*Economics*)

Dalam jangka pendek kondisi ekonomi menurun akibat pandemi Covid 19 akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha Croffle ini. Namun memperhatikan kecenderungan masyarakat mengkonsumsi cemilan sehat setelah pandemi menunjukkan peluang bisnis yang besar bagi usaha *Healthy Croffela*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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. Sosial (*Social*)

Permintaan tepung porang di Indonesia rata-rata meningkat setiap tahunnya namun kenaikan permintaan bukan untuk tepung porang melainkan untuk tepung terigu dan tepung gandum. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha di Indonesia belum yang banyak mengetahui tentang keberadaan tepung porang. Hal tersebut merupakan keberuntungan bagi *Healthy Croffela*.

4. Teknologi (*Technology*)

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

5. Lingkungan (*Environment*)

Proses produksi *Healthy Croffela* menggunakan peralatan serba listrik sehingga tidak menimbulkan pencemaran lingkungan dan tidak merugikan masyarakat sekitar.. Hal tersebut menjadikan keuntungan untuk *Healthy Croffela*.

6. Legalitas (*Legal*)

Dalam menjalankan bisnis, *Healthy Croffela* menghasilkan dokumen bisnis berupa izin dan dokumen lainnya sesuai dengan peraturan pemerintah tentang pelayanan perizinan usaha terpadu elektronik No. 24 Tahun 2018, antara lain pembuatan NIB (nomor



induk usaha), IUMK (mikro dan surat izin usaha kecil), SPPL (Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), tergantung pada usaha yang dijalankan.

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 persaingan dalam industri menurut Porter dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut ini:

Gambar 3.2

Porter's Five Forces Model

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.



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

1. Daya Tawar Pemasok

Pemasok bahan baku *Healthy Croffela* sangatlah banyak dan mudah ditemui sehingga daya tawar pemasok bahan baku *Healthy Croffela* tergolong tinggi. Hal tersebut menjadi peluang untuk *Healthy Croffela*.

25

2. Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

Healthy Croffela memiliki potensi produk substitusi yaitu produk. Substitusi langsung dan substitusi tidak langsung. Produk substitusi langsung adalah varian yang dimiliki oleh pesaing yaitu *craffle* tepung gandum dan produk substitusi tidak langsung yaitu *craffle* tepung porang. Namun, rasa dan aromanya tidak akan sama dengan *craffle* yang menggunakan tepung porang. Analisis di atas dapat menarik kesimpulan bahwa produk pengganti langsung merupakan ancaman bagi *Healthy Croffela*, sedangkan produk pengganti tidak langsung merupakan peluang bagi *Healthy Croffela*

3. Persaingan Antar Perusahaan

Kuliner *craffle* merupakan persaingan tidak sempurna yang masuk ke dalam pasar oligopoli dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Hal ini menjadi peluang bagi *Healthy Croffela*.

Pesaing baru merupakan ancaman yang harus diwaspadai oleh





pemain 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 *craftle Healthy Croffela* termasuk sulit karena bahan baku yang digunakan berbeda dan membutuhkan keahlian khusus, sehingga hal tersebut merupakan peluang untuk produk *Healthy Croffela*.

5. Daya Tawar Konsumen atau Pembeli

Produk sejenis *craftle* sudah banyak dipasaran sehingga mudah untuk mendapatkan produk sejenis namun dengan penggunaan tepung berbeda yaitu

26

menggunakan tepung porang tetapi dari segi rasa dan tekstur akan berbeda dengan *craftle* yang diproduksi oleh pesaing. Hal tersebut merupakan tantangan untuk *Healthy Croffela*.

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 *Healthy Croffela* dengan pesaing maka ditetapkan faktor-faktor kunci keberhasilan suatu usaha dan dalam Tabel 3.3 merupakan beberapa faktor kunci yang mendukung keberhasilan suatu perusahaan dengan bobot yang diperoleh dari *customer responses*.

Tabel 3.3

Bobot Competitive Profile Matrix

Faktor Sukses	Jumlah Responder	Hasil Perhitungan	Terbobot
Kualitas Produk	18	$(18:70) \times 100\%$	0,26
Harga	16	$(16:70) \times 100\%$	0,23
Layanan	14	$(14:70) \times 100\%$	0,20
Tempat/Lokasi	9	$(9:70) \times 100\%$	0,13
Jasa/Fasilitas	6	$(6:70) \times 100\%$	0,09
Iklan/Promosi	4	$(4:70) \times 100\%$	0,06
Total	70		1

Sumber: Kuesioner yang dilakukan penulis, 2022

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa 70 responden memiliki bobot maksimal 0,26 saat memilih produk, dan minimal 0,06 saat memilih produk. Tabel di bawah ini menjelaskan matriks profil persaingan secara lebih jelas, yang membandingkan *Healthy Croffela* dengan dua



pesaing lainnya, seperti terlihat pada Tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3.4

Tabel Analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*)

Faktor keberhasilan	Bobot	Healthy Croffela		Monks Jakarta		Sweet Savory Butter	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
KualitasProduk	0.26	4	1,04	3	0,78	3	0,78
Harga	0.23	4	0,92	4	0,92	4	0,92
Layanan	0.2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
Tempat/Lokasi	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Fasilitas/jasa	0,13	2	0,18	3	0,27	3	0,27
Iklan/Promosi	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Total	1,00		3,12		3,11		3,11

Sumber: dari data yang diolah oleh penulis melalui kuisisioner

Penulis menyebarkan kuisisioner untuk mengetahui faktor-faktor terpenting yang menentukan keuntungan dari bisnis croffle,

1. Kualitas Produk (*Product*)

Kualitas produk mendapatkan bobot sebesar 0,26 dan 70 jawaban tentang kualitas produk diperoleh dari 18 responden. Penulis menilai *Healthy Croffela* 4 (empat) di sini karena setelah menyelidiki pesaing utama, ditemukan variasi produk yang dimiliki pesaing belum banyak,

dan kesempatan rencana penulis membuat lebih banyak perubahan produk.

2. Harga (*Price*)

Dari segi harga mempunyai bobot 0,23 dari 16 responden yang menjawab harga 70. Disini setelah penulis mengamati pesaing utama, penulis memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing utama, jadi saya memberikan 4 poin.

3. Pelayanan

Bobot pelayanan adalah 0,20, yang diperoleh dari 14 responden dari 70 tanggapan pelayanan. Penulis memberi *Healthy Croffela* 4 poin. Hal ini menjadi komitmen *Healthy Croffela* untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggannya

4. Lokasi

Bobot posisi ini adalah 0,13 didapat dari 9 responden. Hal ini dikarenakan lokasi ketiga usaha croffle tersebut berjauhan, sehingga memiliki target geografis yang berbeda dari segi lokasi, sehingga diberikan point 3.

5. Jasa/Fasilitas

Bobot fasilitas adalah 0,09 yang diperoleh dari 6 responden. Karena berdasarkan pengamatan penulis terhadap dua pesaing utama Monks Jakarta dan Sweet Savory Battered ini sudah memiliki fasilitas armada distribusi yang lengkap, sehingga untuk



fasilitas *Healthy Croffela* akan membutuhkan dana lebih kedepannya. Dan untuk ini diberikan point 2.

29

6. Iklan/Promosi

Bobot iklan/promosi adalah 0,06 yang didapat dari jawaban 4 responden. Karena akan promosi besar-besaran saat dibuka, tidak kalah dengan kompetitor utamanya, sehingga bisa bersaing dalam promosi. Maka diberikan point 3. Menurut pengamatan dan penilaian penulis, ditemukan bahwa *Healthy Croffela* memiliki skor total 3,12 di antara 70 responden.

Berdasarkan Tabel 3.4 terlihat bahwa nilai *Healthy Croffela* lebih baik dari dua pesaingnya yaitu *Monks Jakarta* dan *Sweet Savory Butter*.. Angka bobot pada Tabel 3.4 di atas didasarkan pada hasil survei kuesioner terhadap 70 responden berusia 18 hingga 55 tahun ke atas.

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.

30

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 *Healthy Croffela* :

1. *Strenghts* (Kekuatan)

- a. Harga *Healthy Croffela* lebih rendah dari kompetitor.
- b. Produk *Healthy Croffela* memiliki cita rasa yang lezat dan aroma khas dari tepung porang
- c. Tempat ini memiliki arti strategis, menawarkan pesanan online dengan pesanan minimum.



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. Memberikan layanan yang baik terhadap pembeli.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Merek yang belum dikenal.
- b. Varian produk belum banyak.
- c. Tidak memiliki kemasan standar dan masih menggunakan plastik.
- d. Belum memiliki cabang di tempat lain..

3. *Opportunities* (Peluang)

- a. Perhatian pemerintah terhadap usaha kecil, menengah dan mikro disebabkan oleh berbagai kebijakan pemerintah yang membuat masyarakat membeli produk lokal..
- b. Meningkatnya kecenderungan masyarakat mengkonsumsi craffle tepung porang sebagai makanan sehat.
- c. Dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi.
- d. Budaya masyarakat yang konsumtif dan suka ngemil.

31

4. *Threats* (Ancaman)

- a. Banyak persaingan
- b. Harga bahan baku yang tidak tetap.
- c. Menurunnya daya beli masyarakat, karena kenaikan harga.
- d. Panen yang gagal, bisa mengakibatkan tidak adanya pasokan bahan baku utama.

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 Healthy Croffela* :

Tabel 3.5

SWOT Matrix *Healthy Croffela*

SWOT MARIKS	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	SO	WO
<i>Opportunities</i>	1. Dengan tetap menjaga kualitas rasa terbaik dan memberikan harga yang terjangkau (S1, O3)	1. Melakukan promosi yang gencar melalui media social sehingga merek lebih cepat dikenal. (W1, O1)
	2. Bekerja sama dengan berbagai e-commerce, layanan pengiriman terbaik. (S3, O1)	2. Menciptakan varian produk yang lebih inovatif. (W2, O2)
	ST	WT

32

diskon pembelian dalam jumlah tertentu dan mempertahankan harga yang relative lebih murah di bandingkan dengan pesaing. (S1, T1)

produk terbuat dari jenis tepung gandum, rasanya hampir sama dengan penggunaan tepung porang, sehingga masih digemari oleh berbagai kalangan. (W2, T,2)

Threats

1. Melakukan promosi pemasaran dengan memberikan

1. Membuat varian

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

2. Menggunakan teknologi terbaru agar hasil croffle dengan tingkat kematangan merata (S4, T3)	2. Membuat kemasan yang ramah lingkungan baik box maupun plastic yang digunakan (W3, T4)
---	--

Sumber : *Healthy Croffela*, 2022

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

