



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Peminat anjing yang meningkat membuat semakin banyak orang tertarik untuk bisnis peternakan anjing. Ada lebih dari 800 ras anjing di seluruh dunia, namun ras *Golden Retriever* memiliki populasi yang cukup banyak di Indonesia. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi peternak anjing untuk mengembangbiakkan anjing ras *Golden Retriever*. Selain itu memelihara anjing ras *Golden Retriever* cukup mudah. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah peserta dog show.

Tabel 3.1
Jumlah Peserta Lomba Anjing Jakarta

Tahun	2013	2014	2015
Jumlah Peserta	350	400	500

Sumber: survey lapangan

Selain itu, pertumbuhan industri dapat dilihat dari pernyataan beberapa pemilik peternakan. Berikut kutipannya:

- Menurut Jani Lauw (2009), “Karena kelebihan-kelebihannya itulah, saya membiakkan *Golden Retriever*,” kata Jani Lauw, *breeder* di bawah bendera *Golden Castle Kennel* sekaligus pemilik 30 *Golden Retriever*. Selain itu, anjing jenis ini sangat gampang dipelihara, karena mereka tidak banyak makan. “Semudah memelihara anjing kampunglah,” lanjut pria yang membiakkan anjing-anjing ini di kawasan Puri Indah, Jakarta Barat ini. Anjing ini juga tidak mempunyai penyakit keturunan. “Kemungkinan hidup anak-anak yang dilahirkan mencapai 99%,” imbuhnya. Oleh karena itu, tidak heran bila populasinya kini menempati peringkat pertama di Indonesia.”

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

Hak Cipta Didudungi 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 IBKKG.

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



berdampak pada kualitas anjing yang akan dijual karena anjing perlu dikawinkan dengan anjing impor untuk menjaga gen keturunannya tetap memiliki kualitas yang baik.

2. *Economic* (Ekonomi)

Faktor ekonomi yang dihadapi bisnis memiliki dampak langsung pada profitabilitas mereka, sehingga sangat penting ketika Anda menganalisis PESTEL. Faktor – faktor ini termasuk tingkat inflasi, nilai tukar, tingkat suku bunga, dan pendapatan *disposable* yang tersedia untuk konsumen akhir. Faktor – faktor ekonomi dapat lebih dikategorikan menjadi faktor mikro-ekonomi dan makro – ekonomi. Faktor ekonomi mikro terkait dengan bagaimana konsumen dalam masyarakat menghabiskan pendapatan *disposable* mereka sementara faktor makro – ekonomi lebih peduli dengan kondisi permintaan – dan – pasokan dalam perekonomian secara keseluruhan.

Kedadaan ekonomi yang sedang terjadi di Indonesia tidak mempengaruhi penjualan anjing karena konsumen biasanya membeli anjing atas dasar hobi. Namun nilai tukar rupiah yang naik – turun akan mempengaruhi harga anjing impor karena peternak harus membayar peternak asing menggunakan mata uang asing. Hal tersebut dapat mempengaruhi harga anak anjing yang dilahirkan dari indukan impor.

3. *Social* (Sosial)

Lingkungan sosial di mana bisnis beroperasi juga memiliki dampak yang mendalam pada operasinya. Faktor – faktor sosial meliputi pengaruh dan keyakinan dari budaya target masyarakat. Misalnya, produk atau iklan dapat dianggap menyinggung



dalam budaya tertentu namun dianggap normal dalam budaya lain. Hal tersebut juga mencakup demografi usia, pendidikan, kesukaan, minat, dan opini masyarakat.

Bisnis peternakan anjing memang masih terdengar asing di telinga kaum awam. Banyak masyarakat yang masih berpikir bahwa manusia tidak boleh terlalu berdekatan dengan anjing karena membawa banyak penyakit. Namun anggapan tersebut mulai hilang perlahan – lahan karena masyarakat mulai berpikiran terbuka terhadap hal – hal baru, sehingga faktor sosial tidak lagi menjadi masalah bagi *Goldmine Kennel*.

4. Technology (Teknologi)

Faktor teknologi adalah salah satu faktor yang paling penting dalam PESTEL. Belakangan ini, perusahaan mengalokasikan sumber daya yang cukup terhadap departemen Penelitian dan Pengembangan untuk agar tetap maju dalam permainan dan tidak kalah dari pesaing mereka. Faktor teknologi tidak hanya penting dalam produksi barang dan jasa, tetapi juga dalam distribusi mereka. Faktor – faktor ini membantu bisnis mengeksplorasi cara – cara baru dalam berkomunikasi, menarik, dan berinteraksi dengan target mereka.

Teknologi di Indonesia sudah berkembang pesat saat ini. Masyarakat mulai sadar akan teknologi. Hal ini mempermudah *Goldmine Kennel* untuk melakukan promosi karena promosi dapat dilakukan melalui media sosial. Promosi melalui media sosial sangat membantu karena dapat menghemat biaya promosi dan dapat tersebar dengan cepat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



5. Environment (Lingkungan)

Ⓒ Faktor lingkungan sangat penting untuk menganalisis PESTEL dan dapat dianggap sebagai tambahan yang relatif baru untuk alat ekonomi makro analitis. Namun, mereka telah mendapatkan signifikansi karena kekhawatiran meningkat mengenai lingkungan di antara masyarakat. Konsumen saat ini lebih memilih untuk membeli produk dari bisnis yang produk dan jasa yang ramah lingkungan dan yang bertanggung jawab secara sosial.

Kebiasaan masyarakat yang mulai beralih ke gaya hidup yang lebih sehat memaksa peternak anjing untuk memperhatikan kualitas anjing – anjingnya. Konsumen menjadi sangat perhatian terhadap kualitas anjing yang akan dibeli. Apakah anjing tersebut diberi makan dengan baik? Apakah anjing tersebut diberi bahan kimia sehingga bulunya terlihat bagus? *Goldmine Kennel* mengembangbiakkan anjingnya menggunakan sumber daya yang berkualitas, mulai dari makanan anjing, air, hingga obat – obatan.

6. Legal (Hukum)

Faktor hukum juga dianggap merupakan bagian penting dari skenario ekonomi makro secara keseluruhan dan fokus pada isu-isu seperti keamanan produk, hak – hak konsumen dan undang – undang, kesempatan yang sama, dan kesehatan dan keselamatan. Bagi perusahaan agar dapat beroperasi dengan sukses, mereka tidak hanya harus tahu, tetapi juga mematuhi aturan dan peraturan dari di mana negara mereka beroperasi.

Goldmine Kennel terdaftar secara sah dalam organisasi Perkin yang mengatur dan mengawasi semua kegiatan yang dilakukan peternakan anjing di Indonesia. Perkin telah disahkan oleh Menteri Pertanian sebagai organisasi yang sah secara hukum. Maka dari itu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Himpunan Ilmiah IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 IBKKG.

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



Goldmine Kennel merupakan bisnis yang sah dan sudah mengikuti peraturan hukum yang berlaku.

D. Analisis Pesaing

Analisis pesaing menurut Barringer dan Ireland (2016: 173) adalah proses evaluasi secara detail tentang pesaing perusahaan. Setelah perusahaan memasuki sebuah industri dan memilih sebuah pasar, perusahaan harus memahami tentang kondisi kompetitif lingkungan. Adanya persaingan membuat perusahaan dituntut untuk terus berkembang sehingga memiliki keunggulan dibanding pesaingnya.

David (2013: 106) menjelaskan 5 Kekuatan Michael Porter, yaitu:

1. Persaingan Antara Perusahaan yang Bersaing

Persaingan antara perusahaan yang bersaing biasanya menjadi yang paling kuat di antara 4 kekuatan lainnya. Intensitas persaingan bertambah di industri peternakan anjing karena banyak orang mulai tergiur dengan keuntungan – keuntungan yang bisa dicapai dalam waktu singkat dengan mengembangbiakkan anjing. Namun biasanya peternak menjual anjingnya dengan harga yang sangat tinggi dengan kualitas yang tidak terlalu baik. Berbeda dengan *Goldmine Kennel* yang menjual anjingnya dengan harga yang sesuai dengan kualitas anjing, maka ancaman pesaing sejenis terhadap *Goldmine Kennel* relatif rendah.

2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Ketika perusahaan baru dapat memasuki bisnis sebuah industri dengan mudah maka intensitas persaingan juga meningkat. Bisnis peternakan anjing merupakan



bisnis yang tidak umum dan masih terdengar asing di telinga kaum awam. Hal tersebut terjadi karena dibutuhkan kesabaran dan ketelitian dalam merawat anjing.

Dengan demikian, ancaman terhadap *Goldmine Kennel* tergolong rendah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Di banyak industri, perusahaan akan bersaing ketat dengan produsen barang substitusi di industri lain. Persaingan biasanya akan banyak terjadi dalam hal harga.

Pesaing akan mencoba menawarkan harga semurah mungkin kepada konsumen.

Maka dari itu ancaman terhadap *Goldmine Kennel* cenderung cukup tinggi, karena konsumen dapat berpindah ke *kennel* lain jika mendapatkan tawaran harga yang lebih murah.

4. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di dalam industri, terutama ketika ada banyak pemasok, hanya ada sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau biaya peralihan ke bahan mentah yang lain sangat tinggi. Dalam hal ini, daya tawar pemasok terhadap *Goldmine Kennel* sangat rendah karena barang pasokan dapat dibeli dari pemasok lain.

5. Daya Tawar Pembeli

Ketika konsumen membeli barang dengan jumlah yang sangat besar, maka daya tawar pembeli juga meningkat. Perusahaan pesaing dapat menawarkan servis khusus terhadap pembeli tersebut sehingga mereka menjadi loyal. Hal tersebut

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.



tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Goldmine Kennel* karena biasanya konsumen membeli anjing dalam jumlah yang kecil. Mereka juga biasanya menjadi dekat dengan pemilik sembari mereka belajar tentang merawat anjing.

Analisis pesaing digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan yang sesuai dengan kondisi. Menurut Aaker (2013: 73) ada beberapa cara untuk memperoleh informasi tentang kompetitor, yaitu:

1. Mencari informasi lewat situs web kompetitor yang biasanya menjadi sebuah sumber informasi yang kaya dan tempat pertama untuk dilihat.
2. Berkomunikasi dengan pemasok, pelanggan, dan distributornya.
3. Memantau majalah perdagangan, acara perdagangan, iklan, pidato, laporan tahunan, dan lain – lain.
4. Melalui riset pasar.

Dengan demikian ada beberapa cara yang dipilih oleh *Goldmine Kennel* untuk memperoleh informasi tentang pesaing, yaitu:

1. Mengakses situs web pesaing untuk mengetahui update terbaru.
2. Melakukan wawancara dengan konsumen yang sudah pernah mengunjungi pesaing untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pesaing.
3. Rajin mengikuti dog show.
4. Berkunjung ke peternakan pesaing untuk mengetahui cara yang dipakai sehingga menjadi sukses.



konsumennya adalah kelas menengah ke atas. Pemasaran oleh *kennel* ini dilakukan dengan iklan saat *dog show*.

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

3. Golden Castle

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Alamat : Puri Indah, Jakarta Barat

Harga : Rp 10.000.000 – Rp 35.000.000

Deskripsi : *Golden Castle* merupakan salah satu kennel tertua di Indonesia. Banyak *kennel* besar yang mengawali karirnya dengan indukan dari kennel ini. *Golden Castle* menyilangkan anjing impor dengan anjing indukan lokal sehingga harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal. *Kennel* ini dikenal dengan *kennel* yang menghasilkan anakan anjing dengan anatomi yang sangat bagus sehingga memiliki kemungkinan besar untuk menang di *dog show*. *Kennel* ini tidak melakukan pemasaran secara besar – besaran karena namanya sudah sangat terkenal di dunia anjing. Biasanya promosi hanya dilakukan dengan memasang iklan di buku daftar peserta saat *dog show*.

E Analisis Posisi dalam Persaingan

Tabel 3.2
Posisi Goldmine Kennel dalam Persaingan

Pesaing	Nama Merek	Kualitas produk	Fasilitas	Lokasi
<i>Goldmine Kennel</i>	Baru Dikenal	Sedang	Lengkap	Cukup Strategis
<i>Gold Legend Kennel</i>	Sangat Dikenal	Sangat Tinggi	Cukup lengkap	Strategis
<i>Albatross Golden Palace</i>	Cukup Dikenal	Tinggi	Sangat Lengkap	Cukup Strategis
<i>Golden Castle</i>	Sangat Dikenal	Sedang	Cukup Lengkap	Cukup Strategis

Sumber: data diolah pemilik

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.



F. Kelebihan atau Keunggulan Dibandingkan dengan Pesaing

Goldmine Kennel adalah kennel yang menjual anjing berkualitas dengan harga yang terjangkau. Berbeda dengan kennel lainnya yang menjual anjing dengan harga yang tidak masuk akal, Goldmine Kennel memberikan harga yang sesuai dengan kualitas anjing tersebut, sehingga istilah “Ada harga ada rupa” sangat diterapkan di kennel ini. Pemilik Goldmine Kennel merupakan generasi yang masih muda sehingga penggunaan teknologi dapat dilakukan secara maksimal. Contohnya berpromosi menggunakan media sosial *instagram* atau *twitter*. Hal tersebut belum dilakukan oleh pesaing – pesaing Goldmine Kennel. Lokasi Goldmine Kennel terletak di perumahan Sentul City yang bebas dari polusi sehingga kualitas kesehatan anjing sangat terjaga. Konsumen dapat menikmati sendiri pemandangan di lokasi bisnis ini ketika berkunjung. Peternak anjing pada umumnya mendirikan bisnisnya di rumah yang berada di kota sehingga anjing tidak bebas berkeliaran di alam terbuka.

Copyright © 2018 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



G. Analisis Faktor Kunci Sukses atau CPM

C *Competitive Profile Matrix (CPM)* menurut David (2013: 113) mengidentifikasi pesaing besar perusahaan dan kekuatan dan kelemahan tertentu yang berhubungan dengan dengan posisi strategis perusahaan. Angka 1 menunjukkan kelemahan sementara angka 4 menunjukkan kekuatan.

Tabel 3.3
Analisis CPM Goldmine Kennel

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Goldmine Kennel		Gold Legend Kennel		Albatross Golden Palace		Golden Castle	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Nama Peternakan	0,15	2	0,30	4	0,60	3	0,45	4	0,60
Harga	0,25	3	0,75	2	0,50	3	0,75	3	0,75
Kualitas Produk	0,25	3	0,75	4	1	3	0,75	3	0,75
Lokasi	0,10	2	0,20	3	0,30	1	0,10	3	0,30
Kebersihan	0,10	3	0,30	4	0,40	2	0,20	3	0,30
Kondisi Tempat Usaha	0,15	4	0,60	2	0,30	4	0,60	2	0,30
Total	1,00		2,9		3,10		2,85		3,00

Sumber: data diolah pemilik

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.



Faktor kunci sukses yang tertera di tabel 3.2 dilihat dari faktor – faktor yang paling dibutuhkan oleh sebuah peternakan anjing agar dapat bersaing dengan baik.

Sesuai dengan hasil analisis di atas, faktor – faktor yang dapat menjadi kunci keberhasilan *Goldmine Kennel* adalah harga (skor bobot 0,75), kualitas produk (skor bobot 0,75), dan fasilitas (skor bobot 0,60). Sedangkan yang menjadi kelemahan adalah kebersihan (skor bobot 0,30), nama merek (0,30), dan lokasi (0,20). Jika dibandingkan dengan pesaing – pesaing, *Goldmine Kennel* menempati urutan ketiga dengan total skor 2,90 setelah *Gold Legend Kennel* dengan total skor 3,10 dan *Golden Castle* dengan skor 3,00. *Goldmine Kennel* unggul dari pesaing dari segi fasilitasnya.

Penulis yakin jika *Goldmine Kennel* meningkatkan faktor – faktor lainnya maka usaha ini dapat menyaingi pesaing yang lain.

H. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Rangkuti (2013: 19) adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

Berikut ini adalah analisa SWOT *Goldmine Kennel*:

1. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan adalah sumber daya keterampilan atau keunggulan – keunggulan lain relative terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan dari *Goldmine Kennel* adalah:

- a. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau.



- b. Kualitas produk yang baik sehingga tidak kalah dengan pesaing yang sudah lama.
- c. Fasilitas yang lengkap.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Kelemahan dari *Goldmine Kennel* adalah:

- a. Kebersihan kandang kurang maksimal.
- b. Nama merek kurang dikenal karena masih baru.
- c. Lokasi yang sulit dijangkau karena jauh dari perkotaan.

3. Opportunity (Kesempatan)

Kesempatan adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kesempatan dari *Goldmine Kennel* adalah:

- a. Penggemar anjing meningkat.
- b. Banyaknya komunitas anjing sehingga dapat meningkatkan kesempatan untuk bekerja sama dengan peternak lain.

4. Threat (Ancaman)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman dari *Goldmine Kennel* adalah:

- a. Bisnis mudah ditiru.

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. Konsumen dapat beralih ke ras lain.
- c. Munculnya pesaing baru dengan modal lebih besar.

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, menurut David (2013: 206) ada 4 strategi yang dapat digunakan oleh manajer untuk mengembangkan perusahaan yaitu:

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan eksternal.

2. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*)

Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan kesempatan eksternal.

3. Strategi ST (*Strength – Threat*)

Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi akibat dari ancaman eksternal.

4. Strategi WT (*Weakness – Threat*)

Strategi ini adalah taktik bertahan yang ditujukan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.



Tabel 3.4
Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p>	<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau. 2. Kualitas produk yang baik sehingga tidak kalah dengan pesaing yang sudah lama. 3. Fasilitas yang lengkap. 	<p>Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan kandang kurang maksimal. 2. Nama merek kurang dikenal karena masih baru. 3. Lokasi yang sulit dijangkau karena jauh dari perkotaan.
	<p>Faktor Eksternal</p>	<p>Strategi S – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan pesaing untuk menghasilkan anjing yang lebih berkualitas. (S2, O2) 2. Menawarkan anjing berkualitas dengan harga murah untuk memenuhi permintaan yang meningkat. (S1, S2, O1)
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggemar anjing meningkat. 2. Banyaknya komunitas anjing sehingga dapat meningkatkan kesempatan untuk bekerja sama dengan peternak lain. 	<p>Strategi S – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memasang harga terlalu tinggi. (S1, T2) 2. Memperbaiki kualitas dan fasilitas supaya lebih unggul dari pesaing. (S2, S3, T3) 	<p>Strategi W – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat jaringan supaya semakin dipercaya oleh konsumen. (W2, T2) 2. Mempromosikan bisnis ketika ada kegiatan bersama komunitas (W3, T3)
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis mudah ditiru. 2. Konsumen dapat beralih ke ras lain. 3. Munculnya pesaing baru dengan modal lebih besar. 		

C Hak cipta milik IBI KK

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.