

## 2.AUDIT INTERNAL

### 2.1 Profil Perusahaan

#### 2.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pabrik pengolahan daging bekicot ini mulai berdiri sejak tahun 1990 dengan nama CV Keong Mas Permai dan kini sudah berubah menjadi PT Keong Mas Permai sejak tahun 1996, yang didirikan oleh Bapak Tonny Sulistyono dimana usahanya dimulai dari seorang pengusaha Cina yang menanyakan apakah di Indonesia ada bekicot atau tidak. Dan mulai dari situlah beliau terinspirasi untuk mengolah bekicot dalam kemasan kaleng, dengan bermodalkan ketekunan dan keuletan usaha dari awal usaha ini dimulai akhirnya pabrik bekicot Ocean ini dapat bertahan sampai saat ini. Pada saat ini usaha yang dirintis oleh bapak Tonny Sulistyono sejak tahun 1990 sudah mendapatkan izin tetap usaha industri nomor 0358/kanwil.14/prog/AI/IZ.00.03/x/90 yang disahkan oleh Menteri perindustrian pada tanggal 7 juli 1990 yang beralamatkan di Jalan Raya Sukowati no 410 Bojonegoro-Jawa Timur

#### 2.1.2. Gambaran Produk/Jasa

Daging bekicot dalam kemasan kaleng Ocean ini terbuat dari daging bekicot asli yang memiliki tingkat kandungan gizi yang tinggi. Proses pengolahan daging bekicot ini memiliki dua tahap: *tahap awal*, memisahkan bekicot dari cangkang dan melakukan proses penggaraman yang bertujuan mengeluarkan kotoran dan lendir dari daging bekicot. Pada *tahap kedua*, mencuci dengan kapur sirih dengan tujuan mengenyalkan daging bekicot untuk memudahkan dalam pengirisan, dan direbus selama 20 menit dengan suhu 100°C dengan tujuan menghilangkan bakteri-bakteri yang ada. Setiap 100 daging bekicot mentah mengandung protein 57,08 gram, 3,34 gram lemak, 2,05 gram serat besar, 13,8 gram abu, 1,58 gram kalsium dan 1,48 gram fosfor.

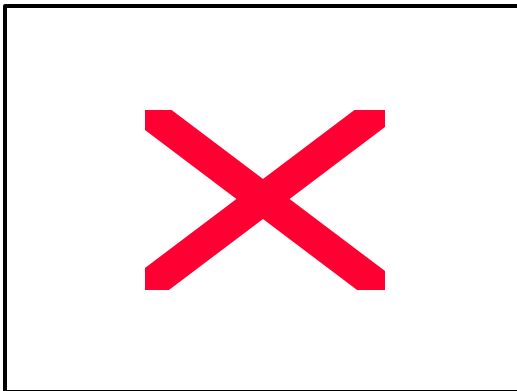
Daging Bekicot Ocean sendiri memiliki 3 ukuran kemasan dalam bentuk kaleng yaitu :

1. Kaleng yang berdiameter 10 cm dan tinggi 12 cm dengan berat 800 g daging bekicot
2. Kaleng yang berdiameter 8 cm dan tinggi 11 cm dengan berat 400 g daging bekicot
3. Kaleng yang berdiameter 8 cm dan tinggi 5.5 cm dengan berat 200 g daging bekicot

Sedangkan 5 jenis ukuran daging bekicot yaitu

1. King Snails dengan ukuran jumbo
2. Queens Snails dengan ukuran *extra* besar
3. Large Snails dengan ukuran besar
4. Medium Snails dengan ukuran sedang
5. Baby Snails dengan ukuran kecil

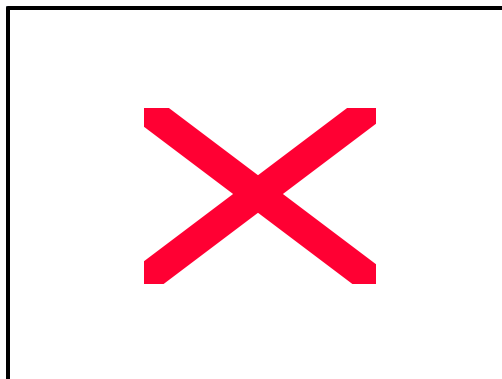
### Gambar produk



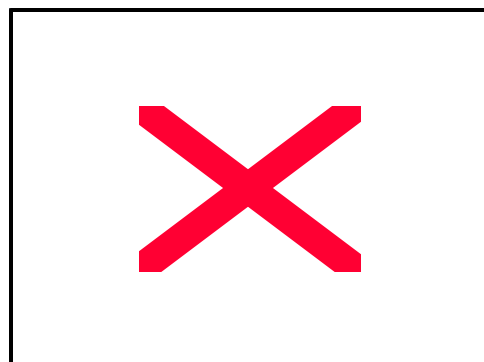
Gambar 2.1 Gambar Ocean King Snails



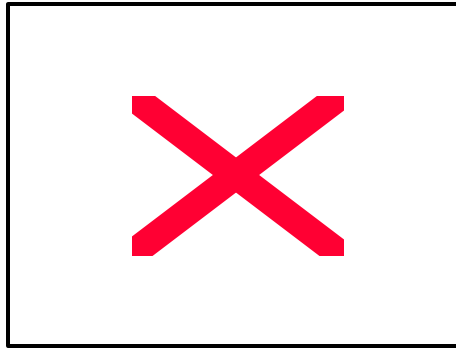
Gambar 2.2 Gambar Ocean Queens Snails



Gambar 2.3 Gambar Ocean Large Snails



Gambar 2.4 Gambar Ocean Medium Snails



Gambar 2.5 Gambar Ocean Baby Snails



Gambar 2.6 Gambar Bravo Supermarket di Bojonegoro  
( salah satu tempat pemasaran daging bekicot Ocean)

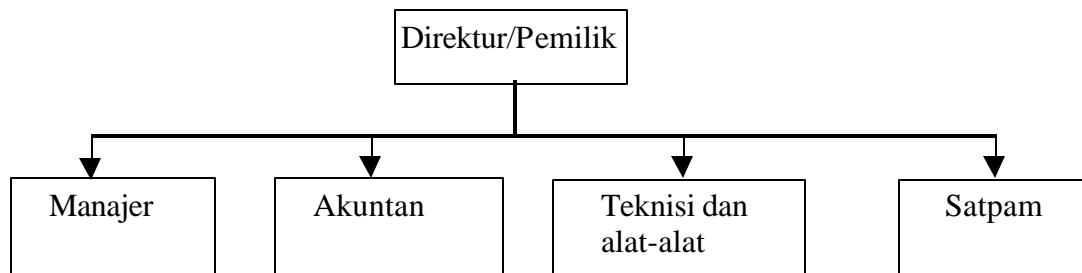
Daging bekicot Ocean dalam kemasan kaleng 800 g dijual di pasaran dengan harga Rp 17.500, sedangkan yang berukuran 400 g dijual di pasaran dengan harga Rp 10.850,- dan yang berukuran 200 g harganya Rp 6.500,-

Tabel 2.1 Perbandingan Harga

Jenis produk	Berat	Harga
Kornet	200 g	Rp10.125,-
	400g	Rp14.100,-
Tuna	200g	Rp. 7.225,-
Maling	400 g	Rp. 11.050,-

Daging sapi	200 g	Rp 10.500,-
-------------	-------	-------------

### 2.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.7 Skema Organisasi Perusahaan

#### Keterangan :

- Direktur/ pemilik : pemilik yang mengelola merek sehingga pemilik yang berkuasa untuk merubah merek maupun merancang ulang desain kemasan selain itu direktur juga memantau kinerja manajer dan akuntan.
- Manajer: melakukan pengecekan barang-barang produksi dan memasarkannya
- Akuntan : mengurus bagian administrasi, mengaji karyawan
- Teknisi dan alat-alat : memperbaiki mesin-mesin yang ada di perusahaan
- Satpam : menjaga keamanan perusahaan

## 2.2 Misi, Visi, dan Tujuan Perusahaan

### 2.2.1. Visi Perusahaan

Pemilik merek Ocean mengharapkan bahwa diwaktu-waktu mendatang, daging bekicot merek Ocean ini dapat lebih dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia sebagai makanan yang mengandung gizi tinggi untuk dikonsumsi masyarakat Indonesia serta laku di pasaran.

### 2.2.2. Misi Perusahaan

Saat ini Ocean sedang mempersiapkan untuk meningkatkan kapasitas produksinya dimana saat ini kapasitas produksinya hanya sekitar 360 ton per tahun, menjadi 400 ton per tahunnya. Sehingga produknya dapat dibeli dan tersebar di seluruh Indonesia, maka dari itu jalur-jalur pendistribusian yang ada akan bertambah pula.

### 2.2.3. Tujuan Perusahaan

Diharapkan dengan meningkatnya kapasitas produksi bekicot maka dapat meningkatkan tingkat penjualan dari yang sebelumnya, dan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan

## **2.3 Analisa Nama Merek**

### 2.3.1. Sejarah Merek

Pada awalnya pemilik berpikir tentang bagaimana cara meyebarkan produk secara luas agar masyarakat mengenalnya. Maka dari itu setelah melalui proses diskusi yang panjang dan berbagai alternatif nama yang ada maka nama Ocean yang akhirnya dipilih.

### 2.3.2. Arti Nama Merek

Pemilik menggunakan nama Ocean dengan asumsi bahwa Ocean memiliki arti laut yang mana lautan itu luas dan tanpa batas. Sehingga pemilik berpendapat untuk memperoleh pelanggan yang banyak dan luas seperti lautan "Ocean". Pemilik juga berharap bahwa merek Ocean akan mudah untuk diingat dan melekat di benak konsumen sehingga konsumen akan mengkonsumsinya.

Menurut penulis, pemilihan nama produk cukup baik, karena nama Ocean yang dipilih mudah untuk dibaca dan diingat karena hanya satu kata. Dan hal ini akan memudahkan pihak produsen untuk mengkomunikasikan nama merek Ocean kepada masyarakat

## **2.4 Strategi merek perusahaan**

### 2.4.1 Strategi Manajemen Merek

#### a. Organisasi Perusahaan

Dalam segi organisasi perusahaan pemilik sebagai direktur utama bertugas mengelola merek Ocean dan merubah desain kemasan

#### b. Pelayanan Konsumen

Pelayanan konsumen, pihak produsen yang dalam hal ini PT Keong Mas Permai bersedia untuk melayani kebutuhan maupun keluhan-keluhan konsumen secara langsung melalui kunjungan ke pabrik, dimana hal ini sesuai dengan motto kerja seluruh karyawan PT Keong Mas Permai. Yaitu memberikan yang terbaik bagi konsumen, dan kepuasan pelanggan adalah tujuan kami. Tetapi pelayanan terhadap konsumen ini tidak dapat terus dilakukan, karena ketika daging bekicot merek Ocean sudah mulai dikenal luas oleh masyarakat, hal ini akan menyulitkan pihak produsen, apabila setiap kali ada konsumen datang secara langsung ke pabrik. Menurut penulis perlu ditambahkan layanan *customer service* yang dicantumkan pada kemasan kaleng. Sehingga pelayanan terhadap konsumen akan lebih efektif dan langsung dapat dilayani dengan baik.

#### c. Anggaran

PT Keong Mas Permai sendiri sampai saat ini mempunyai anggaran tetap sebesar Rp. 500.000,- per bulan untuk mengiklankan produk mereka. Saat ini daging bekicot merek Ocean diiklankan di Yellow Pages di internet. Menurut penulis anggaran yang disediakan oleh pihak produsen dan pemilihan media kurang mengena sasaran pasar yang ingin dituju, karena tidak semua masyarakat Indonesia sering mengakses internet. Dalam hal ini penulis mengusulkan agar pihak produsen menambah anggaran untuk beriklan di media cetak seperti majalah-majalah, tabloid, koran, serta brosur-brosur mengenai workshop yang akan diadakan untuk mengedukasi pasar. Melalui promosi media yang ada saat ini diharapkan akan membantu meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap merek Ocean di waktu yang akan datang.

#### d. Kebijakan

Untuk kebijakan, saat ini perusahaan menerapkan suatu kebijakan kepada seluruh para karyawan dimana perusahaan sudah memberikan seragam untuk para karyawan, misalnya saja topi, sepatu dan sarung tangan untuk kehygienisan dalam proses pengolahan produk. Namun pakaian yang diberikan sudah tidak layak pakai dan warnanya pun sudah pudar. Menurut penulis sudah cukup baik untuk menciptakan suatu suasana kerja yang baik dan secara tidak langsung seluruh karyawan mempromosikan merek Ocean melalui seragam yang mereka pakai dan karyawan terlihat kompak. Tetapi alangkah baiknya apabila baju tersebut diganti.



Gambar 2.8 Gambar atribut karyawan

e. Kontinuitas

Sampai saat ini, perusahaan tetap fokus dalam mengembangkan daging bekicot merek Ocean secara berkesinambungan, yaitu dengan tetap menjaga mutu atau kualitas produk, karena merek Ocean ini merupakan satu-satunya merek andalan PT Keong Mas Permai. Menurut penulis hal ini sudah dilakukan dengan baik oleh pihak produsen sehingga pada akhirnya antara merek dan kualitas produk tetap terjamin.

f. Standar Merek

Tidak ada, karena pemilik tidak pernah melakukan media promosi selain *Yellow Pages*

g. Edukasi Merek

Sedangkan untuk edukasi merek Ocean sendiri selama ini kurang dijalankan, dalam arti bahwa perusahaan tidak gencar mengkomunikasikan keunggulan produk merek Ocean ke masyarakat di media cetak, menurut penulis edukasi

merek Ocean harus lebih diperluas lagi, karena sebetulnya daging bekicot baik untuk kesehatan dan memiliki kandungan gizi yang tinggi. Sedangkan masyarakat Indonesia pada umumnya berasumsi bahwa daging bekicot haram, tidak bergizi dan menjijikkan karena tidak tahu bagaimana cara mengolahnya. Maka dari itu seharusnya pihak perusahaan bisa memanfaatkan peluang ini untuk mengedukasikan kelebihan produk mereka kepada konsumen.

#### 2.4.2 Strategi Positioning Merek

Untuk *positioning* merek, selama ini daging bekicot merek “Ocean” menggunakan strategi *positioning* berdasarkan manfaatnya, yaitu dengan menekankan pada keuntungan yang didapat oleh konsumen dalam mengkonsumsi daging bekicot Ocean. Dimana selama ini Ocean dikenal sebagai daging bekicot yang dapat diproses menjadi makanan sesuai selera konsumen dengan adanya berbagai variasi kategori produk yang ada, yaitu King Snails, Queen Snails, Large Snails, Medium Snails, dan Baby Snails.

#### 2.4.3 Struktur Merek (*Brand Architecture*)

PT Keong Mas Permai hanya memiliki satu merek yang diproduksi oleh perusahaan. Sehingga perusahaan menggunakan *system mono-platform brands* dalam struktur merek mereka. maka dari itulah PT Keong Mas berfokus pada bekicot saja.

#### 2.4.4 Kepribadian Merek (*Brand Personality*)

- a. Nama merek : daging bekicot “Ocean”



Gambar 2.9 Gambar merek Ocean

- b. Logo

Gambar ombak dipilih karena sesuai dengan merek yang ada yaitu



Gambar 2.10 Gambar Logo Ocean

- c. Slogan

Daging bekicot merek Ocean tidak mempunyai slogan. Menurut penulis slogan suatu merek itu mutlak perlu ada, karena dengan adanya slogan akan membantu konsumen untuk mengingat produk maupun merek produk tersebut. Apalagi pada saat ini belum banyak produk bekicot di pasaran. Dengan pemilihan slogan yang menarik tentunya konsumen dapat mengetahui tentang keberadaan bekicot dalam kemasan kaleng serta dapat meningkatkan *awareness* konsumen

d. Style

Bentuk logo sudah baik dan *modern*, sebab pada tahun 1996 perkembangan desain sudah baik dan pesat jadi bentuk logo terkesan modern.

e. Character

*Cool* dan bersih, dengan pemilihan biru dan putih yang mendominasi untuk nama merek “Ocean” yang melambangkan warna biru seperti lautan dan warna putih yang melambangkan kejernihan.

f. Packaging

Bentuk kemasan untuk daging bekicot merek Ocean menurut penulis sudah standar yaitu dalam bentuk kaleng.

- Warna hitam : King Snails ( jumbo )
- Warna hijau tua : Queen Snails ( extra besar )
- Warna orange : Large Snails ( besar )
- Warna merah : Medium Snails ( sedang )
- Warna kuning : Baby Snails ( kecil )

g. Advertising

Daging bekicot merek Ocean hanya diiklankan di Yellow Page internet saja.

h. Promotional Material


Tidak ada, karena pemilik merasa apabila menambahkan *promotional material* maka hal ini akan menambah biaya yang diperlukan untuk memproduksi daging bekicot, dalam hal ini penulis mengusulkan agar pihak produsen tetap bisa menambahkan *promotional material*

terhadap produknya, sehingga diharapkan dengan adanya *promotional material* yang diberikan secara cuma-cuma pada konsumen, maka dapat meningkatkan daya beli konsumen.

i. Promotion

Selama ini pemilik hanya melakukan promosi di Yellow Pages jadi penulis mengusulkan agar pihak produsen melakukan promosi yang lebih gencar karena selama ini daging bekicot kurang dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga diharapkan dengan seringnya promosi merek Ocean dapat dikenal dan penjualannya dapat meningkat oleh karena adanya daya beli konsumen yang tinggi.

j. Publicity : tidak ada

Kesimpulan : Daging bekicot kaleng merek Ocean memiliki karakter warna seperti laut yang bergelombang dan jernih, pada logo.  . pada setiap label jenis produk memiliki warna yang berbeda yaitu warna hitam, hijau tua, oranye, merah, kuning. Pada *advertising* kurang mempromosikan hanya terbatas pada Yellow Pages saja.

#### 2.4.5 Strategi Komunikasi Merek

Dari segi internal, setiap karyawan baru yang akan masuk selalu diberi pelatihan dahulu selama kurang lebih 2 bulan, mengenai produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan dan cara pengolahan daging bekicot, sehingga karyawan mengerti benar tentang kelebihan dan keunggulan setiap produk, sehingga ada kesamaan pengertian di kalangan seluruh karyawan tentang setiap produk yang diproduksi.

Secara eksternal, selama ini perusahaan sudah jarang untuk mengkomunikasikan merek mereka kepada masyarakat, strategi pengkomunikasian merek kepada eksternal hanya sebatas Yellow Pages yang ada di internet.


#### 2.4.6 Audit Visual Merek

Dari segi warna, Ocean memiliki 5 macam warna dasar yang cukup konsisten pada setiap ukuran.

- Untuk Ocean King Snails, warna hitam sebagai warna dasar, yang mana warna hitam memiliki arti elegan dan misterius. Sehingga warna hitam ini akan mengundang minat konsumen untuk tertarik melihatnya.. Selain itu, tulisan **KING SNAILS** yang berwarna magenta, digunakan supaya konsumen mudah membacanya, bentuk typography nya adalah Algeria. Menurut penulis bentuk typography ini menandakan ketegasan, sedangkan warna hitam pada dasar label sesuai dengan persepsi “King” atau bekicot yang paling tua
- Untuk Ocean Queen Snails, warna hijau tua sebagai warna dasar yang mana artinya segar, sehat dan natural. Sehingga warna hijau ini akan mengundang minat konsumen untuk mencoba.Sedangkan tulisan **QUEEN SNAILS** senada dengan warna tulisan Ocean, yaitu biru dan putih. Bentuk typography nya adalah Stencil. Menurut penulis bentuk typography ini menandakan kelembutan. Sedangkan warna hijau tua sebagai dasar label sudah sesuai dengan nama Queen yang berarti wanita cinta lingkungan
- Untuk Ocean Large Snails, warna orange sebagai warna dasar yang memiliki arti mengundang atau membangkitkan selera makan. Sedangkan tulisan **Large Snails** ditulis berwarna hitam supaya mudah dilihat konsumen. Bentuk typography nya adalah acanthusssi. Menurut penulis bentuk typography ini menandakan kejantanan. Sedangkan, warna oranye sebagai dasar label sudah tepat karena menandakan kaum remaja pria *sporty* yang identik dibawah Queen
- Untuk Ocean Medium Snails, warna merah sebagai warna dasar yang memiliki arti meningkatkan semangat dan gairah untuk mencoba atau membeli produk tersebut. Sedangkan untuk warna hitam pada tulisan **Medium Snails**

berfungsi sebagai daya pikat, agar konsumen tertarik untuk mencoba produk. Bentuk typography nya adalah arial black. Menurut penulis bentuk typography ini menandakan remaja yang lembut sedangkan warna merah pada label ini sudah tepat karena menandakan kaum remaja perempuan yang berani

- Untuk Ocean Baby Snails, warna kuning sebagai warna dasar yang memiliki arti ceria dan cerah/mencolok sehingga menarik minat konsumen untuk ingin membeli dan melihat produk tersebut,. Sedangkan warna merah pada tulisan **BABY SNAILS** untuk mempermudah konsumen melihatnya. Bentuk typography nya adalah baby kruffy. Menurut penulis bentuk typography ini menandakan kekanak-kanakan.sedangkan warna kuning sesuai dengan karakter baby yaitu kanak-kanak yang ceria.

Secara keseluruhan, produk daging bekicot merek Ocean ini menggunakan warna biru dan putih untuk tulisan “Ocean” dan warna biru putih ini konsisten di semua jenis produk dan berarti *cool* dan bersih. Dan untuk bentuk logo, pada Ocean tetap konsisten dengan bentuknya, sedangkan bentuk typography, tulisan  selalu menggunakan Mistral, menandakan air yang mengalir.



Gambar 2.11 Gambar label kemasan Ocean yang lama

## 2.5 Analisa SWOT

### Strength (kekuatan)

- Saat ini daging bekicot merek Ocean sudah memiliki pelanggan setia yaitu masyarakat Bojonegoro yang selalu mengkonsumsi daging bekicot merek Ocean
- Memiliki pasar luar negeri yang kuat
- Memiliki mesin untuk mengembangkan lini produk yaitu mengolah cangkang untuk menjadi makanan ternak
- Daging bekicot merek Ocean terbuat dari daging bekicot segar, tanpa campuran dan telah teruji secara klinis
- Sudah memiliki pengalaman dan nama baik yang lama, sejak tahun 1990 dalam memproduksi daging bekicot

### Weakness (kelemahan)

- Kurangnya promosi di Indonesia
- Kurang luasnya jalur pendistribusian yang ada di Indonesia ( hanya di distribusikan di Bojonegoro )
- *Brand* Ocean kurang terkenal karena hanya memproduksi satu saja yaitu daging bekicot
- Kurangnya informasi pada label mengenai cara pengolahan daging bekicot.
- Manajemennya masih *family* sehingga dalam mengambil keputusan tidak objektif karena didominasi oleh direktur

### Opportunity (kesempatan)

- Daging bekicot merupakan makanan yang bergizi karena mengandung protein yang tinggi, seperti terlihat di tabel 2.11 bahwa bekicot mempunyai kandungan protein terbesar dibandingkan ikan - ikan, keong dan amphibi.
- Di Indonesia tingkat populasi bekicotnya tinggi.
- Para petani bekicot dapat membuat peternakan bekicot yang lebih banyak lagi untuk meningkatkan populasi bekicot menjadi lebih tinggi

- Selain mengolah bekicot dalam kemasan kaleng, bekicot dapat juga diolah menjadi tepung yang harganya lebih murah dari kemasan kaleng
- Dari cangkang bekicot yang ditumbuk halus dapat pula diolah dan dicampur dengan dedak sebagai pakan ternak.

TABEL 2.2 Kandungan protein beberapa jenis ikan, keong dan amphihi  
(gram/100 gram bahan kering)

NO	Jenis	Protein, gram
1	Bader/tawas	13.00
2	Bandeng	20.00
3	Bawal	19.00
4	Belut	14.00
5	Gabus	25.20
6	Ikan Mas	16.00
7	Kakap	20.00
8	Kembung	22.00
9	Keong	12.00
10	Kepiting	13.80
11	Kerang	8.00
12	Kodok	16.40
13	Kura-kura	19.10
14	Bekicot	59.27

Sumber : Pitojo, S (1986, p. 45)

#### Threat (ancaman)

- Selama ini masyarakat masih berpikir bahwa daging bekicot adalah haram.
- Masyarakat Indonesia berpikir bahwa bekicot itu makanan yang menjijikan

- Masyarakat Indonesia belum tahu gizi yang terkandung pada daging bekicot
- Adanya pesaing yang memiliki nama yang lebih kuat yaitu Wong Coco.
- Perkembangbiakan yang tidak gencar oleh petani bekicot akan mengakibatkan punahnya bekicot

Tabel 2.3 Analisa SWOT

ANALISA SWOT	Strenght	Weakness
	<p>1.Saat ini daging bekicot merek Ocean sudah memiliki pelanggan setia yaitu masyarakat Bojonegoro yang selalu mengkonsumsi daging bekicot merek Ocean</p> <p>2.Memiliki pasar luar negeri yang kuat</p> <p>3.Memiliki mesin untuk mengembangkan lini produk yaitu mengolah cangkang untuk menjadi makanan ternak</p> <p>4.Daging bekicot merek Ocean terbuat dari daging bekicot segar, tanpa campuran dan telah teruji secara klinis</p> <p>5.Sudah memiliki pengalaman dan nama baik yang lama, sejak tahun 1990 dalam memproduksi daging bekicot</p>	<p>1.Kurangnya promosi di Indonesia</p> <p>2.Kurang luasnya jalur pendistribusian yang ada di Indonesia ( hanya di distribusikan di Bojonegoro )</p> <p>3.Brand Ocean kurang terkenal karena hanya memproduksi satu saja yaitu daging bekicot</p> <p>4.Kurangnya informasi pada label mengenai cara pengolahan daging bekicot.</p> <p>5.Manajemennya masih <i>family</i> sehingga dalam mengambil keputusan tidak objektif karena didominasi oleh direktur.</p>
Opportunity	S-O	W-O
<p>1.Daging bekicot merupakan makanan yang bergizi karena mengandung protein yang tinggi, seperti terlihat di tabel 2.11 bahwa bekicot mempunyai kandungan protein terbesar dibandingkan ikan -ikan, keong dan amphibi</p> <p>2.Di Indonesia tingkat populasi bekicotnya tinggi.</p> <p>3.Para petani bekicot dapat membuat peternakan bekicot yang lebih banyak lagi untuk meningkatkan populasi bekicot tinggi</p> <p>4.Selain mengolah bekicot dalam kemasan kaleng, bekicot dapat juga diolah menjadi tepung yang harganya lebih murah dari kemasan kaleng</p> <p>5.Dari cangkang bekicot yang ditumbuk halus dapat pula diolah dan dicampur dengan dedak sebagai pakan ternak.</p>	<p>1.Meningkatkan kapasitas produk daging bekicot (S5, O2)</p> <p>2.Menambah kapasitas produksi bekicot dari luar atau petani lain untuk di olah cangkangnya sebagai makanan ternak (S3, O3,O5)</p> <p>3. Memperluas lini produk yaitu mengolah daging bekicot menjadi tepung untuk menambah jumlah konsumen dari daging bekicot (S1, O4)</p>	<p>1. memperkenalkan keunggulan daging bekicot tentang protein yang terkandung di dalamnya ( W1,O1)</p> <p>2. Memperluas jalur pendistribusian makanan kaleng bekicot, tepung, dan cangkang yang sudah diolah pakan ternak diseluruh wilayah Indonesia (W2, O4, O5)</p>
Threat	S-T	W-T
<p>1.Selama ini masyarakat masih berpikir bahwa daging bekicot adalah haram.</p> <p>2.Masyarakat Indonesia berpikir bahwa bekicot itu makanan yang menjijikan</p> <p>3.Masyarakat Indonesia belum tahu gizi yang terkandung pada daging bekicot</p> <p>4.Adanya pesaing yang memiliki nama yang lebih kuat yaitu Wong Coco.</p> <p>5.Perkembangbiakan yang tidak gencar oleh petani bekicot akan mengakibatkan punahnya bekicot</p>	<p>1. Me-repositioning ulang brand Ocean sebagai produk yang higienis, segar dan bersih untuk dikonsumsi(S4,T2)</p> <p>2. Berangkat dari adanya pengalaman dan nama baik, berusaha untuk mempertahankan konsumen yang loyal, agar tidak kalah dengan pesaingnya (S1,S5,T4)</p>	<p>1. mempublikasikan keunggulan daging bekicot sebagai makanan yang hala dan bergizi tinggi (W1,T1,T3)</p> <p>2. Memperjelas informasi pada tabel gambar halal untuk diperbesar (w4,T1)</p> <p>3. Berusaha untuk mengembangkan lini produk dari Ocean agar namanya lebih dikenal di Indonesia dan bisa setara dengan Wong Coco.(W3,T4)</p>

