



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis industri pesaing adalah analisis yang sangat dibutuhkan dalam sebuah *business plan*. Hal ini disebabkan dalam setiap kegiatan bisnis yang dijalankan, selalu ditemukan kompetitor ataupun pesaing yang merupakan hal yang tidak dapat dicegah. Analisis industri pesaing bertujuan untuk membandingkan dua atau lebih suatu bisnis apakah memiliki peluang yang besar di masyarakat dan layak untuk dijalankan atau tidak. Dengan melakukan analisis industri pesaing ini dapat lebih mudah untuk dilihat probabilitas keberhasilan suatu bisnis disebabkan *owner* ikut mendalami karakteristik pasar yang sedang dijalani serta dapat meminimalisir resiko dan masalah yang mungkin akan timbul kedepannya.

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Sarang burung walet telah ditemukan di Indonesia sejak tahun 1720 di daerah kebumen, Jawa tengah oleh seorang lurah yang bernama Pak Sadrana. Ia melihat banyak burung walet yang beterbangan dan masuk kedalam sebuah gua. Akhirnya, mereka mencoba masuk dan menemukan sarang burung walet menempel pada sebuah dinding. (Sumber : <https://www.agroniaga.com/>).

Menurut Agromedia Indoensia (2017), Sejarah sarang burung walet dimulai dibudidayakan pada tahun 1980 di pulau Jawa, yang dimana seseorang bernama Tohir pergi ke tanah suci mekkah untuk beberapa tahun. Ketika pulang ia melihat rumahnya menjadi tempat bersarang walet dan mengetahui bahwa nilai dari sarang burung ini sangat tinggi, maka mereka pindah ke rumah yang baru dan mulai membudidayakan burung walet ini dirumah lamanya. Dikarenakan dengan Teknik

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.



budidaya dengan cara ini berhasil, mulai banyak orang mencoba budidaya burung walet ini dan pada tahun 1989 mulai dari berbagai kalangan berkecimpung dalam budidaya walet ini. Termasuk Pemerintah, peneliti, praktisi dari Indonesia maupun luar negeri.

Usaha budidaya sarang burung walet ini dalam beberapa tahun belakangan mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya tingkat ekspor sarang burung walet dari Indonesia ke luar negeri. Tidak hanya dari angka peningkatan ekspor, namun perusahaan yang bisa mengekspor pun sudah bertambah dari sebelumnya hanya 6 perusahaan kini sudah 23 perusahaan yang bisa melakukan ekspor ke luar negeri. Begitu juga banyak pengusaha Indonesia yang mulai memasarkan produk sarang burung walet yang dapat dikonsumsi langsung oleh masyarakat Indonesia.

Pada saat ini sudah mulai banyak pengusaha pengolahan sarang burung walet Indonesia yang salah satu produk yang terkenal ialah Realfood, yang dimana produk ini berasal dari sarang burung walet asli. Hal ini menunjukkan bahwa sarang burung walet kedepannya tidak hanya berfokus pada ekspor namun, bisa dijadikan produk lokal asli Indonesia. Dan sudah banyak masyarakat mulai mengerti akan budaya hidup sehat sehingga hal ini dapat menjadi terobosan yang baik untuk komoditas sarang burung walet.

a. Prospek masa depan budidaya sarang burung walet

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), ekspor sarang burung walet dari tahun 2012 hingga tahun 2020 mengalami peningkatan yang cukup tinggi, yang dimana ini menjadi perhatian pemerintah karena, permintaan dari luar negeri sangat tinggi terhadap sarang burung walet. Indonesia sendiri belum

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.



mampu untuk memenuhi permintaan dari luar negeri dikarenakan, perusahaan untuk mengekspor hanya ada 23 perusahaan sehingga diperlukan pemerintah untuk membantu perizinan dalam melakukan ekspor ke luar negeri.

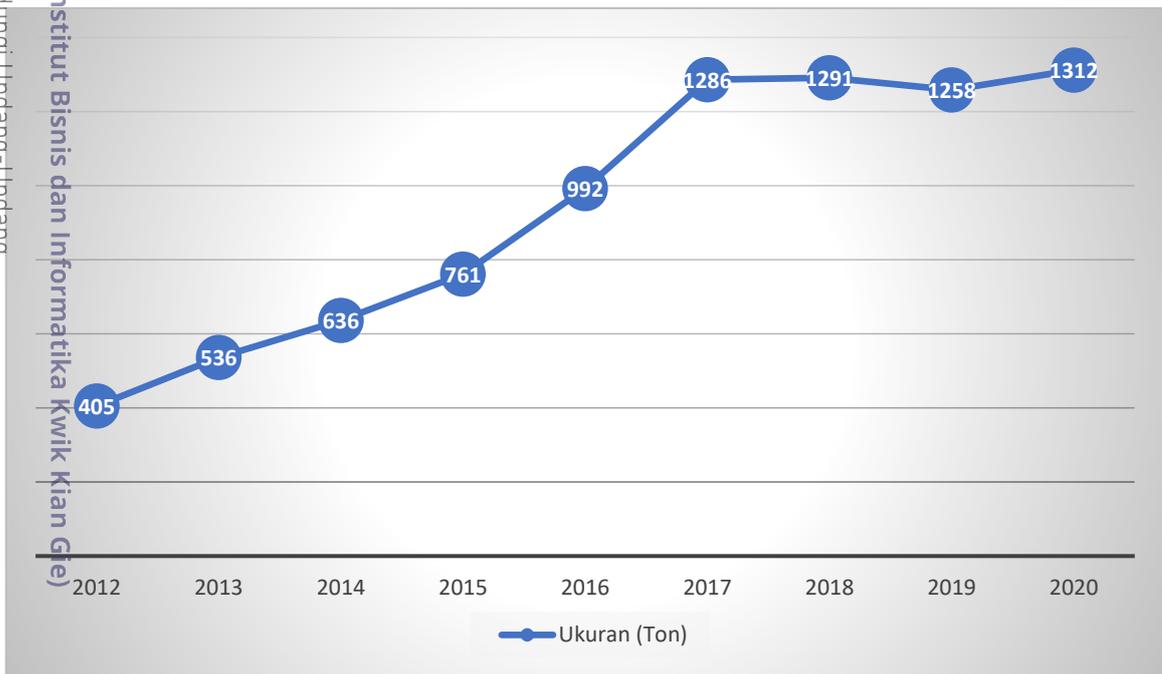
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

Gambar 3.1

Ekspor Sarang burung walet Tahun 2012 – 2020



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

3.2 Analisis Pesaing

Menurut David dan David (2017:59), Pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan layanan serupa di pasar yang sama. Perusahaan perlu membuat perbedaan baik dari segi produk, strategi, maupun pemasaran agar memiliki nilai tambah yang unik dan berbeda dari kompetitor lainnya.

Dengan harga sarang burung walet yang tinggi membuat banyak kalangan ikut untuk membudidayakan burung walet ini dikarenakan menjadi salah satu bisnis yang menarik. Dilain hal, masih banyak lahan yang kosong serta masih banyak daerah



yang sangat strategis untuk membudidayakan sarang burung walet ini. Para pebisnis yang memiliki lahan kosong dan modal yang cukup mampu untuk membuat tempat bangunan budidaya di tengah permintaan yang tinggi. Hal ini tentu membuat sebuah celah untuk menganalisa pesaing dengan membandingkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki.

Untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan pesaing lain, perusahaan membutuhkan informasi yang berkaitan dengan perusahaan pesaing, seperti tata letak bangunan, lokasi bangunan, dan jalur keluar masuknya burung walet.

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa calon pesaing yang mampu mengungguli NEST3.Co dalam radius satu Km. Beberapa indikator menjadi acuan dalam menentukan kelebihan dan kekurangannya seperti, lama berdiri, tata letak bangunan, lokasi bangunan, dan teknologi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 3.1

Analisis Pesaing NEST3.Co

Pesaing	Kelebihan	Kekurangan
Pak Aguan	<ul style="list-style-type: none"> • Bangunan budidaya Pak Aguan sudah sangat lama berdiri dapat dikatakan bangunan pertama di daerah tersebut. • Lokasi yang dibangun sangat strategis karena berdekatan dengan sungai dan tepat dengan jalur pulang perangnya burung walet. • Tata bangunan yang dibangun sudah baik. • Teknologi yang dimiliki sudah baik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Varian produk yang ditawarkan terbatas.
Pak Ismail	<ul style="list-style-type: none"> • Tata / <i>Layout</i> bangunan yang dibuat sudah baik. • Lokasi bangunan sudah baik yakni dekat dengan sekitaran sungai. • Teknologi yang dimiliki sudah baik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bangunan baru berdiri sejak tahun 2018 yang dimana termasuk baru dalam dunia budidaya sarang burung walet. • Varian produk yang ditawarkan terbatas.

Sumber : (NEST3.Co, 2021)

3.3 Analisis PESTEL

PESTEL *Analysis* atau Analisis PESTEL adalah sebuah analisis lingkungan bisnis eksternal, yang dimana analisis PESTEL terdiri dari Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, *Environment*, dan Legal. Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar gambaran lingkungan eksternal dari sebuah bisnis agar mengetahui peluang dan ancaman yang bisa terjadi pada sebuah bisnis. Berikut adalah analisis PESTEL dari NEST3.Co :



Tabel 3.2

Identifikasi PESTEL NEST3.Co

No	Politik	Ekonomi	Sosial	Teknologi	Lingkungan
1	Regulasi Pemerintah	Daya beli	Kesadaran kesehatan	Digitalisasi	Bencana alam
2	Pembatasan perdagangan				

Sumber : (NEST3.Co, 2021)

Berdasarkan Tabel 3.2 Identifikasi PESTEL dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Politik

Faktor politik dalam usaha sarang burung walet ini dapat dilihat dari regulasi pemerintah, yang dimana mempersulit pengiriman ke negara importir. Hal ini dipicu dengan banyaknya prosedur yang harus dilalui sehingga membuat kegiatan ekspor terkendala. Faktor lainnya adanya pembatasan perdagangan yang disebabkan *pandemic covid-19* yang memicu dengan terjadinya pembatasan perdagangan di negara importir, sehingga dapat disimpulkan bahwa ini dapat menjadi ancaman dalam usaha ini.

b. Ekonomi

Dari segi ekonomi dalam usaha ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan produk sarang burung walet dari negara china yang dapat menjadi peluang dalam usaha ini.

c. Sosial

Dari faktor sosial dapat dilihat dengan berkembangnya kesadaran kesehatan di masyarakat Indonesia sehingga ini dapat menjadi peluang pada usaha ini. Hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik 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.

ini dikarenakan, produk sarang burung walet termasuk kedalam produk kesehatan.

d. Teknologi

Faktor teknologi yang berkembang pada saat ini ialah digitalisasi, yang dimana setiap usaha perlu melakukan digitalisasi pada usahanya. Dengan berkembangnya media sosial dan *google* bisnis pada saat ini dapat dijadikan peluang bagi NEST3.Co karena, dapat mengetahui informasi harga pasaran dengan mudah dan pemasaran menjadi lebih mudah

e. Lingkungan

Faktor lingkungan pada usaha ini ialah adanya bencana alam yang terjadi seperti kebakaran hutan, penebangan hutan, dan lain sebagainya yang memicu migrasinya burung walet ke negara lain seperti malaysia, filipina dan lainnya sehingga dapat menjadi ancaman pada usaha ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

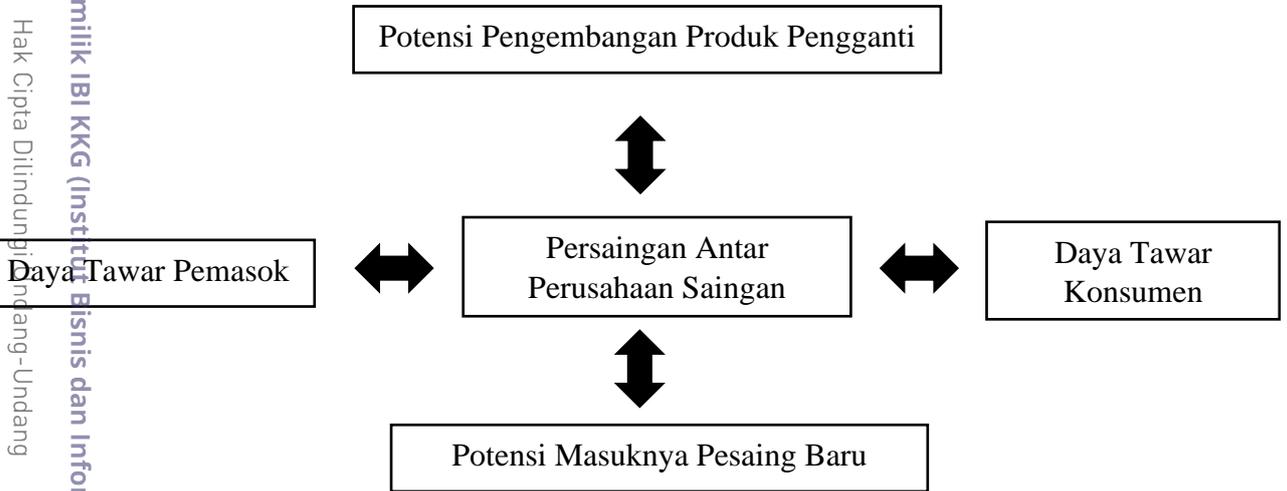
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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.

3.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Gambar 3.2
Porter's Five Forces Analysis



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

David dan David (2017:229), *Porter's Five Forces* dalam hal analisis kompetitif adalah pendekatan kompetitif yang digunakan secara makro untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Dalam menganalisis suatu bisnis kita perlu mengetahui bagaimana keadaan persaingan dengan mengidentifikasi lima kekuatan seperti potensi masuknya pesaing baru, daya tawar pembeli, ancaman produk/ jasa pengganti, daya tawar pemasok, dan pesaing sejenis dalam industri. Berikut merupakan analisis *Porter's Five Forces Analysis* dari NEST3.Co :

- a. Potensi masuknya pesaing baru : Sedang

Pesaing baru dalam suatu bisnis dapat dikatakan hal yang biasa yang terjadi di Indonesia. Saat suatu bisnis dilihat memiliki tingkat keuntungan yang besar

dan mudah dijalankan tentu hal ini akan menimbulkan banyak pendatang baru untuk mencoba terjun ke industri tersebut.

Terlebih lokasi dari usaha budidaya ini dapat dikatakan masih banyak lahan yang kosong sehingga ada potensi bagi pendatang baru untuk membangun di sekitaran bangunan budidaya. Namun, modal yang dibutuhkan pun cukup besar sehingga potensinya dapat dinilai sedang.

b. Daya tawar pembeli : Sedang

Daya tawar pembeli pada sarang burung walet ini dapat dinilai sedang. Hal ini tergantung dengan keadaan pasar, yang dimana pada saat seperti ini daya tawar pembeli cenderung tinggi dikarenakan, sulitnya pengiriman ke luar negeri maupun perputaran uang yang terhambat. Namun, apabila kondisi seperti biasa saja daya tawar pembeli sangat rendah karena, memang harga yang ditawarkan cukup tinggi dan mudahnya akses pengiriman ke luar negeri.

c. Ancaman produk / jasa pengganti : Tinggi

Sebuah bisnis yang sedang berjalan selalu ditemukan produk pengganti sehingga memang memiliki peran yang sangat kuat dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan, ketidakmampuan para pelaku bisnis dalam memenuhi kebutuhan konsumennya yang terus berkembang sehingga konsumen mencari produk lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Potensi untuk ancaman produk pengganti dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini disebabkan banyak produk makanan sehat yang lebih murah dan memiliki manfaat yang sama. Namun, hal ini tidak dapat menjadi dampak yang buruk karena, sarang burung walet memiliki arti dan nilai tersendiri.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



d. Daya tawar pemasok : Tinggi

Dalam usaha budidaya sarang burung walet ini dapat dikatakan adalah supplier pertama sehingga daya tawar pemasok cenderung Tinggi. Hal ini dikarenakan, dalam menyediakan produk diperlukan modal awal yang cukup besar dan memiliki ilmu dalam mengelola usaha budidaya sarang burung walet.

e. Pesaing sejenis dalam industri : Sedang

Suatu persaingan adalah suatu hal yang tidak dihindari baik dalam dunia usaha maupun kerja. Setiap pebisnis dalam menjalankan bisnisnya selalu ditemukan pesaing baik itu baru ataupun lama. Hal ini lah yang menjadi tantangan setiap pengusaha untuk terus mempertahankan posisi, kualitas produk, serta faktor-faktor lainnya.

Di lokasi usaha budidaya walet berdasarkan riset bahwa pesaing sejenis cenderung sedang, yang dimana tidak secara merata semua membangun. Namun, dilihat dalam beberapa tahun kedepan banyak pelaku bisnis yang mencoba membangun tempat budidaya sarang burung walet dengan pemikiran mendapatkan penghasilan dari lahan yang kosong.

3.5 Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Menurut David dan David (2017:36), *Competitive Profile Matrix* yakni mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Analisis CPM juga dapat membantu perusahaan untuk menganalisis siapa pesaing yang menjadi saingan perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih mudah mengenal aspek yang akan dianalisis.



a. *Critical Success Factor*

Critical Success Factor merupakan faktor-faktor yang menentukan keberhasilan, diperoleh dari analisis mendalam lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Tentunya di setiap perusahaan dapat ditemukan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dalam lingkup internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, jika nilai rating yang diperoleh dari CPM mendapat angka yang tinggi maka, strategi perusahaan telah diambil dengan baik. Namun, jika nilai rating yang diperoleh lebih rendah maka, strategi perusahaan masih belum menghasilkan output yang diharapkan.

b. *Weight* (Bobot)

Atribut bobot di *Competitive Profile Matrix* menunjukkan kepentingan relatif dari faktor keberhasilan dalam industri perusahaan, bobot berkisar dari 0,0 (yang berarti tidak penting) sampai 1,0 (berarti penting), jumlah total bobot yang dihitung harus sama dengan 1,0.

c. *Rating* (Penilaian)

Rating dalam *Competitive Profile Matrix* Menunjukkan respons perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan bisnis semakin tinggi *rating* yang diperoleh saat itu, menunjukkan respons yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factor*, dan sebaliknya *rating* rendah menunjukkan respons yang buruk. *Rating* dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ada beberapa point penting terkait dengan *rating* di CPM :

- 1) *Rating* ditetapkan untuk setiap faktor yang ada di perusahaan.
- 2) Respons terendah akan dimulai oleh 1.0 yang menunjukkan bahwa ini adalah kelemahan utama perusahaan
- 3) Respons rata-rata didahului oleh 2.0 yang menunjukkan bahwa ini adalah kelemahan kecil perusahaan
- 4) Respons rata-rata di atas dimulai dengan angka 3.0 yang menunjukkan keuntungan kecil dalam perusahaan
- 5) Tanggapan yang menyatakan bahwa perusahaan lebih unggul diwakili oleh angka 4.0

d. *Total Weighted Score*

Jumlah semua nilai sama dengan skor seimbang total, nilai akhir dari total skor seimbang harus antara kisaran 4 (tinggi) hingga 1 (rendah). Nilai tertimbang rata-rata untuk matriks CPM adalah 2,5 di mana setiap perusahaan dengan skor total di bawah 2,5 dianggap rendah, sedangkan jika skor tertimbang total lebih tinggi 2,5 akan dianggap tinggi. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai skor total tertimbang tertinggi yang dianggap sebagai pemenang di antara para pesaing.

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.



Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.3
Competitive Profile Matrix NEST3.Co

Faktor Kunci Sukses	Bobot	NEST3.Co		Pak Aguan		Pak Ismail	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Lokasi Bangunan	0.21	3	0,63	3	0,63	2	0,42
Tata Layout Bangunan	0,21	3	0,63	2	0,42	2	0,42
Varian produk	0.2	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Teknologi	0.19	3	0,57	3	0,57	1	0,19
Kualitas produk	0,19	3	0,57	3	0,57	2	0,38
Total	1		2,8		2,59		1,81

Sumber : NEST3.Co

Berdasarkan Tabel 3.3, angka bobot dalam tabel analisis *Competitive profile matrix* didapatkan dari hasil survei kuisisioner dengan 33 responden. Berdasarkan dari perhitungan tabel diatas, dapat menunjukkan bahwa NEST3.Co memiliki dua pesaing yakni Bangunan Pak Aguan dan Pak Ismail.

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dari pesaing NEST3.Co berdasarkan Tabel 3.3 sebagai berikut :

a. Lokasi Bangunan

Dalam usaha budidaya sarang burung walet lokasi bangunan merupakan kunci kesuksesan dari budidaya. Hal ini dikarenakan, lokasi menjadi titik dimana burung walet berkumpul ataupun lewat sehingga dapat masuk ke bangunan budidaya.

NEST3.Co memiliki *rating* 3 dimana sama seperti dengan Pak Aguan sedangkan, Pak Ismail memiliki *rating* 2, karena lokasi NEST3.Co berada di pinggiran sungai sama seperti Pak Aguan namun, Pak Ismail berada di sekitaran pasar sehingga burung walet lebih sulit untuk menjangkaunya.

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. Tata / *Layout* Bangunan

Tata / *Layout* bangunan menjadi aspek yang penting dalam usaha budidaya. Tata bangunan disini dinilai dari bagian dalam dan luar bangunan sehingga dapat dilakukan penilaian pada setiap bangunan kompetitor.

NEST3.Co mendapatkan *rating* 3 sedangkan, Pak Aguan dan Pak Ismail mendapatkan *rating* 2, hal ini dikarenakan tata bangunan yang dimiliki NEST3.Co dinilai memudahkan untuk burung walet masuk ke ruang inap dan keluar kembali. Sedangkan Pak Aguan dan Pak Ismail memiliki tata bangunan yang kurang baik.

c. Varian Produk

Dalam usaha budidaya sarang burung walet varian produk merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan karena setiap sarang burung walet memiliki varian produk dengan bentuk berbeda.

NEST3.Co mendapatkan *rating* 2 sama seperti Pak Aguan dengan Pak Ismail hal ini dikarenakan, varian produk yang ditawarkan masih terbatas yakni hanya ada tiga varian seperti jenis sarang mangkok, sudut, dan patahan.

d. Teknologi

Usaha budidaya sarang burung walet juga perlu menggunakan teknologi untuk berkembang. Oleh karena itu, teknologi menjadi salah satu faktor yang cukup penting dikarenakan, dapat membuat usaha menjadi lebih efisien dan efektif.

NEST3.Co mendapat *rating* 3 sama seperti Pak Aguan sedangkan, Pak Ismail mendapatkan *rating* 1. Teknologi yang digunakan NEST3.Co dan Pak Aguan seperti timer, alarm, dan lain sebagainya Sedangkan, Pak Ismail masih belum menggunakan teknologi.



e. Kualitas Produk

Ⓒ Kualitas produk menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena, kualitas produk yang membawa pembeli untuk datang dan membeli kembali. Jika kualitas yang ditawarkan sangat baik tentunya pembeli akan membeli kembali.

Dari sisi faktor kualitas produk, NEST3.Co mendapatkan *rating* 3 sama seperti Pak Aguan yang mendapatkan *rating* 3 sedangkan, Pak Ismail mendapatkan *rating* 2. Kualitas produk dapat dinilai dari warna dari sarang burung, ukuran dan bentuk, kondisi sarang burung, dan tidak ada bulu dari burung walet. (Sumber : <https://realfood.co.id/id/artikel/memilih-sarang-burung-walet-berkualitas>)

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Menurut David dan David (2017:248) *SWOT Analysis* merupakan Analisis strategis dan opsi untuk menentukan program alternatif terbaik yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai misi dan tujuannya. Analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi lingkungan pemasaran baik secara internal maupun eksternal.

Lingkungan internal perusahaan (Kekuatan dan Kelemahan) terdapat dua faktor, yakni *Strength and Weakness*. *Strength* (kekuatan) merupakan Kekuatan internal yang dimiliki perusahaan baik dari sisi produksi, teknologi, keuangan, pengalaman, sumber daya manusia, maupun faktor lainnya. Sementara itu, *Weakness* (kelemahan) adalah kelemahan perusahaan secara internal dengan faktor pengukuran yang sama seperti yang digunakan untuk pengukur kekuatan.

Lingkungan eksternal perusahaan (Peluang dan Ancaman) terdapat dua faktor, *Opportunity and Threat*. *Opportunity* (Peluang) merupakan kesempatan yang berasal dari eksternal perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menambah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak Cipta milik IBI IKKG (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.

keuntungan serta mengembangkan bisnisnya. Sedangkan, *Threat* (Ancaman) merupakan ancaman yang berasal dari eksternal perusahaan yang harus dihadapi oleh perusahaan sama halnya seperti kesempatan.

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Lokasi yang dimiliki NEST3.Co sangat strategis yakni berdekatan dengan sungai dan jalur pulang pergi burung walet mencari makan sehingga tempat budidaya burung walet sangat tepat.
- 2) Memiliki hasil kualitas sarang burung walet yang baik
- 3) Memiliki Tata / *Layout* bangunan yang baik

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Masih terbatasnya varian produk dari sarang burung walet
- 2) NEST3.Co untuk saat ini hanya menjual produk sarang burung walet kepada pengepul sehingga harus membangun *brand awareness* dari 0.
- 3) Strategi pemasaran yang masih tradisional

c. Peluang (*Opportunity*)

- 1) Permintaan sarang burung walet dari luar negeri setiap tahun selalu meningkat.
- 2) Munculnya *trend* budaya hidup sehat di masyarakat lokal
- 3) Dengan berkembangnya sosial media membuat pemasaran produk sarang burung walet menjadi lebih mudah untuk mencari pengepul maupun distributor

d. Ancaman (*Threat*)

- 1) Terhambatnya regulasi pengiriman dari pemerintah Indonesia maupun di luar negeri di masa pandemi Covid-19
- 2) Bencana alam yang sering terjadi seperti kebakaran hutan, penebangan hutan dan lain sebagainya.
- 3) Ancaman produk pengganti dari produk sarang burung walet cukup tinggi





Untuk membuat *SWOT Quadrant* diperlukan identifikasi IFAS (Internal Factor Strategy) dan EFAS (External Factor Strategy) dengan beberapa tahap sebagai

berikut :

- a. Tentukan faktor-faktor strategis internal
- b. Tentukan faktor-faktor strategis eksternal
- c. Susunlah di dalam kolom 1 indikator kekuatan dan kelemahan untuk IFAS dan indikator peluang dan ancaman untuk EFAS
- d. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategik.
- e. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai 1 (dibawah rata-rata).
- f. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya variasi mulai dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (dibawah rata-rata)
- g. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), sehingga diperoleh total skor pembobotan untuk perusahaan bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis baik internal dan eksternal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 3.4

Internal Faktor Analysis Strategy

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Strength				
1	Lokasi Usaha	0,18	4	0,72
2	Kualitas Produk	0,16	3	0,48
3	Tata/Layout Bangunan	0,16	3	0,48
Jumlah Strength				1,68
Weakness				
1	Terbatasnya Varian Produk	0,17	3	0,51
2	Brand awareness	0,17	2	0,34
3	Strategi pemasaran tradisional	0,16	3	0,48
Jumlah Weakness				1,23
Total IFAS				0,45

Sumber : (NEST3.Co, 2021)

Berdasarkan Tabel 3.4, angka bobot dalam Tabel internal faktor *analysis strategy* didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 35 responden. Dari Tabel 3.4 diketahui bahwa total skor *Strength* sebesar 1,68 dan total skor *Weakness* sebesar 1,23. Total skor IFAS sebesar 0,45 yang didapatkan dari pengurangan total skor *Strength* dengan total skor *Weakness*.



Tabel 3.5

Eksternal Faktor *Analysis Strategy*

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Opportunity				
1	Permintaan meningkat	0,18	4	0,72
2	Trend hidup sehat	0,16	4	0,64
3	Berkembangnya media sosial	0,17	3	0,51
Jumlah Opportunity				1,87
Threat				
1	Regulasi pemerintah	0,16	3	0,48
2	Bencana alam	0,17	4	0,68
3	Ancaman produk pengganti	0,16	3	0,48
Jumlah Threat				1,64
Total EFAS				0,23

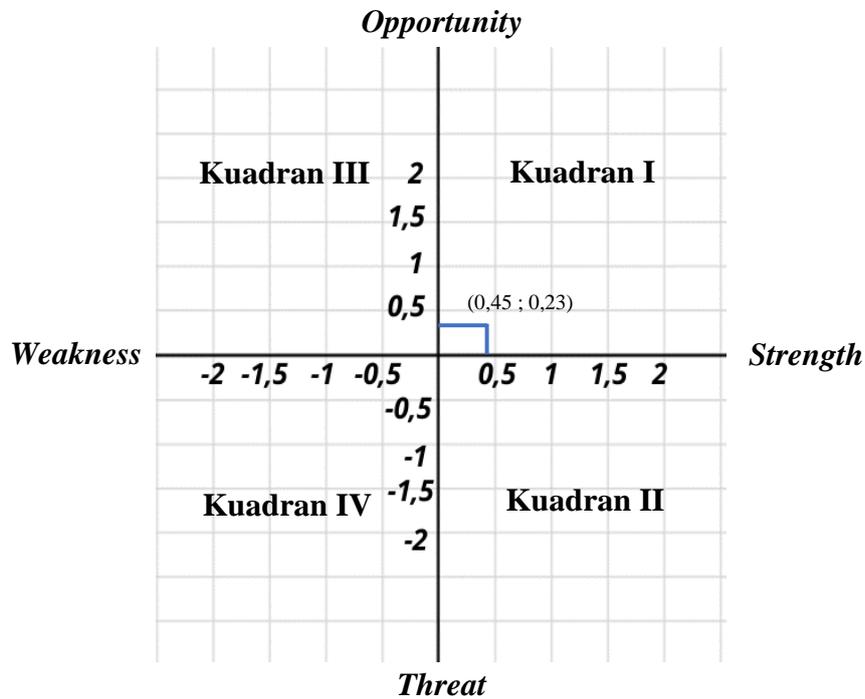
Sumber : (NEST3.Co, 2021)

Berdasarkan Tabel 3.5, angka bobot dalam Tabel eksternal faktor *analysis strategy* didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 35 responden. Dari Tabel 3.5 diketahui bahwa total skor *Opportunity* sebesar 1,87 dan total skor *Threat* sebesar 1,64. Total skor EFAS sebesar 0,23 yang didapatkan dari pengurangan total skor *Opportunity* dengan total skor *Threat*.



Gambar 3.3

SWOT Quadran NEST3.Co



Sumber : (NEST3.Co, 2021)

Berdasarkan Gambar 3.3, dapat diketahui bahwa NEST3.Co berada pada posisi diantara sumbu Opportunity dan Strength yakni berada di kuadran I. Artinya, NEST3.Co disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*).

Dari hasil identifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*, maka dapat disusun *SWOT Matrix*. *SWOT Matrix* adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. *Matrix* ini dapat mendeskripsikan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut merupakan Gambar *Swot Matrix* dari NEST3.Co :

© 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.



Tabel 3.6

SWOT Matrix NEST3.Co

<p>SWOT</p>	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Kualitas produk 3. Tata/Layout Bangunan 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya varian produk 2. <i>Brand awareness</i> 3. Strategi pemasaran tradisional
<p>Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan meningkat 2. Trend hidup sehat 3. Berkembangnya media sosial 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media sosial dapat dijadikan media pemasaran secara online(S2, O3) 2. Melakukan edukasi kesehatan secara online mengenai manfaat sarang burung walet (S2, O2, O3) 3. Membangun bangunan budidaya sarang burung walet yang baru di lokasi yang strategis (S1,S3, O1) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>brand awareness</i> menggunakan media sosial (W2, O3) 2. Media sosial dapat dijadikan media pemasaran secara online (W3, O3)
<p>Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Regulasi pemerintah 2. Bencana alam 3. Ancaman produk pengganti 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk dengan baik (S2, T3) 2. Lebih memperhatikan bangunan budidaya dari bencana alam (S3, T2) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun hubungan yang baik dengan para pengepul (W3, T3) 2. Melakukan Kerjasama antara pemerintah dengan swasta (W1,W3, T1)

Sumber : (NEST3.Co, 2021)

Berdasarkan Gambar 3.3 diatas menunjukkan bahwa NEST3.Co akan melakukan Strategi SO. Strategi ini diambil atas dasar hasil dari analisis pada *Swot quadran* dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Berikut merupakan strategi SO yang akan digunakan oleh NEST3.Co :



- a. Media sosial dapat dijadikan media pemasaran secara online

Strategi SO pertama yang akan direncanakan ialah melakukan pemasaran secara online di media sosial. Hal yang penting dalam melakukan strategi ini ialah menentukan *platform* media sosial yang akan digunakan dan menawarkan produk yang berkualitas. Produk berkualitas yang dimiliki NEST3.Co ialah sarang burung walet yang berwarna putih beras, memiliki ukuran tiga jari, serta varian bentuk mangkok, sudut, dan patahan. Maka, strategi NEST3.Co ialah melakukan pemasaran secara online dengan produk yang berkualitas.

- b. Melakukan edukasi kesehatan secara online mengenai manfaat sarang burung walet

Dengan berkembangnya trend budaya hidup sehat ini dapat dimanfaatkan NEST3.Co sebagai sarana edukasi kepada masyarakat untuk lebih mengenal mengenai manfaat dari produk sarang burung walet. Edukasi kesehatan dilakukan secara online, yang dimana lebih efisien serta lebih dapat menjangkau masyarakat luas.

- c. Membangun bangunan budidaya sarang burung walet yang baru di lokasi yang strategis

Strategi ini dilakukan apabila hasil produksi yang dimiliki oleh NEST3.Co telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan, sehingga strategi yang akan dilakukan ialah membangun bangunan budidaya sarang burung walet yang baru di lokasi yang strategis. Hal ini dikarenakan, permintaan yang meningkat serta banyaknya lokasi strategis yang cocok untuk dibangun tempat budidaya sarang burung walet di Sumatera.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.