



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Strategi *Product Development* Berdasarkan Hasil
Analisis Lingkungan Internal Bisnis, Hasil Analisis
Lingkungan Eksternal Bisnis, dan Hasil Analisis QSPM
pada Critoe Coffee

Skripsi

Oleh

Salmaa Anjani Nabilah Krisnawati

2017320138

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Strategi *Product Development* Berdasarkan Hasil
Analisis Lingkungan Internal Bisnis, Hasil Analisis
Lingkungan Eksternal Bisnis, dan Hasil Analisis QSPM
pada Critoe Coffee

Skripsi

Oleh

Salmaa Anjani Nabilah Krisnawati

2017320138

Pembimbing

Angela Caroline, S.AB., M.M

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Salmaa Anjani Nabilah Krisnawati
Nomor Pokok : 2017320138
Judul : Strategi *Product Development* Berdasarkan Hasil Analisis Lingkungan Internal Bisnis, Hasil Analisis Lingkungan Eksternal Bisnis, dan Hasil Analisis QSPM pada Critoe Coffee

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 14 Juli 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Sekretaris

Angela Caroline, S.AB., M.M

Anggota

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Salmaa Anjani Nabilah Krisnawati
NPM : 2017320138
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Strategi *Product Development* Berdasarkan Hasil Analisis Hasil Analisis Lingkungan Internal Bisnis, Hasil Analisis Lingkungan Eksternal Bisnis, dan Hasil Analisis QSPM pada Critoe Coffee

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 26 Juni 2021

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique identification number 'REE2AJX014757998' is printed at the bottom of the stamp.

Salmaa Anjani Nabilah Krisnawati

ABSTRAK

Nama : Salmaa Anjani Nabilah Krisnawati

NPM : 2017320138

Judul : Strategi *Product Development* Berdasarkan Hasil Analisis Lingkungan Internal Bisnis, Hasil Analisis Lingkungan Eksternal Bisnis, dan Hasil Analisis QSPM pada Critoe Coffee

Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang sering dikonsumsi masyarakat Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya kedai kopi yang berdiri akhir-akhir ini. Kota Bandung memiliki 1.100 kedai kopi pada tahun 2018. Pada tahun 2020, kenaikan persentase kedai kopi tersebut mencapai 15%. Banyaknya jumlah kedai kopi ini meningkatkan persaingan bagi kedai kopi salah satunya Critoe Coffee. Sejak awal berdiri, Critoe Coffee tidak mengalami peningkatan profit yang merupakan masalah utama yang dihadapi perusahaan.

Dengan adanya fenomena tersebut, peneliti melakukan analisa tentang strategi yang digunakan Critoe Coffee saat ini dan merekomendasikan strategi yang cocok untuk digunakan di masa yang akan datang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, dan observasi. Lalu data tersebut diolah menggunakan SWOT matrix, EFE (External Factor Evaluation) matrix, IFE (Internal Factor Evaluation), I-E (Internal-External) matrix, dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

Berdasarkan hasil analisa I-E (Internal-External) Critoe Coffee berada pada kuadran IV yang menunjukkan posisi *growth and build* dan memiliki tiga alternatif strategi di antaranya: *product development*, *market development* dan, *market penetration*. Setelah dianalisis menggunakan QSPM, *product development strategy* memiliki total skor yang paling besar di antara ketiga strategi tersebut, yaitu sebesar 5,75, sehingga strategi tersebut paling sesuai untuk Critoe Coffee agar dapat bertahan di industrinya.

Kata kunci : *Coffee shop*, SWOT matrix, QSPM

ABSTRACT

Name : Salmaa Anjani Nabilah Krisnawati

NPM : 2017320138

*Title : Product development Strategy in Critoe Coffee Using Key Internal Forces,
Key External Forces and QSPM analysis.*

Coffee is one of the most consumed beverages by Indonesian, this is shown by the number of emerging coffee shops lately. Bandung has 1.100 coffee shops in 2018. In 2020, the increasing percentage of the coffee shop has reached 15%. The increasing number of the coffee shop is also aligned with the growth of competition such as for Critoe Coffee. Since the opening, Critoe Coffee doesn't experience any increasing profit which is the main problem for the company.

With this phenomenon, the researcher will be conducting an analysis of strategy by using Critoe Coffee right now and recommending strategy that will be useful in the future. This study using qualitative methods. The data were collected by interview, questionnaires, and observation. The data were then analyzed using SWOT matrix, EFE (External Factor Evaluation) matrix, IFE (Internal Factor Evaluation), I-E (Internal-External) matrix, and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

The result of the analysis stated that Critoe Coffee's position is in quadrant IV which shows the growth and build position and has three alternative strategies such as product development, market development dan, market penetration. After analyzing using QSPM, product development strategy which has the highest score among these three strategies is 5.75. Thus, this strategy is the most suitable one for Critoe Coffee to survive in the industry.

Keyword: Coffee shop, SWOT matrix, QSPM

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “Strategi *Product development* Berdasarkan Hasil Analisis Lingkungan Internal Bisnis, Lingkungan Eksternal Bisnis, dan QSPM Pada Critoe Coffee” dapat selesai. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Ketika melakukan penelitian ini, tidak terlepas dari dukungan, doa, bantuan, saran, maupun dorongan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung hingga penelitian dapat selesai. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kelancaran, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ayah dan ibu saya yang hingga saat ini tidak berhenti dalam mendoakan, memberikan dukungan moriil maupun materiil, dan memberikan kasih sayang kepada saya.
3. Ibu Angela Caroline, S.AB, M.M yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan memberikan ilmu dan informasi kepada saya hingga skripsi ini selesai.

4. *Owner* Critoe Coffee, yang telah memberikan izin, bantuan, waktu dan data kepada saya untuk meneliti Critoe Coffee.
5. Mario P. Satrianto, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses pengerjaan skripsi
6. Regina Bernadette yang telah memberikan saran, bantuan, dukungan, mendengarkan keluh kesah saya, dan menghibur saya selama perkuliahan hingga saat ini.
7. Veronika Bella Triyanti S. yang telah memberikan saran, bantuan, dan dukungan kepada saya selama perkuliahan hingga saat ini.
8. Hafizatunnisa yang yang telah memberikan informasi seputar perkuliahan dan skripsi, saran, bantuan, dan dukungan kepada saya selama perkuliahan hingga saat ini.
9. Teman – teman yang telah menghibur, mendengarkan keluh kesah saya, memberikan dukungan dan bantuan kepada saya di semester ini.
10. Diri saya sendiri, yang telah bersabar, berjuang dan tidak mudah menyerah dalam menjalani perkuliahan sejak awal hingga penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi penelitian selanjutnya dan pihak – pihak terkait.

Bandung, 28 Juni 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Identifikasi masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	9
2.1. Teori dan konsep yang relevan.....	9
2.1.1. Strategi	9
2.1.2. Analisis lingkungan internal	11
2.1.3. Analisis lingkungan eksternal	14
2.1.4. Analisis SWOT dan SWOT matriks	15
2.1.5. IFE matriks.....	16

2.1.6.	EFE matriks	16
2.1.7.	I-E matriks	16
2.1.8.	QSPM (Quantitative Strategic Planing Matrix).....	17
2.1.9.	Kerangka pemikiran.....	18
2.2.	Metodologi	18
2.2.1.	Metode	18
2.2.2.	Instrumen penelitian.....	19
2.2.3.	Proses pengumpulan data.....	19
BAB III HASIL DAN TEMUAN.....		22
3.1	Hasil.....	22
3.1.1	Visi misi saat ini.....	23
3.1.2	Aspek Internal	23
3.1.3	Aspek Eksternal	37
3.2	Pembahasan hasil	49
3.2.1.	Hasil analisis internal.....	49
3.2.2.	Hasil analisis eksternal.....	52
3.2.3.	Matriks SWOT	54
3.2.4.	Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix	57
3.2.5.	External Factor Evaluation (EFE) Matrix.....	58
3.2.6.	IE Matrix.....	59

3.2.7. QSPM.....	59
3.3 Temuan.....	61
3.3.1. Temuan hasil analisis SWOT matrix	62
3.3.2. Temuan hasil IFE matrix	65
3.3.3. Temuan hasil EFE matriks.....	65
3.3.1. Usulan visi misi & stp.....	65
3.3.2. Temuan hasil IE matriks	68
3.3.3. Temuan hasil QSPM.....	68
BAB IV KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI	69
4.1. Kesimpulan.....	69
4.2. Rekomendasi	73
4.3. Implikasi	77
4.3.1. Implikasi penerapan strategi <i>product development</i>	77
4.3.2. Batasan dan penelitian selanjutnya	94
4.3.1. Temuan	95
DAFTAR PUSTAKA	97
Lampiran A	106
Lampiran B.....	110
Lampiran C.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data konsumsi kopi di Indonesia tahun 2016-2021	1
Gambar 1.2 Business Challenge Bundle	6
Gambar 1.3 Grafik penjualan kotor selama tujuh bulan.....	7
Gambar 3.1 Struktur organisasi perusahaan	29
Gambar 3.2 Es Kosu Javanese	32
Gambar 3.3 Mango	32
Gambar 3.4 Ice Americano	33
Gambar 3.5 Choco-banana	33
Gambar 3.6 Critoe Coffee pada aplikasi grab	34
Gambar 3.7 Tiktok Critoe Coffee	34
Gambar 3.8 Critoe Coffee pada aplikasi Gojek	35
Gambar 3.9 Instagram Critoe Coffee	35
Gambar 3.10 Harga menu Critoe Coffee.....	36
Gambar 3.11 Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan Menurut Kabupaten/Kota (rupiah), 2018 dan 2019.....	38
Gambar 3.12 laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung	39
Gambar 3.13 Data pengguna sosial media pada tahun 2019.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah café dan coffee shop di berbagai kota dan kabupaten di Jawa Barat dan Provinsi Jawa Barat tahun 2016 – 2019	3
Tabel 1.2 Pesaing di sekitar Jalan Gandapura dalam radius 200 meter hingga 400 meter.....	4
Tabel 2.1 Kerangka pemikiran.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

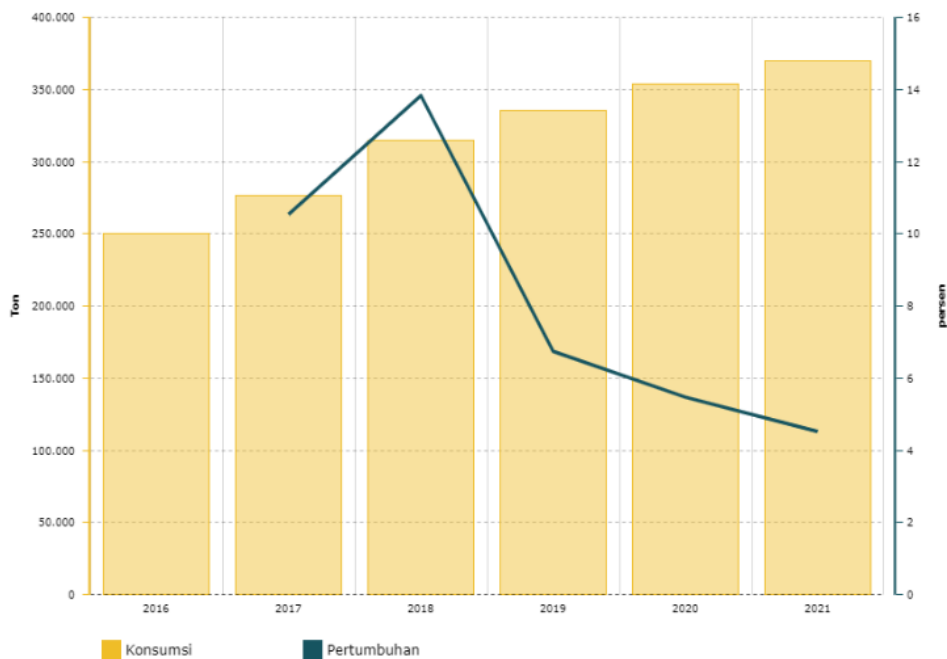
Lampiran A.....	106
Lampiran B.....	110
Lampiran C.....	119

BAB I

LATAR BELAKANG MASALAH

1.1 Latar belakang masalah

Terdapat banyak sekali jenis minuman yang terdapat di Indonesia. Berbagai rasa yang ditawarkan, seperti manis, asam, pahit, maupun segar terdapat dalam sebuah minuman. Bukan hanya rasa yang beranekaragam saja yang ditawarkan, tetapi, jenis minuman juga beranekaragam. Banyak sekali jenis minuman yang ada di Indonesia, seperti *boba*, *greentea*, *redvelvet*, coklat hangat, susu, jus, kopi, teh, soda dan lain lain. Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia. Mulai dari remaja hingga orang yang usianya telah lanjut, perempuan maupun laki – laki gemar mengonsumsi kopi. Pada diagram batang di bawah ini terlihat jumlah konsumsi kopi di Indonesia.



Gambar 1.1 Data konsumsi kopi di Indonesia tahun 2016-2021

Sumber: Kata Data (Ekarina, 2021)

Pada diagram tersebut terlihat perkembangan jumlah konsumsi kopi setiap tahunnya meningkat. Pada tahun 2016, jumlah konsumsi kopi di Indonesia sebesar 250.000 ton. Lalu, ditahun 2017 konsumsi kopi tersebut mengalami kenaikan menjadi 275.000 ton. Selanjutnya pada tahun 2018 terjadi lagi kenaikan dari 275.000 ton menjadi 315.000 ton. Pada tahun 2019, kembali terjadi kenaikan pada konsumsi kopi di Indonesia, yang naik menjadi 353.000 ton. Pada tahun 2021, diprediksikan jumlah konsumsi kopi di Indonesia akan mencapai 369.000 ton. Maka dari itu, apabila dilihat dari tahun 2016 hingga 2021, terjadi peningkatan terus – menerus.

Dengan meningkatnya jumlah konsumsi kopi di Indonesia, memberikan sebuah peluang bagi pelaku bisnis untuk membuka *coffee shop*. Selama beberapa tahun, jumlah *coffee shop* sudah semakin mengalami peningkatan di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (Subdirektorat Statistik Pariwisata, 2020), selama tahun 2018 tercatat 11.001 *coffee shop* dan *café* di Indonesia.

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	2016	2017	2018	2019
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kabupaten/ Regency				
Bogor	233	336	336	419
Sukabumi	72	72	72	64
Ganjur	218	218	235	235
Bandung	507	507	507	233
Garut	214	214	349	160
Tasikmalaya	25	25	30	32

Giamis	118	52	52	52
Kuningan	64	64	133	...
Grebon	23	23	250	243
Majalengka	67	67	88	81
Sumedang	116	116	116	104
Indramayu	34	34	202	40
Subang	159	159	174	185
Purwakarta	102	102	356	117
Karawang	214	555	260	397
Bekasi	90	90	228	200
Bandung Barat	135	135	146	102
Pangandaran	124	124	124	203
Kota/ Municipality				
Bogor	181	181	198	198
Sukabumi	74	74	74	...
Bandung	742	742	1011	911
Grebon	143	147	290	147
Bekasi	235	235	252	2129
Depok	351	351	351	...
Gimahi	95	95	95	97
Tasikmalaya	132	132	132	150
Banjar	52	45	45	...
Jawa Barat	4 520	4 895	6106	...

Tabel 1.1 Jumlah café dan coffee shop di berbagai kota dan kabupaten di Jawa Barat dan Provinsi Jawa Barat tahun 2016 – 2019

Sumber: (BPS Provinsi Jawa Barat, 2020)

Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang memberikan jumlah *coffee shop* dan *café* di Indonesia yang cukup banyak, dari peningkatan *coffee shop* yang terjadi di Indonesia. Pada tahun 2016 dan 2017 jumlah kedai tersebut berjumlah 4.520 hingga 4.895 kedai saja. Lalu, pada tahun 2018, terjadi peningkatan kedai yang berjumlah sebanyak 6.106 kedai. Maka, dapat dikatakan dengan jumlah yang meningkat setiap tahunnya, industri *coffee shop* memiliki peluang yang cukup besar.

Berdasarkan jumlah statistik tersebut, dari berbagai macam kota yang memiliki *coffee shop* di Provinsi Jawa barat, Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan tingkat pertumbuhan *café* dan *coffee shop* terbesar di Jawa Barat. Pada jumlah statistik tersebut, jumlah *café* dan *coffee shop* di Kota Bandung adalah 1.011

kedai di tahun 2018. Jumlah *café* dan *coffee shop* tersebut merupakan jumlah yang sangat tinggi bila dibandingkan dengan kota – kota lainnya pada jumlah statistik tersebut. Hal tersebut didukung dengan data baru pada tahun 2020, di mana terdapat kenaikan persentase pada jumlah kedai kopi yang ada di Indonesia sebanyak 15%.

No	Nama <i>café/ coffee shop</i>
1.	Toko kopi djawa
2.	Hagia terra
3.	Thelepasn coffee
4.	Contou coffee
5.	Contrast coffee
6.	Daily routine expresso bar
7.	Smith coffee
8.	Inite kopi kemuning
9.	Poffstory coffee
10.	Setangkai kopi
11.	Shot me in the head
12.	Kopi pudak
13.	Dua coffee
14.	Kopi cempaka
15.	Upnormal coffee roaster
16.	Roempi coffee and eatery
17.	Kopi Mandja
18.	Secangkir Kopi

Tabel 1.2 Pesaing di sekitar Jalan Gandapura dalam radius 200 meter hingga 400 meter

Sumber: google maps tahun 2021

Critoe Coffee merupakan salah satu dari banyak *coffee shop* di Kota Bandung. Critoe Coffee merupakan *coffee shop* yang bertempat di Jalan Gandapura. Jalan Gandapura merupakan jalan yang strategis dan terdapat banyak perkantoran. Selain terdapat banyak banyak perkantoran, terdapat juga banyak sekali *café* dan *coffee*

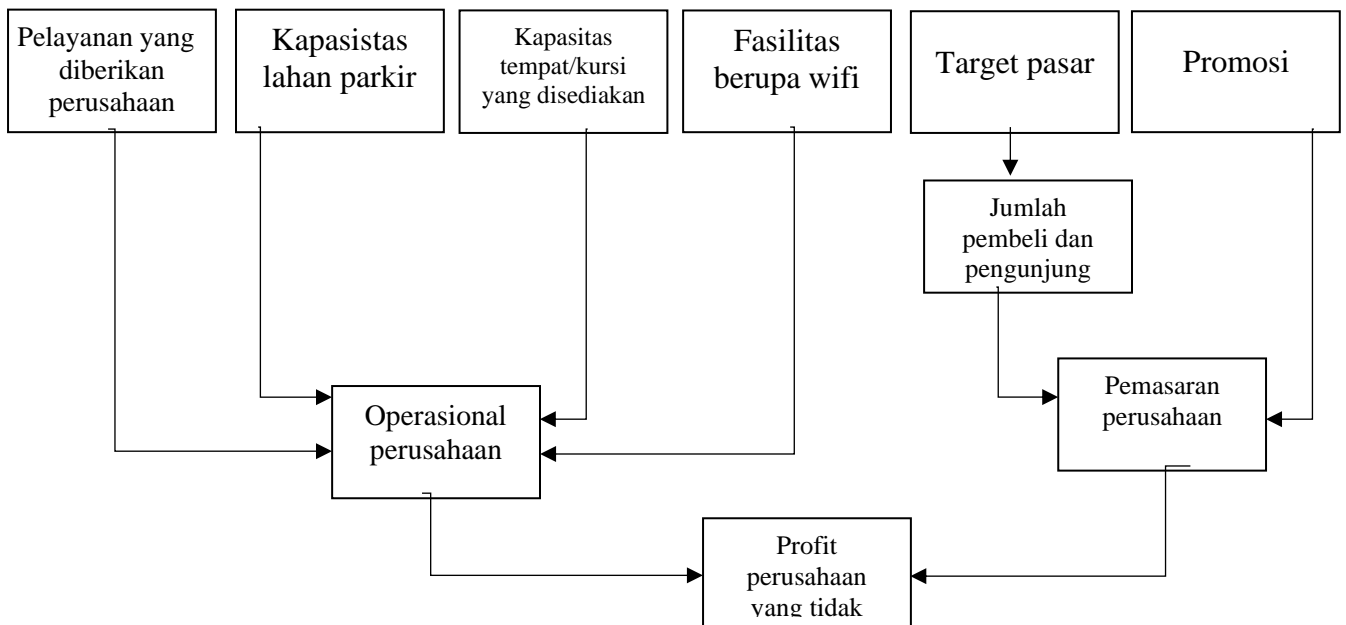
shop. Dengan banyaknya pesaing yang terdapat di Jalan Gandapura, membuat tingkat persaingan yang terjadi semakin tinggi.

Critoe Coffee perlu memiliki beberapa keunggulan yang dapat ditonjolkan dan memiliki strategi bersaing yang tepat, agar mampu bersaing dalam persaingan tersebut. Menurut Santos-Vijandea et al. (2012) strategi bersaing adalah strategi yang mempertimbangkan sumber daya yang tersedia, kemampuan perusahaan, dan juga menetapkan langkah - langkah yang diperlukan agar sesuai dengan kondisi pasar. Ketika sebuah strategi bersaing direncanakan dan disusun, strategi bersaing tidak bisa dibuat dengan sembarangan. Penyusunan, perencanaan, dan pemilihan strategi tersebut, harus melalui sebuah analisa terlebih dahulu. Analisa tersebut dapat berupa analisis eksternal maupun internal dalam suatu perusahaan.

Dengan adanya beberapa fenomena yang telah disebutkan, peneliti tertarik untuk meneliti keunggulan yang dapat ditonjolkan dan strategi yang dilakukan Critoe Coffee dalam bersaing dan bertahan di industri *coffee shop*, mengingat Critoe Coffee merupakan pendatang baru di industri *coffee shop*. Hal tersebut dilakukan agar Critoe Coffee dapat bersaing dan bertahan di industri *coffee shop*.

1.2 Identifikasi masalah

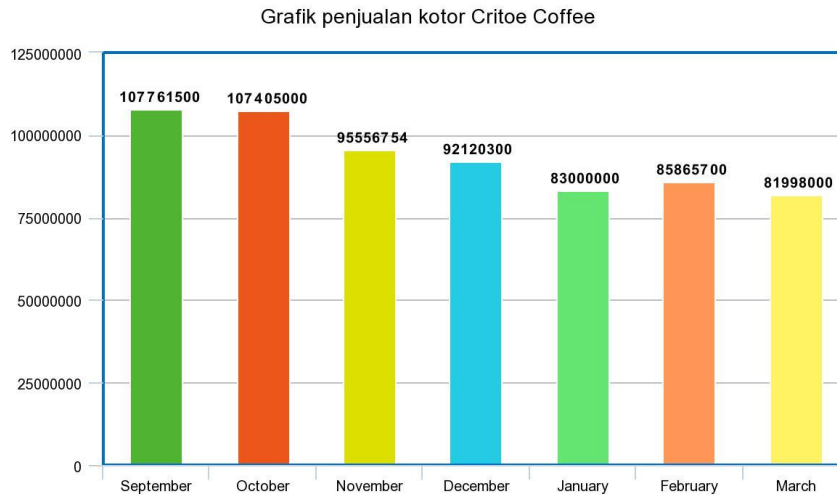
Critoe Coffee merupakan sebuah *coffee shop* yang tergolong masih baru di Kota Bandung yang baru saja berdiri pada bulan Juli tahun 2020. Dengan baru berdirinya Critoe Coffee sebagai *coffee shop*, membuat Critoe Coffee memiliki permasalahan yang harus dihadapi.



Gambar 1.2 Business Challenge Bundle

Sumber: hasil olah data peneliti

Ketika mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Critoe Coffee, peneliti menggunakan metode *business challenge bundle*. Dengan *business challenge bundle* tersebut, ditemukan sebuah permasalahan utama yang dihadapi oleh Critoe Coffee.



Gambar 1.3 Grafik penjualan kotor selama tujuh bulan

Sumber: data Critoe Coffee

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Critoe Coffee, yaitu profit yang tidak naik. Ketika meningkatkan profit perusahaan, perusahaan terlebih dahulu perlu memerhatikan dan meningkatkan dua aspek dalam perusahaan. Kedua aspek dalam perusahaan tersebut, yaitu operasional dan pemasaran. Terdapat berbagai faktor yang harus diperhatikan di dalam kedua aspek tersebut, agar kedua aspek tersebut meningkat.

Pada aspek operasional, perusahaan perlu memerhatikan beberapa faktor yang dapat meningkatkan aspek tersebut. Faktor tersebut di antaranya: pelayanan pegawai terhadap pengunjung atau pembeli, meningkatkan kapasitas lahan parkir yang terdapat pada perusahaan, memperluas kapasitas tempat atau kursi yang disediakan, dan mengecek fasilitas yang dimiliki perusahaan mumpuni atau tidak bagi pengunjung atau pembeli.

Selain aspek operasional, perusahaan juga harus memerhatikan aspek lainnya, yaitu aspek pemasaran perusahaan. Perusahaan harus memerhatikan faktor faktor

yang dapat meningkatkan pemasaran perusahaan, yaitu promosi dan target pasar. Dengan promosi dan target pasar yang tepat, akan meningkatkan jumlah pengunjung atau pembeli yang datang dan memesan produk.

Dengan adanya berbagai permasalahan yang terdapat pada Critoe Coffee, membuat peneliti tertarik untuk meneliti Critoe Coffee. Maka, berikut adalah rumusan masalah yang digunakan untuk melakukan penelitian Critoe Coffee:

1. Strategi apa yang telah digunakan oleh Critoe Coffee pada saat ini?
2. Strategi apa yang dapat digunakan oleh Critoe Coffee agar tetap bertahan dan mengembangkan usahanya?

1.3 Tujuan penelitian

1. Mengetahui strategi yang digunakan oleh Critoe Coffee saat ini.
2. Mengetahui strategi yang digunakan Critoe Coffee untuk masa yang akan datang.

