



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Ikan cupang yang merupakan bagian dari industri ikan hias yang banyak digemari oleh masyarakat. Minat masyarakat yang semakin meningkat dikarenakan trend yang sedang berlangsung serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan manfaat memelihara ikan cupang hias. Pertumbuhan industri ikan hias cupang sendiri dapat dilihat pada grafik dibawah dengan proyeksi dari tahun 2015-2020.

Gambar 3.1  
Grafik Neraca Perdagangan Ikan Cupang Indonesia



Sumber: Suhana. 17 April 2021. Ekonomi Ikan Cupang. <https://suhana.web.id/2021/04/17/ekonomi-ikan-cupang/> (Diakses Tanggal 21 Oktober 2021).

Dalam 5 Tahun Terakhir, Industri ikan hias mengalami trend / kecenderungan yang selalu meningkat, Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan nilai ekspor ikan cupang yang dikirimkan ke berbagai negara tujuan ekspor yang pada tahun 2015 bernilai US\$35,179, 2016 bernilai

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.



US\$23,038, 2017 bernilai US\$45,819, 2018 bernilai US\$91,733, pada tahun 2019 bernilai US\$68,245, dan pada tahun 2020 bernilai US\$126,751, Sehingga dapat disimpulkan walaupun terdapat penurunan nilai ekspor pada tahun 2016 namun secara umum nilai ekspor ikan cupang mengalami peningkatan yang stabil.

Gambar 3.1 juga menggambarkan bahwa dalam 5 tahun terakhir, tingkat permintaan atau kebutuhan akan produk ikan hias terutama ikan cupang juga mengalami peningkatan, hal ini dapat terlihat dari peningkatan nilai impor ikan cupang. Pada tahun 2015 nilai impor sebesar US\$141, pada tahun 2016 sebesar US\$1,597, tahun 2017 sebesar US\$3,817, tahun 2018 sebesar US\$14,077, tahun 2019 sebesar US\$43,437, dan pada tahun 2020 sebesar US\$114,961. Data nilai impor dapat dilihat pada gambar 3.1 diatas.

Melalui neraca perdagangan 5 tahun terakhir yang menggambarkan adanya peningkatan permintaan terhadap ikan cupang hias baik permintaan dalam maupun luar negeri maka toko Eurasia Aquatic berada dalam industri yang mendukung bertumbuhnya pendapatan penjualan toko karena ukuran industri yang masih berkembang dan mempunyai peluang pasar yang masih besar.

### 3.2 Analisis Pesaing

Analisis persaingan pasar hanya dapat dipahami jika dilihat melalui sudut pandang pasar yang lebih luas terutama dalam pemenuhan kebutuhan dalam pasar yang sama. Dalam hal ini, konsep pasar berfungsi untuk memberikan gambaran pesaing secara aktual dan lebih baik. Pada konsep pasar, perusahaan akan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar yang paling besar. Oleh karena itu, menurut (Rangkuti, 2020a). pengetahuan terperinci mengenai karakter pesaing menjadi kunci atau faktor yang menentukan tingkat persaingan yang dihadapi oleh perusahaan.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karangan ini tanpa menyebutkan sumber.  
2. 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.



Untuk menganalisis karakter pesaing, perusahaan harus menentukan apa strategi yang akan digunakan, tujuan yang ingin dicapai, kekuatan, serta kelemahan yang dimiliki oleh pesaing.

Strategi perusahaan dapat menentukan perusahaan yang menjadi kelompok strategis yang berfungsi untuk menentukan siapa yang menjadi pesaing kunci dalam pasar yang sama, selain penentuan kelompok strategis, diperlukan juga analisis tujuan perusahaan beserta faktor lain seperti ukuran pesaing, pengelolaan usaha pesaing, serta faktor seperti keuangan perusahaan (Kotler, Phillip; Keller, 2016).

Pada tahap ini, toko Eurasia Aquatic memiliki kelompok strategis yang merupakan usaha dengan produk berkualitas serta harga produk yang cukup tinggi. Analisis beberapa pesaing kunci toko Eurasia Aquatic dijabarkan sebagai berikut :

#### a. Beta Pratama Batam

Betta Pratama Batam merupakan salah satu penjual ikan cupang yang menjual ikan cupang melalui media sosial Instagram, Betta Pratama mulai menjual ikan cupang pada 16 Oktober 2020.

- 1) Jenis Produk : Ikan cupang Bluerim
- 2) Segmentasi Pasar : Menengah
- 3) Metode Penjualan : *Online (Instagram)*
- 4) Pengikut Media Sosial : 4,715

#### b. Bareleng Betta

Bareleng Betta merupakan salah satu penjual ikan cupang yang menjual ikan cupang melalui media sosial Instagram. Bareleng Betta mulai menjual ikan cupang pada 12 Oktober 2019.

- 1) Jenis Produk : Ikan cupang Avatar, Bluerim, Hellboy
- 2) Segmentasi Pasar : Menengah ke bawah



- 3) Metode Penjualan : *Online (Instagram)*
- 4) Pengikut Media Sosial : 2,576

**c. Eurasia Aquatic**

- 1) Jenis Produk : Ikan Cupang Jenis Crowntail, Giant, Halfmoon, Plakat
- 2) Segmentasi Pasar : Menengah
- 3) Metode Penjualan : *Offline (Toko) & Online (Facebook, Instagram, Website)*
- 4) Pengikut Media Sosial : 563

Analisis terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing kunci penting untuk dilakukan, dalam menganalisa kekuatan dan kelemahan pangsa pasar atau target yang ingin dicapai oleh pesaing, pangsa pikiran, dan pangsa hati atau gambaran dari penawaran pesaing dalam benak konsumen (Kotler, Phillip, Keller, 2016) dapat ditentukan. Analisis kekuatan dan kelemahan pesaing kunci dijabarkan melalui tabel 3.1 dibawah ini.

**Tabel 3.1**  
**Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing**

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
1. Betta Pratama Batam	1. Citra perusahaan yang sudah terbentuk. 2. Basis pelanggan lebih besar.	1. Ikan cupang yang dijual hanya satu jenis (tidak bervariasi). 2. Kecepatan pengiriman lamban.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Penyalinan tanpa izin IBKKG.

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.



<p>2. Barelang Betta</p>	<p>1. Menjual produk selain ikan cupang. 2. Basis pelanggan lebih besar. 3. Media sosial lebih representatif</p>	<p>1. Metode pembiakan tradisional. 2. Pangsa pasar masih lokal.</p>
<p>Eurasia Aquatic</p>	<p>1. Layanan pelanggan yang baik. 2. Kualitas ikan yang baik. 3. Variasi jenis ikan cupang yang dijual. 4. Jaminan waktu pengiriman.</p>	<p>1. Penetapan tugas &amp; SOP yang belum tertulis. 2. Citra perusahaan yang baru terbentuk. 3. Lokasi usaha yang masih berkembang. 4. Pencatatan keuangan masih sederhana. 5. Rentang harga ikan yang cukup mahal. 6. Metode pembiakan yang belum efektif.</p>

Sumber : Data Instagram, 2021

### 3.3 Analisis PESTEL

Dalam menjalankan operasional usaha, terdapat lingkungan yang mempengaruhi jalannya kegiatan usaha baik dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Untuk menganalisis dampak dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap usaha digunakan analisis PESTEL. Analisis PESTEL merupakan analisis yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan lingkungan tempat sebuah perusahaan beroperasi (Abdullah, 2009). Analisis PESTEL toko Eurasia Aquatic akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Faktor Politik (*Politic*)

Indonesia merupakan negara maritim atau negara kelautan yang memiliki sumber daya perairan yang sangat besar. Pemerintah sebagai penguasa dan pembuat kebijakan atau regulasi

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 3. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 4. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 5. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 6. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 7. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 8. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 9. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 10. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 11. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 12. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 13. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 14. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 15. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 16. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 17. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 18. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 19. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 20. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 21. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 22. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 23. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 24. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 25. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 26. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 27. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 28. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 29. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 30. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 31. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 32. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 33. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 34. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 35. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 36. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 37. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 38. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 39. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 40. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 41. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 42. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 43. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 44. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 45. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 46. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 47. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 48. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 49. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 50. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 51. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 52. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 53. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 54. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 55. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 56. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 57. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 58. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 59. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 60. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 61. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 62. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 63. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 64. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 65. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 66. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 67. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 68. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 69. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 70. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 71. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 72. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 73. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 74. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 75. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 76. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 77. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 78. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 79. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 80. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 81. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 82. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 83. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 84. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 85. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 86. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 87. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 88. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 89. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 90. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 91. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 92. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 93. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 94. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 95. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 96. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 97. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 98. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 99. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.  
 100. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBKKG.



(regulator), sepatutnya memperhatikan pembudidaya ikan agar sumber daya perairan yang dimiliki dapat dioptimalkan dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya demi kemakmuran rakyat sesuai dengan yang tertuang dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945.

Dalam Peraturan Pemerintah terkait usaha perikanan No.54 yang dikeluarkan pada tahun 2002, disebutkan bahwa usaha di kolam yang berada di atas tanah milik pribadi menurut hukum maka pihak tersebut tidak akan dikenakan pungutan pajak perikanan karena ikan cupang dibiakkan dalam kolam yang berdiri di atas tanah milik pribadi. Serta dukungan Pemerintah Kota dalam mendukung adanya acara seperti pameran atau kompetisi ikan cupang secara regional.

#### b. Faktor Ekonomi (*Economy*)

Faktor ekonomi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap semua usaha tidak terkecuali usaha ikan hias cupang serta terdapat beberapa variabel yang berdampak langsung terhadap usaha Eurasia Aquatic. Salah satu variabel perekonomian yang berpengaruh terhadap kegiatan usaha serta mampu merepresentasikan peluang serta ancaman yang ada yakni, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per Kapita dalam pendekatan pendapatan berupa gaji atau upah yang didapatkan, bunga, dan keuntungan yang didapatkan oleh setiap penduduk suatu negara.

Daya beli masyarakat terhadap ikan cupang yang dibiakkan oleh Toko Eurasia Aquatic direpresentasikan oleh PDRB, penggunaan Produk Regional Domestik Bruto (PDRB) dibandingkan Produk Domestik Bruto (PDB) dilakukan karena mayoritas konsumen dari Eurasia Aquatic masih terkonsentrasi pada satu kota, yakni Batam walaupun sudah melayani kota-kota dari daerah lain di Indonesia. PDRB Per Kapita Indonesia meningkat setiap tahunnya. Nilai PDRB Per Kapita penduduk kota Batam terus mengalami kenaikan yang mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki daya beli yang naik setiap tahunnya. Hal ini dapat mendorong masyarakat



untuk melakukan konsumsi barang-barang sekunder dan tersier termasuk membeli ikan cupang yang berkontribusi terhadap kenaikan volume dan nilai penjualan Eurasia Aquatic.

Variabel ekonomi lainnya yang berpengaruh pada kegiatan usaha Eurasia Aquatic yakni tingkat inflasi. Tingkat inflasi di Indonesia dalam periode antara tahun 2011 hingga tahun 2020 mengalami kondisi yang fluktuatif.

#### c. Faktor Sosial (*Social*)

Memelihara ikan cupang menjadi daya tarik tersendiri terutama bagi para penghobi karena ikan cupang dapat menjadi salah satu aspek yang memperindah ruangan karena corak warna yang dimiliki, ikan cupang juga dapat digunakan untuk menghibur menghilangkan rasa suntuk atau rasa penat setelah melakukan berbagai aktivitas. Hal tersebut juga diungkapkan konsumen ikan hias cupang, bahwasanya mereka membeli ikan cupang adalah sebagai hiburan dan untuk memperindah ruangan rumahnya dengan cara membuat akuarium atau *aquascape*. Selain itu, pada saat musim penghujan, jumlah permintaan ikan cupang juga cenderung meningkat dikarenakan ikan cupang dapat memakan jentik-jentik nyamuk sehingga diletakkan di kolam-kolam penampungan air. Faktor Sosial lain yang mempengaruhi operasional Toko Eurasia Aquatic, yakni meningkatnya minat banyak orang di masyarakat terutama kaum milenial yang bosan akibat harus melakukan aktivitas dari rumah yang berpengaruh dengan bertambahnya segmen dan target konsumen yang dilayani toko Eurasia Aquatic.

#### d. Faktor Teknologi (*Technology*)

Evolusi dan inovasi teknologi memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan operasional suatu usaha. Hal tersebut juga berdampak pada usaha Eurasia Aquatic yang menerapkan teknologi konvensional untuk mengelola operasional usahanya



yaitu dengan menggunakan pompa air yang berfungsi menyerap dan mendorong air tanah untuk keluar serta juga menggunakan tabung oksigen yang berfungsi dalam proses pengemasan sehingga benih atau ikan cupang dewasa tetap mendapatkan oksigen saat proses pendistribusian dan sampai ke tangan pelanggan dengan aman. Selain itu, penerapan teknologi juga diterapkan pada proses promosi atau pemasaran kepada pelanggan dimana Eurasia Aquatic menggunakan media sosial seperti *Instagram* atau *Facebook* untuk memasarkan dan menggunakan media sosial tersebut sebagai sarana menerima pemesanan pelanggan, kemudian untuk teknologi pembayaran, toko *Eurasia Aquatic* menggunakan aplikasi seperti *PayPal* bagi pelanggan di luar negeri untuk mempermudah dan memperbanyak metode pembayaran yang memudahkan transaksi pelanggan.

#### e. Faktor Lingkungan (*Environment*)

Faktor Lingkungan yang mempengaruhi operasional Toko Eurasia Aquatic saat ini yakni adalah pandemi COVID-19 yang masih berlangsung, munculnya pandemi menyebabkan munculnya banyak ketidakpastian dalam berbagai bidang industri, hal ini menjadi ancaman di masa yang akan datang dalam jalannya usaha.

Kondisi pandemi COVID-19 membawa disrupti berupa kemajuan pesat dalam penggunaan teknologi yang membuat semua orang membeli barang secara online, hal ini juga berlaku terhadap barang hobi, dalam konteks ini yakni ikan hias cupang, sehingga adanya perubahan ke arah daring ini menjadi peluang peningkatan penjualan melalui metode daring, hal ini berpengaruh pada semakin beragamnya demografi dan peningkatan eksposur pasar yang dilayani ke depannya.

#### f. Faktor Hukum (*Legal*)

Berdasarkan Peraturan Menteri (PerMen) Nomor 49/PERMEN-KP/2014 tentang Usaha Pembudidayaan Ikan, Eurasia Aquatic sebagai usaha mikro tidak perlu mengurus dan memiliki





izin usaha perikanan karena Eurasia Aquatic yang merupakan usaha budidaya ikan hias (cupang) air tawar di kolam air tenang diatas tanah milik pribadi yang luasnya kurang dari 2 hektar, namun

Eurasia Aquatic dapat mengurus dan memiliki izin usaha perikanan melalui Online Single Submission (OSS) untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (UMK).

Selain legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (UMK), faktor lain yang dapat mempengaruhi yakni peraturan perpajakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebesar 0,5% dari omzet yang diperoleh setiap tahunnya bagi usaha yang mempunyai omzet dibawah Rp4,8 milyar setiap tahunnya, namun berdasarkan PP 23/2018, maka UMKM yang belum berbentuk badan usaha dikenakan PPh final dengan tarif 0,5% dari omzet tahunan.

Gambar 3.2

## Nomor Induk Berusaha (NIB) Eurasia Aquatic



### PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

#### NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) 1233000301388

Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB kepada :

Nama Pemilik Usaha	:	ANDREW CHRISTOPHER KOSASIH
Nomor KTP	:	2171102111009005
NPWP Pemilik Usaha	:	
Nama Usaha	:	Eurasia Aquatic
NPWP Usaha	:	-
Alamat	:	JL. CEMARA PINUS NO.22, Kel. Sukajadi, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Prov. Kepulauan Riau
Kode dan Nama KBLI	:	03229 - BUDIDAYA IKAN AIR TAWAR DI MEDIA LAINNYA
Akses Kepabeanaan	:	-
Kekayaan Bersih	:	Rp 50.000.000 ( Lima Puluh Juta Rupiah)

1. NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. NIB adalah bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan pengesahan Tanda Daftar Perusahaan dan hak akses kepabeanaan.
3. Lembaga OSS berwenang untuk melakukan evaluasi dan/atau perubahan atas izin usaha (izin komersial/operasional) sesuai ketentuan perundang-undangan.
4. Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat berubah sesuai dengan perkembangan kegiatan berusaha
5. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya

Diterbitkan tanggal : 18 Maret 2021

Oleh: Badan Koordinasi Penanaman Modal



*Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.*

Sumber : [oss.go.id](https://oss.go.id)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### Gambar 3.3

## Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) Eurasia Aquatic



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

### IZIN USAHA

(Izin Usaha Mikro Kecil)

Berdasarkan ketentuan Pasal 31 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, Bupati/Walikota, Lembaga OSS menerbitkan Izin Usaha berupa **Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)** kepada:

Nama Pemilik Usaha	: ANDREW CHRISTOPHER KOSASIH
Nomor Induk Berusaha	: 1233000301388
Alamat Pemilik Usaha	: JL. CEMARA PINUS NO.22, Kel. Sukajadi, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Prov. Kepulauan Riau
Nama Usaha	: Eurasia Aquatic
Kode KBLI	: 03229
Nama KBLI	: BUDIDAYA IKAN AIR TAWAR DI MEDIA LAINNYA
Alamat Usaha	: Ruko Botania Garden Blok E2 No.6, Kel. Belian, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Prov. Kepulauan Riau

IUMK berlaku untuk melakukan kegiatan usaha baik produksi maupun penjualan barang/jasa dan berlaku sebagai izin lokasi usaha sesuai ketentuan perundangan.

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) berlaku efektif sejak tanggal dikeluarkan.

Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya

Tanggal Terbit Izin Usaha : 18 Maret 2021



*Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.*

Sumber : oss.go.id

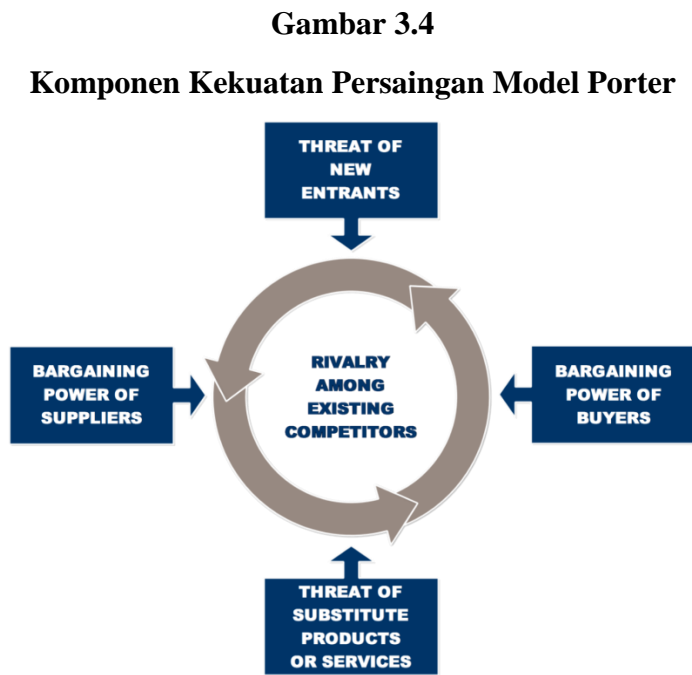


Tabel 3.2 Identifikasi PESTEL

No	Political	Economic	Social	Technology	Environment	Legal, Law, Regulation
1.	Dukungan pemerintah dalam penyelenggaraan pameran/kompetisi ikan cupang.	Kenaikan PDRB per kapita.	Meningkatnya minat masyarakat yang bosan akibat harus melakukan aktivitas dari rumah.	Kemajuan teknologi yang mendorong kegiatan operasional.	Perubahan metode pembelian akibat pandemi sehingga eksposur dan variasi pasar meningkat.	Kemudahan perizinan usaha (NIB & IUMK).
		Tingkat inflasi yang berfluktuasi.				Pengenaan pajak penghasilan terhadap omzet.

Sumber : Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal

3.4 Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces Model)



Sumber : Analisa Lingkungan Eksternal

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lingkungan industri merupakan aspek yang penting untuk melakukan analisis dan mengidentifikasi pesaing untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, dan tujuan yang dimiliki oleh pesaing demi keberhasilan strategi dan tujuan yang telah ditetapkan usaha.

Menurut Porter dalam David (2009), keadaan persaingan dalam suatu bidang usaha bergantung pada lima kekuatan persaingan pokok yaitu ancaman pendatang/pesaing baru, daya tawar pemasok, daya tawar konsumen, ancaman produk pengganti, dan persaingan antar usaha pesaing.

Untuk menganalisis lima kekuatan persaingan pokok tersebut serta untuk menganalisis pengaruh lingkungan industri terhadap suatu usaha, maka Michael Porter mengembangkan Pemodelan 5 Kekuatan Porter (*Porter 5 Forces Model*). Analisis lima kekuatan persaingan Porter dari toko Eurasia Aquatic akan dijelaskan sebagai berikut :

#### a. Ancaman Pendatang Baru

Intensitas persaingan semakin tinggi saat pesaing baru dapat memasuki suatu pasar atau industri dengan mudah. Industri budidaya ikan cupang termasuk dalam industri yang mudah dimasuki oleh pendatang atau pesaing baru. Modal memulai usaha yang kecil, dapat dibudidayakan di tempat terbatas, serta metode pembiakan yang dapat dengan mudah dilakukan membuat banyak pembudidaya-pembudidaya individu berskala kecil/rumah tangga mulai masuk dalam industri budidaya ikan cupang ini.

Sebagian besar pembudidaya individu bergabung dalam satu kelompok yang lebih besar membuat kelompok pembudidaya memiliki keahlian, kapasitas, serta tingkat produksi yang terjaga sehingga setara dengan perusahaan berskala sedang maupun yang lebih besar. Berkembangnya jumlah pengusaha-pengusaha kecil ini dapat menjadi ancaman yang cukup serius bagi toko Eurasia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang membuat utip sebagian atau seluruh karutis ini tanpa mencantumkan 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Aquatic, terlebih biasanya kelompok pembudidaya ikan hias memiliki target pasar utama yang sama dengan toko Eurasia Aquatic.

### b. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok dapat mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok yang ada di pasar, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan baku yang berkualitas baik atau ketika biaya peralihan ke bahan baku lain sangat tinggi. Produsen dan pemasok memiliki kepentingan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang dengan cara saling membantu dengan menetapkan harga jual yang wajar dan masuk akal, kualitas yang baik, pengembangan layanan baru, pengiriman tepat waktu, dan biaya persediaan yang lebih rendah. Dalam menjalankan usahanya, Eurasia Aquatic tidak memiliki ketergantungan maupun kemitraan dengan salah satu pemasoknya.

Eurasia Aquatic membeli kebutuhan bahan baku seperti pakan, obat-obatan, indukan, bibit, tabung oksigen, plastik, dan lain sebagainya secara online atau melalui sesama penjual yang menawarkan kebutuhan bahan baku yang terjamin kualitasnya. Jumlah pemasok yang cukup banyak membuat Eurasia Aquatic memiliki alternatif atau opsi untuk memilih dan berganti pemasok dengan dasar penawaran harga jual bahan baku yang lebih murah antara pemasok-pemasok yang ada. Hal ini membuat daya tawar pemasok tidak terlalu berpengaruh atau memberikan ancaman yang relatif kecil terhadap kelangsungan usaha toko Eurasia Aquatic.

### c. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen merupakan aspek kekuatan paling penting yang mempengaruhi keunggulan bersaing toko Eurasia Aquatic. Konsumen toko Eurasia Aquatic merupakan individu



baik penghobi maupun pedagang dan toko ikan yang membeli ikan secara satuan atau secara partaiian yang membeli secara langsung baik di toko maupun membeli secara *online*.

Namun, konsumen utama Eurasia Aquatic merupakan toko-toko baik di dalam negeri maupun luar negeri karena biasa toko-toko ikan tersebut melakukan pembelian dalam jumlah besar. Konsumen Eurasia Aquatic memiliki daya tawar yang cukup besar terhadap perusahaan. Hal ini disebabkan tidak adanya kemitraan atau perjanjian khusus mengenai standar kualitas maupun keberlanjutan pemasaran hasil produksi Eurasia Aquatic dengan toko-toko ikan lain sebagai target konsumen utama. Target konsumen utama tersebut memiliki kendali untuk memilih jenis ikan apa dan kapan mereka bisa membeli ikan yang dihasilkan oleh toko Eurasia Aquatic. Namun jumlah pengumpul maupun konsumen lainnya seperti eksportir yang cukup banyak dan informasi harga ikan cupang di pasaran yang mudah diakses serta mudah diketahui membuat Eurasia Aquatic memiliki kekuatan untuk menyeimbangkan kekuatan dari daya tawar konsumen yang cukup besar.

#### d. Ancaman Produk Pengganti

Tekanan persaingan yang berasal dari produk pengganti memiliki pengaruh yang cukup besar terlebih ketika pesaing berusaha untuk memperluas kapasitas produksi dan penetrasi pasar. Produk pengganti dalam industri ikan cupang yakni jenis ikan hias lain seperti *guppy* maupun ikan hias lainnya serta hewan yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan ikan hias yaitu hewan peliharaan seperti hamster dan binatang reptil yang dapat dipelihara dalam terrarium merupakan produk pengganti ikan hias yang memiliki potensi menggantikan ikan hias, baik sebagai bahan dekorasi untuk menambah nilai estetika ruangan maupun sebagai produk hobi untuk di pelihara. Nilai permintaan dan produksi hewan peliharaan dalam terrarium yang meningkat setiap tahun dapat memberikan tekanan kompetitif bagi industri ikan hias.



### e. Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Persaingan antar perusahaan saingan merupakan kekuatan yang paling berpengaruh dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan akan berhasil sejauh strategi tersebut memiliki kekuatan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh suatu perusahaan sering ditanggapi dengan langkah balasan dari pesaing seperti : penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan pengintensifan iklan. Persaingan dalam budidaya ikan cupang berdasarkan data dan prediksi Kementerian Kelautan dan Perikanan akan semakin meningkat dan ketat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan meningkatnya jumlah pembudidaya perseorangan yang dan pembudidaya perusahaan yang memproduksi dalam jumlah yang cukup besar. Bertambahnya para pembudidaya perseorangan yang bergabung atau membentuk kelompok baru membuat produksi mereka secara ukuran dan kapasitas produksi semakin setara dengan produksi yang dilakukan perusahaan-perusahaan pembudidaya ikan cupang termasuk Eurasia Aquatic. Pesaing utama Eurasia Aquatic yaitu para pembudidaya yang tergabung dalam kelompok pembudidaya ikan dan perusahaan pembudidaya ikan hias lainnya di kota Batam yang memiliki kapasitas produksi yang hampir sama dengan Eurasia Aquatic yaitu sekitar 4.000-5.000 ekor/tahun, memiliki target pasar utama yang sama yaitu individu maupun toko ikan baik dalam lingkup kota Batam, luar kota Batam, serta pasar luar negeri.

Saat ini terdapat banya kelompok pembudidaya ikan dan toko ikan di daerah Batam yang dapat menjadi pesaing utama dan potensial menjadi ancaman bagi Eurasia Aquatic. Meskipun cukup banyak pesaing, tetapi persaingan dinilai belum kuat karena permintaan ikan cupang yang datang dari pelanggan, eksportir dan pembeli eceran masih mampu menyerap seluruh hasil produksi Eurasia Aquatic dan para pesaingnya, dengan kata lain jumlah produksi atau *supply*

1. Ditanggung jawab sebagai ketua atau seluruh kan tulisni tanpa mencantumkan penyediaan sumber:
  - a. Pengutipannya 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.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
Kwik Kian Gie (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)





masih bisa memenuhi bahkan masih belum mencukupi permintaan (*demand*) yang ada di pasar sehingga potensi usaha ini menjadi sangat besar.

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

Menurut (David, Fred 2013:113), analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan analisis yang digunakan untuk mengenali (identifikasi) pesaing-pesaing utama perusahaan beserta kekuatan dan kelemahan spesifik pesaing dalam hubungan analisa letak posisi strategis perusahaan dalam industri. Matriks dapat membantu perusahaan dalam membandingkan keunggulan tiap perusahaan. Analisis CPM menggunakan sistem bobot dan rating pada setiap faktor kunci yang dimiliki perusahaan. Bobot yang diberikan berkisar antara 0-1 untuk menentukan faktor yang merupakan kunci yang paling penting bagi kesuksesan perusahaan, kemudian rating digunakan untuk menggambarkan kondisi strategis perusahaan terhadap pesaing lainnya, setelah diberikan bobot dan rating, kemudian bobot dan rating akan dikalikan hingga mendapatkan nilai (skor) untuk masing-masing faktor kunci dan kemudian dijumlahkan untuk kemudian dibandingkan dengan nilai dari perusahaan pesaing.

Faktor kunci strategis perusahaan menjadi acuan untuk dapat meningkatkan keuntungan dari kelebihan yang dimiliki agar daya saing perusahaan dapat meningkat dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, faktor strategis yang akan digunakan toko Eurasia Aquatic dalam perbandingan kekuatan dan kelemahan dengan pesaing, yakni sebagai berikut :

1. Ditang mengunp sebagian atau seluruhnya tulis i-tamp mentukan dan menyebutkan suab:
  - 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 3.3

CPM Eurasia Aquatic

Key Success Factors	Weight	Eurasia Aquatic		Betta Pratama		Barelang Bet ta	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Penetapan tugas & SOP profesional	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Layanan pelanggan	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Citra usaha	0,05	3	0,15	4	0,2	4	0,2
Lokasi usaha	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1
Rentang harga ikan	0,15	3	0,45	2	0,3	2	0,3
Pencatatan keuangan yang masih sederhana	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1
Metode pembiakan	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1
Kualitas ikan	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Variasi jenis ikan	0,15	4	0,6	2	0,3	4	0,6
Jaminan waktu pengiriman	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Total	1		3,3		2,45		2,8

Sumber : Hasil Survei, 2021

Hasil analisis CPM menunjukkan perbedaan skor yang menggambarkan kekuatan toko Eurasia Aquatic dibandingkan dengan dua pesaing kunci yang digunakan untuk perbandingan. Nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing dapat digambarkan dalam beberapa faktor kunci yang berlaku, toko Eurasia Aquatic menekankan layanan pelanggan yang baik dengan menyediakan informasi dan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen, kemudian toko Eurasia Aquatic juga unggul dalam produksi ikan cupang yang berkualitas dengan membeli indukan ikan cupang yang sudah terbukti kualitasnya atau pernah memenangi kompetisi ikan cupang, selain itu variasi jenis ikan yang memberikan lebih banyak pilihan bagi konsumen juga

1. 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.





menjadi keunggulan dari toko Eurasia Aquatic, kemudian jaminan waktu pengiriman yang menjadi perhatian dari toko Eurasia Aquatic guna menjaga loyalitas konsumen.

Sedangkan pesaing lain seperti Beta Pratama dan Bareleng Beta lebih berfokus pada citra usaha dibandingkan dengan kualitas produk yang diproduksi mereka sendiri, dikarenakan pangsa pasar pesaing yang lebih menyasar menengah kebawah sehingga konsumen pesaing tidak terlalu memikirkan kualitas ikan cupang yang diproduksi.

### 3.6 Analisis Lingkungan Eksternal & Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT merupakan analisis untuk menyusun faktor-faktor strategis yang dimiliki perusahaan untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2019). Analisis SWOT digunakan untuk menentukan kekuatan dan peluang yang dapat digunakan untuk meningkatkan kelebihan perusahaan serta kelemahan dan ancaman yang dapat ditingkatkan di kemudian hari. Beberapa strategi yang dapat dirumuskan melalui analisis SWOT, yakni :

#### a. Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi perusahaan untuk menggunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dihadapi perusahaan.

#### b. Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi perusahaan untuk memperbaiki kelemahan dalam internal perusahaan dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal yang tersedia.

#### c. Strategi ST



Strategi ST merupakan strategi yang digunakan perusahaan saat perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal yang dapat

mempengaruhi kinerja perusahaan.

#### d. Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi taktik bertahan (*defensif*) yang bertujuan untuk meminimalisir kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan.

Berdasarkan analisis pesaing, analisis PESTEL, analisis lima kekuatan persaingan model Porter (*Porter Five Forces Model*), dan analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), toko Eurasia Aquatic memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dijabarkan sebagai berikut :

Identifikasi faktor-faktor internal yang didalamnya terkandung kekuatan dan kelemahan perusahaan digunakan untuk menyusun matriks Internal Factor Evaluation (IFE). Aspek-aspek yang ditinjau untuk mengidentifikasi faktor internal meliputi aspek *Management, Marketing, Finance/Accounting, Production/Operation, dan Research & Development*.

Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Eurasia Aquatic dijabarkan melalui tabel 3.4 dibawah ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 3.4

Identifikasi Faktor Internal

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Manajemen		1. Penetapan tugas & SOP yang masih belum tertulis.
Pemasaran	1. Layanan pelanggan yang baik.	1. Citra perusahaan baru terbentuk. 2. Lokasi usaha
Keuangan/Akuntansi		1. Pencatatan keuangan yang masih sederhana. 2. Rentang harga ikan
Produksi/Operasi	1. Kualitas ikan 2. Variasi jenis ikan. 3. Jaminan waktu pengiriman.	1. Metode pembiakan kurang efektif

Sumber : Analisa CPM

a. Kekuatan

1.) Layanan Pelanggan yang Baik

Toko Eurasia menekankan pelayanan pelanggan yang baik untuk membangun citra baik toko di mata pelanggan, hal ini bertujuan agar di kemudian hari konsumen bisa mempercayai pembelian ikan cupang di toko Eurasia Aquatic dan dapat mempromosikan toko kepada orang lain, toko Eurasia Aquatic memberikan layanan pelanggan berupa informasi terkkait ikan yang dibeli oleh pelanggan beserta cara perawatan dan peralatan yang dibutuhkan, kemudian tersedianya informasi berupa resi pengiriman ikan pada pelanggan dan jaminan penggantian ikan atau uang jika ikan yang diterima konsumen tidak sesuai atau ikan yang diterima pelanggan mati.

2.) Kualitas Ikan

Toko Eurasia Aquatic memperhatikan dan menekankan kualitas ikan sebagai salah satu kekuatan yang dimiliki, toko Eurasia Aquatic telah menyeleksi indukan ikan cupang yang diproduksi hanya merupakan ikan cupang yang telah mencapai ukuran badan tertentu serta corak warna yang dihasilkan merupakan warna yang memenuhi standar kualitas, toko Eurasia Aquatic

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



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip atau seuruhnya atau sebagian  
 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.



membeli indukan cupang dari pemasok yang terpercaya serta membeli indukan di lokasi kompetisi agar mendapatkan ikan yang terjamin kualitas dan prestasinya.

### 3.) Variasi Jenis Ikan

Toko Eurasia Aquatic menawarkan jenis ikan yang bervariasi kepada pelanggan, hal ini disebabkan toko Eurasia Aquatic yang ingin menjaga kepuasan konsumen dimana dengan adanya variasi jenis ikan maka konsumen dapat memilih dan membeli ikan cupang yang diinginkan hanya di toko Eurasia Aquatic sehingga meminimalisir kemungkinan konsumen membeli ikan cupang di toko pesang.

### 4.) Jaminan Waktu Pengiriman

Dengan produk ikan cupang yang merupakan makhluk hidup, maka toko Eurasia Aquatic memberikan jaminan waktu pengiriman jika jasa pengiriman terlambat mengirimkan barang karena disebabkan oleh jasa pengirimannya sendiri, sehingga mengakibatkan waktu pengiriman yang lebih lama dari yang dijanjikan, jika terjadi keterlambatan waktu pengiriman, karyawan akan menjelaskan penyebab terjadinya keterlambatan dan menawarkan hadiah seperti bonus peralatan atau ikan cupang hingga penggantian uang (*refund*).

### b. Kelemahan

#### 1.) Penetapan Tugas dan SOP Belum Tertulis

Dalam menjalankan operasional usahanya, toko Eurasia Aquatic menerapkan prinsip kekeluargaan sehingga penetapan tugas masih dilakukan secara lisan, begitu pula dengan SOP, hal ini dapat menjadi kelemahan dimana standar pekerjaan yang dilakukan menjadi tidak jelas dan tidak profesional.

Hak Cipta milik IBIKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Didudungi Undang-Undang

1. Dirang menguraikan atau uraian ke-nya tulis ini tanpa mencan-kan dan menyedi-kan s-ber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



## 2.) Citra Perusahaan yang Baru Terbentuk

Dengan citra usaha yang baru terbentuk, maka upaya yang dikeluarkan bagi toko Eurasia Aquatic untuk melakukan kegiatan promosi dan mendapatkan kepercayaan pelanggan untuk membeli di toko Eurasia Aquatic lebih besar.

## 3.) Lokasi Usaha

Lokasi usaha yang berada di lokasi yang sedang berkembang, menjadi kelemahan jika ada pelanggan atau pembeli individu yang ingin membeli ikan cupang secara langsung ke toko.

## 4.) Pencatatan Keuangan yang Masih Sederhana

Dalam menjalankan usahanya, toko Eurasia Aquatic masih mencatat laporan keuangan secara sederhana sehingga hal ini menyebabkan pembuatan laporan keuangan menjadi tidak efektif dan efisien yang berdampak pada operasional toko.

## 5.) Rentang Harga Ikan yang Cukup Mahal

Karena toko Eurasia Aquatic memperhatikan kualitas ikan yang diproduksi, maka biaya pembiakan ikan cupang menjadi lebih mahal karena indukan cupang yang sudah mahal ditambah dengan metode pembiakan yang dilakukan secara profesional, sehingga berdampak pada harga ikan cupang yang meningkat dan menjadi cukup mahal dibandingkan dengan pesaing.

## 6.) Metode Pembiakan yang Kurang Efektif

Dengan mencari indukan cupang dengan jenis dan standar kualitas tertentu, untuk menjaga kualitas ikan cupang yang diproduksi maka pembiakan ikan cupang memakan waktu yang lebih lama dari seharusnya sehingga menjadi kurang efektif walaupun kualitas ikan yang diproduksi terjaga.



Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Eurasia Aquatic dijabarkan melalui tabel 3.5 di bawah ini.

**Tabel 3.5**  
**Identifikasi Faktor Eksternal**

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Ekonomi	1. Peningkatan PDRB per kapita.	1. Tingkat inflasi yang berfluktuatif.
Sosial Budaya	1. Meningkatnya minat masyarakat dalam memelihara ikan hias.	
Politik	1. Pembebasan pungutan usaha perikanan oleh pemerintah. 2. Dukungan Pemerintah Kota dalam mengadakan pameran/kompetisi.	1. Pengenaan pajak penghasilan terhadap omzet.
Teknologi	1. Kemajuan teknologi yang mendorong operasional usaha.	
Kompetitif		1. Jumlah pesaing/pendatang baru meningkat. 2. Adanya produk substitusi.

Sumber : Analisis PESTEL & Porter Five Forces Model

**c.) Peluang**

**1.) Pembebasan Pungutan Perikanan oleh Pemerintah**

Pembebasan pungutan perikanan oleh pemerintah menjadi peluang bagi toko Eurasia Aquatic untuk mengalokasikan dana yang seharusnya digunakan untuk membayar pungutan dan mengalokasikan dana tersebut untuk memenuhi kebutuhan usaha lainnya untuk meningkatkan produksi yang berdampak pada peningkatan pendapatan.

**2.) Adanya Pameran/Kompetisi Ikan Cupang**

Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Hak cipta dilindungi undang-Undang  
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacu ke 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian





Pameran atau kompetisi dapat menjadi sarana pengenalan produk dan meningkatkan minat serta promosi merek perusahaan. Hal ini menjadi peluang bagi Eurasia Aquatic untuk melakukan

penetrasi pasar dengan memperluas pangsa pasar yang ada.

### 3.) Peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita

Peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita menjadi peluang peningkatan penjualan karena dengan meningkatnya PDRB per kapita maka pendapatan konsumen meningkat, dengan meningkatnya pendapatan konsumen maka daya beli konsumen tersebut juga meningkat, dengan daya beli yang meningkat maka konsumen dapat memenuhi kebutuhan sekunder seperti memenuhi hobi dengan membeli ikan cupang.

### 4.) Meningkatnya Minat Masyarakat untuk Memelihara Ikan Hias

Meningkatnya minat masyarakat untuk memelihara ikan hias karena pandemi COVID-19 menjadi peluang karena dengan kegiatan masyarakat yang banyak dilakukan dirumah, maka untuk menghilangkan rasa jenuh dan menghilangkan rasa penat dan stress maka masyarakat membeli ikan hias cupang yang juga dapat digunakan untuk menjadi penghias ruangan agar menjadi lebih hidup.

### d.) Ancaman

#### 1.) Pesaing Baru yang Semakin Bertambah

Dengan modal memulai usaha yang kecil, dapat dibudidayakan di tempat dengan ukuran terbatas, serta metode pembiakan yang dapat dilakukan dengan mudah membuat banyak pembudidaya-pembudidaya individu kecil/rumah tangga mulai memasuki pasar budidaya ikan



cupang ini. Dengan pangsa pasar yang sama dengan adanya banyak pesaing baru dapat mengancam pangsa pasar yang telah dimiliki toko Eurasia Aquatic.

## 2.) Ancaman Produk Pengganti

Produk pengganti dalam industri ikan cupang yakni jenis ikan hias lain seperti *guppy* maupun ikan hias lainnya serta hewan peliharaan yang dipelihara dalam *terrarium* seperti hewan pengerat seperti hamster atau landak kecil atau binatang reptil seperti kura-kura atau bunglon yang dapat menjadi produk substitusi dan memiliki potensi untuk menggantikan ikan hias, baik sebagai elemen dekorasi untuk menambah estetika dan mempercantik ruangan maupun sebagai produk hobi untuk dipelihara. Nilai permintaan dan produksi hewan peliharaan dalam *terrarium* yang meningkat setiap tahun dapat memberikan ancaman serius bagi industri ikan hias seperti cupang.

## 3.) Tingkat Inflasi yang Fluktuatif

Dengan tingkat inflasi yang fluktuatif, maka pengeluaran yang digunakan untuk membiakkan ikan cupang juga menjadi tidak menentu, hal ini juga berdampak pada kemungkinan naiknya harga ikan cupang yang ada di pasar.

## 4.) Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Omzet

Dengan dikenakannya pajak penghasilan terhadap omzet perusahaan juga dapat berpengaruh pada naiknya harga ikan cupang, dengan naiknya harga ikan cupang maka dapat berpengaruh terhadap turunnya minat dan daya beli masyarakat, terutama terhadap komoditas ikan cupang yang merupakan barang hobi (sekunder).

Berdasarkan hasil kuisisioner yang dibagikan, didapatkan identifikasi faktor internal dan faktor eksternal sebagai tahap input untuk merumuskan pengembangan strategis dengan

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditanggung-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau membuat karya tulis lain tanpa mengutip sumbernya.  
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.



pemberian skor faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha budidaya ikan cupang. Tabel 3.6 dan Tabel 3.7 disajikan matriks IFE dan EFE sebagai berikut.

**Tabel 3.6 Matriks IFE**

No.	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
A	Layanan pelanggan yang baik	0,15	4,00	0,6
B	Kualitas ikan	0,15	4,00	0,6
C	Variasi jenis ikan	0,15	4,00	0,6
D	Jaminan waktu pengiriman	0,1	4,00	0,4
Total		0,55		2,2
<b>Kelemahan</b>				
E	Penetapan tugas & SOP yang belum tertulis	0,1	2,00	0,2
F	Citra usaha yang baru terbentuk	0,05	3,00	0,15
G	Lokasi usaha	0,05	2,00	0,1
H	Pencatatan keuangan masih sederhana	0,05	2,00	0,1
I	Rentang harga ikan yang relatif mahal	0,15	3,00	0,45
J	Metode pembiakan yang tidak efektif & efisien	0,05	2,00	0,1
Total		0,45		1,1
<b>Total IFE</b>		<b>1,000</b>		<b>3,3</b>

Sumber : Data Primer (Diolah) 2021

Matriks IFE berguna untuk mengetahui kaitan dan pengaruh faktor-faktor internal terhadap kekuatan dan kelemahan usaha (Yuliantari, 2015). Berdasarkan perhitungan matriks IFE diatas diperoleh nilai total IFE sebesar 3,3. Hal ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mengatasi kelemahan yang dihadapi perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan usaha yang berada diatas rata-rata serta menggambarkan kekuatan usaha yang lebih berpengaruh dibandingkan dengan kelemahan.

**Tabel 3.7 Matriks EFE**

No.	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				



A	Pembebasan pungutan usaha perikanan oleh pemerintah	0,1	3,00	0,3
B	Adanya pameran/kompetisi ikan cupang regional	0,1	3,00	0,3
C	Peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita	0,15	4,00	0,6
D	Meningkatnya minat masyarakat untuk memelihara ikan hias	0,15	4,00	0,6
E	Kemajuan teknologi yang mendorong operasional usaha	0,1	3,50	0,35
	Total	0,6		2,15
	<b>Ancaman</b>			
F	Pendatang/pesaing baru yang semakin bertambah	0,15	1,25	0,1875
G	Adanya produk substitusi (hewan peliharaan selain ikan cupang)	0,15	1,25	0,1875
H	Tingkat inflasi yang fluktuatif	0,05	1,00	0,05
I	Pengenaan Pajak penghasilan terhadap omzet	0,05	1,00	0,05
	Total	0,4		0,475
	<b>TOTAL EFE</b>	<b>1,000</b>		<b>2,625</b>

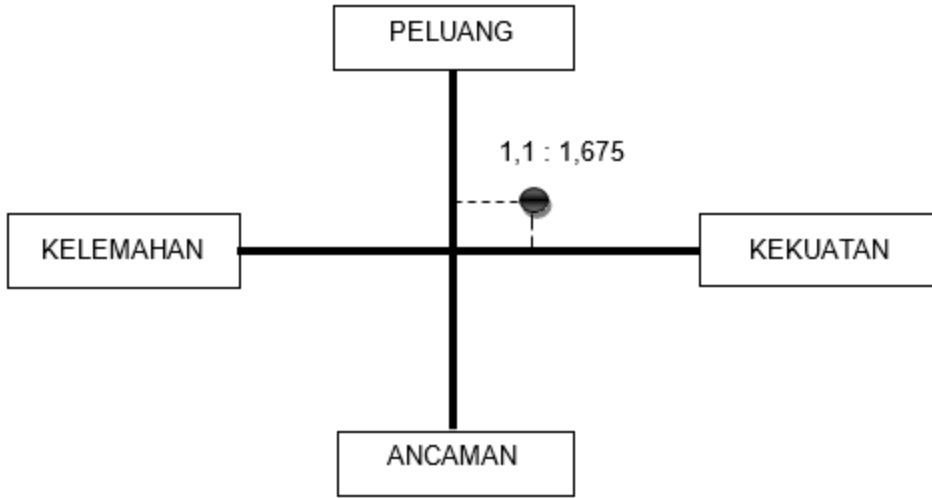
Sumber : Data Primer (Diolah) 2021

Matriks EFE berguna untuk mengukur tingkat atau besaran pengaruh faktor-faktor eksternal suatu usaha (Ningsih & Hamamah, 2014). Berdasarkan perhitungan matriks EFE diatas diperoleh nilai EFE total sebesar 2,625. Hal ini menggambarkan bahwa perusahaan mampu mengatasi ancaman yang dihadapi dengan menggunakan peluang rata-rata serta faktor peluang lebih berpengaruh dibandingkan dengan ancaman.

Tahap selanjutnya dalam perumusan strategi perusahaan yakni mencocokkan faktor-faktor internal dan eksternal vital untuk menciptakan alternatif atau opsi strategi yang dapat digunakan, dalam tahap pencocokan dilakukan tahap penyusunan matriks IE dan analisis SWOT. Menurut Zulkarnaen & Sutopo (2013), matriks IE merupakan gambaran untuk meletakkan dan memetakan skor total IFE dan EFE. Skor bobot total yang diperoleh dari divisi-divisi tersebut memungkinkan susunan matriks IE di tingkat perusahaan (Guyana & Mustamu, 2013). Berikut matriks IE yang ditunjukkan pada Gambar 3.5 dibawah ini.

**Gambar 3.5**  
**Matriks IE Toko Eurasia Aquatic**

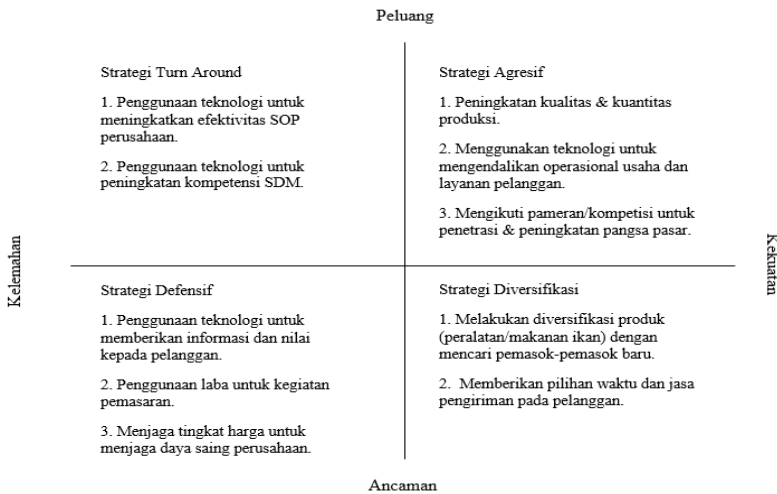




Sumber : Analisis Faktor Internal & Eksternal

Gambar 3.7

Diagram Analisis S.W.O.T



Sumber : Analisis Faktor Internal & Eksternal

Strategi yang dapat dihasilkan berdasarkan analisis S.W.O.T, antara lain :

- 1.) Strategi SO

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.





Strategi ST yang dapat dilakukan Eurasia Aquatic yakni melakukan efisiensi biaya produksi dan distribusi. Meningkatnya persaingan, laju inflasi dan perekonomian yang fluktuatif menjadi potensi ancaman terhadap pembengkakan biaya operasional Eurasia Aquatic. Hal ini dapat dicegah dengan melakukan analisa dan evaluasi terhadap biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan. Efisiensi dilakukan dengan mempertimbangkan cadangan biaya hal tidak terduga, serta biaya-biaya untuk pakan, pembelian benih yang berkualitas, biaya pengiriman produk, serta penghematan peralatan listrik. Efisiensi dapat meningkatkan posisi bersaing toko karena produksi dapat dilakukan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing.

#### 4.) Strategi WT

Strategi WT yang dapat dilakukan Eurasia Aquatic ialah membuat *Standard Operational Procedure* (SOP), SOP dibuat sebagai pedoman kerja yang jelas dan rinci untuk manajemen dan karyawan dalam mengambil keputusan. Prosedur yang baik memberikan kemudahan & kenyamanan bagi karyawan dalam bekerja karena masing-masing karyawan telah mengetahui tugas dan kewajiban yang harus dilakukan. SOP juga memudahkan pemilik untuk melakukan evaluasi kinerja karyawan, Eurasia Aquatic juga dapat menjalin kerjasama dengan pemasok lain agar ketersediaan ikan dapat tetap terjaga dan variasi ikan yang ditawarkan menjadi semakin lengkap, strategi ini sesuai dengan hasil matriks IE dimana strategi integratif horizontal dapat diterapkan untuk memenuhi pasokan yang diminta pelanggan.

Hasil analisis S.W.O.T yang telah dilakukan untuk mendapatkan strategi perusahaan dijabarkan melalui matriks S.W.O.T dibawah ini.

Hal Cipta Dilindungi  
1. Pelarangan menyalin atau sebagian karya tulis ini tanpa mengizinkan 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 3.8

Matriks S.W.O.T Toko Eurasia Aquatic

Internal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<p><b>Internal</b></p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>3. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>4. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>5. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p><b>Internal</b></p> <p>1. Layanan pelanggan yang baik.</p> <p>2. Kualitas ikan.</p> <p>3. Variasi jenis ikan.</p> <p>4. Jaminan waktu pengiriman.</p>	<p><b>Internal</b></p> <p>1. Penetapan tugas &amp; SOP yang belum tertulis.</p> <p>2. Citra usaha yang baru terbentuk.</p> <p>3. Lokasi usaha</p> <p>4. Pencatatan keuangan masih sederhana.</p> <p>5. Rentang harga ikan yang relatif mahal.</p> <p>6. Metode pembiakan yang tidak efektif dan efisien.</p>
<p><b>Eksternal</b></p> <p>1. Pembebasan pungutan usaha perikanan oleh pemerintah.</p> <p>2. Adanya pameran/kompetisi ikan cupang regional.</p> <p>3. Peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita.</p> <p>4. Meningkatnya minat masyarakat untuk memelihara ikan hias.</p> <p>5. Kemajuan teknologi yang mendorong operasional usaha.</p>	<p><b>Strategi SO</b></p> <p>1. Berpartisipasi dalam pameran/kompetisi ikan cupang.</p> <p>2. Meningkatkan kualitas &amp; kuantitas produksi.</p>	<p><b>Strategi WO</b></p> <p>1. Meningkatkan keahlian pengelolaan, keuangan, dan sistem informasi.</p> <p>2. Membuat perjanjian kualitas dengan pelanggan.</p>
<p><b>Eksternal</b></p> <p>1. Pendatang/pesaing yang semakin bertambah.</p> <p>2. Ancaman produk substitusi (hewan peliharaan selain ikan cupang).</p>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>1. Efisiensi biaya operasional untuk menekan biaya produksi.</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>1. Membuat Standard Operational Procedure (SOP).</p> <p>2. Melakukan kerjasama dengan pemasok lain untuk memenuhi permintaan pasar.</p>

C

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



3. Tingkat inflasi yang fluktuatif. 4. Pengenaan Pajak Penghasilan terhadap omzet.		
---	--	--

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.