# **BAB III**

# **ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING**

 Analisis industri dikenal sebagai audit manajemen strategi eksternal atau analisis lingkungan. Menurut Fred R. David (2015:45), industri merupakan kumpulan perusahaan yang memproduksikan barang yang sama atau hampir sama. Sebelum pebisnis menjalankan usahanya, tentu pebisnis harus menganalisis lingkungan industri yang berkaitan terhadap bisnis yang akan didirikan. Hal ini dilakukan pebisnis agar dapat mengetahui keadaan dan gambaran mengenai kondisi industri yang sedang terjadi saat ini serta pertumbuhan dalam industri yang dapat menciptakan peluang bagi bisnis.

## Tren dan Pertumbuhan Industri

 Pertumbuhan industri tentu dipengaruhi oleh permintaan konsumen yang terus meningkat setiap waktu. Dengan tingginya tingkat pertumbuhan penduduk, tingkat kebutuhan konsumsi pangan masyarakat sebagai faktor utama untuk bertahan hidup turut meningkatkan pertumbuhan industri perikanan.

*Tabel 3.1*

*Tahun Konsumsi ikan per kapita*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

 <https://www.cdmione.com/source/2017/Perikanan2017.pdf>

## Analisis Pesaing

 Kemampuan memahami pesaing menjadi salah satu faktor keberhasilan sebuah bisnis. Dengan memahami pesaingnnya, perusahaan akan dipermudah untuk memutuskan dimana akan bersaing dan mengetahui posisi di antara pesaing. Namun untuk mengenal lebih jauh para pesaingnnya diperlukan upaya analisis. Analisis Menurut David, (2015:59), pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Pasar dapat mencakup area Geografis ataupun segmentasi produk. Analisis tersebut meliputi kegiatan:

1. Mengidentifikasi pesaing

 Pada dasarnya, perusahaan kompetitor dapat diidentifikasi dari sudut pandang industri dan sudut pandang pasar. Dari sudut pandang industri, tugas perusahaan adalah mengidentifikasi secara lengkap dan benar produk apa saja yang dimiliki para pesaingnya, karena terkadang sebuah perusahhan tertentu menawarkan produk yang beragam. Sedangkan menggunakan besarnya pasar yang dikuasai pesaing melalui segmen pasar yang akan dimasuki.

Sebagai langkah awal dalam mengidentifikasi para pesaing kami mungumpulkan informasi dari konsumen, pesaing menjual ikan dengan harga tinggi, sedangkan kami menjual dengan harga murah tapi kualitas yang kami pasarkan cukup bagus.

1. Menilai pesaing

 Untuk menilai pesaing, terdapat beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Mengetahui tujuan pesaing

Dengan mengetahui bauran tujuan pesaing, perusahaan akan mengetahui tingkat kepuasaan pesaing akan kondisi saat ini dan bagaimana pesaing bereaksi terhadap tindakan kompetitif yang berbeda.

 pesaingmenjual produk yang akan dipasarkan namun pembeli mengambil sendiri tanpa di antar oleh pesaing, sedangkan kami menjual produk yang akan dipasarkan dapat diantarkan kepada pelanggan.

1. Mengidentifikasi strategi pesaing

Tujuan perusahaan dalam menjalankan bisnis adalah untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk mematikan lawannya. Semakin ketat persaingan, makan semakin canggih strategi yang dijalankan.

 Pesaing memasarkan barang nya dengan cara tidak baik, contoh kualitas daging ikan yang dipasarkan cukup tidak segar karena pesaing memberi pakan ikan dengan pelet, sedangkan kami menjual daging ikan cukup segar, karena ikan yang kami ternak diberi makan alami dan vitamin yang cukup untuk memenuhi kualitas ikan yang akan dipasarkan

1. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing

Identifikasi kelemahan dan keunggulan berarti memetakan atau mencari tahu keunggulan dan kelemahan pesaing. Langkah pertama, perusahaan dapat mengumpulkan data tentang tujuan, strategi, dan kinerja pesaing selama beberapa tahun terakhir. Kemudian, perusahaan juga dapat mempelajari data skunder, pengalaman pribadi, dan berita dari mulut ke mulut tentang kekurangan dan keunggulan pesaing. Selanjutnya, perusahaan dapat melakukan riset pemasaran primer dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur. Terakhir perusahaan dapat menetapkan tolak ukur terhadap perusahaan lain dengan membandingkan produk dan proses perusahaan tersebut dengan pesaing atau perusahaan terkemuka dalam industri lain untuk menemukan cara meningkatkan kualitas dan kinerja

 Kekuatan pesaing, panen ikan yang cukup cepat karena pesaing memberi pakan ikan dengan pelet sehingga ikan pesaing lebih cepat besar dan dapat di panen.

 Kelemahan pesaing, daging ikan yang kurang segar karena ikan pesaing mengkonsumsi pelet

 Kekuatan Tambak Bandeng Menclat, ikan yang cukup segar karena ikan yang kami ternak mengkonsumsi pakan alami.

 Kelemahan Tambak Bandneg Menclat, panen yang lambat dikarenakan pakan ikan alami yang tidak menentu karena tergantung cuaca untuk menhasilkan pakan tersebut.

1. Memperkirakan reaksi pesaing

 Mengetahui tujuan, strategi, kelemahan, dan kekuatan pesaing akan berguna untuk menjelaskan tindakan yang akan diambil perusahaan dan menunjukan reaksi perusahaan, seperti pemotongan harga, peningkatan promosi, atau pengenalan produk baru.

 Apabila pesaing menurunkan harga jual ikan maka kami akan melakukan hal yang sama namun kelebihannya ikan yang kami antar akan kami beri es gratis agar ikan sampai tujuan dengan kualitas yang masih segar.

Berdasarkan data dan teori tesebut, penulis menyadari bahwa terdapat persaingan yang ketat dalam usaha pembesaran Bandeng. Penulis yang memilih lokasi di Muara Gembong menyadari bahwa terdapat banyak pesaing yang juga berlokasi di daerah Muara Gembong, dikarenakan lokasi ini harga tanah yang masiht erjangkau. Untuk itu, terdapat dua usaha pembesaran Bandeng yang dianggap menjadi pesaing yang cukup ketat bagi bisnis yang akan didirikan oleh penulis, yaitu:

1. Nama Usaha : Tambak Pak H. Toha

Alamat : Jl. Beting, pantai bahagia, Kab.Muara Gembong

Kisaran Harga Jual : Rp.18.000/kg – Rp.22.000/kg

Jumlah Tambak : 1 Tambak ( P x L : 200m x 150m)

Pakan : Pelet roti, Cacing sutra

1. Nama Usaha : Tambak Mang Jaja

Alamat : Jl. Beting, Muara Bendera,

 Kab.MuaraGembong

Kisaran Harga Jual : Rp.18.000/kg – Rp.23.000/kg

Jumlah Tambak : 1 Tambak ( P x L : 200m x 200m)

Pakan : Pelet roti, Cacing sutra, Tai air

**C. PESTEL Analisis**

Analisis PESTEL adalah suatu teknik dalam manajemen strategis yang digunakanuntuk melihat faktor-faktor lingkungan luar/eksternal bisnis yang berpengaruh terhadap suatu hal (perusahaan, proyek, masalah, dan lain-lain). Faktor-faktor tersebut meliputi bidang: Political, Economic, Social, Technological, Legal, dan Environment.

1. Politik

Faktor politik meliputi hukum yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturanformal atau informal di lingkungan perusahaan.

Pemerintah yang mendorong usaha tambak agar berkembang dengan baik, untuk kebutuhan masyarakat, dan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan UMKM.

1. Ekonomi

Faktor ekonomi meliputi semua faktor yang mempengaruhi daya beli daricustomer dan mempengaruhi iklim berbisnis suatu perusahaan.

Semakin tinggi tingkat pendapatan masyrakat maka semakin tinggi pula kemampuan daya beli mereka. Peningkatan daya beli adalah peluang bagi pengusaha dan memiliki dampak positif bagi usaha sehingga hal itu dapat mempengaruhi pendapatan yang meningkat.

1. Sosial

Faktor sosial meliputi semua faktor yang dapat mempengaruhi kebutuhan daripelanggan dan mempengaruhi ukuran dari besarnya pangsa pasar yang ada.

Perubahan pola makan masyarakat sekarang yang mulai sadar akan pentingnya berbagai manfaat daging ikan bagi kesehatan hal itu memicu tingginya permintaan masyarakat atas ikan.

1. Teknologi

Faktor teknologi meliputi semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi tantangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis perusahaan.

Dengan adanya teknologi, bisa membantu dalam penjualan yang lebih luas untuk memasarkan usaha ini, mencari inovasi baru untuk bisnis ini semakin berkembang dengan pesat, dan juga menambah kan beberapa mesin *feeding* ditiap tambak agar lebih efisien.

1. Lingkungan

Faktor lingkungan dapat digunakan ketika melakukan perencanaan strategis ataumencoba mempengaruhi keputusan pembeli seperti faktor lokasi geografis.

Tambak bandeng menclat sebagai pelaku bisnis harus turut bertanggung jawab dengan menjaga kebersihan dan kesehatan tempat usaha dan sekitarnya, tambak bandeng menclat harus memperhatikan limbah yang dihasilkan. Limbah tersebut harus ditangani dengan baik agar tidak menimbulkan pencemaran lingkungan.

1. Legal atau Hukum

Faktor legal meliputi pengaruh hukum seperti perubahan undang-undang yang adaatau yang akan datang

Bagi usaha kecil legalitas usaha sangat bermanfaat bagi kemajuan usaha, karena mendapat kepastian dan perlindungan dalam berusaha dilokasi yang di tetapkan. Jadi usaha tambak ini sangat penting dengan adanya legalitas dan lindungi hukum, agar usahanya berjalan dengan baik.

**D. Lima Model Kekuatan Persaingan Model Porter**

**Analisis Lima Kekuatan Porter (Porter’s Five Forces Analysis) –** Analisis Lima Kekuatan Porter adalah suatu alat yang sederhana namun sangat berguna untuk memahami dimana letak kekuatan perusahaan kita dalam menghadapi situasi persaingan didunia bisnis. Dengan mengunakan Analisis Lima Kekuatan ini, kita dapat memahami kekuatan posisi persaingan saat ini dan kekuatan posisi persaingan pada bisnis yang sedang direncanakan.

1. Ancaman dari pendatang baru ( threat of new entrants ).

 Pendatang baru dapat membahayakan perusahaan-perusahaan yang telah ada, karena menghasilkan kapasitas produksi tambahan, dimana kapasitas tambahan ini akan menekan agar biaya bagi pembeli rendah, yang mengakibatkan turunnya penjualan dan laba bagi perusahaan yang ada dalam industri tersebut. Seringkali pendatang baru memiliki sumber daya dalam jumlah besar dan memiliki kemauan yang kuat untuk memperoleh pangsa pasar.

Dengan adanya ancaman pendatang baru tambak bandeng menclat memiliki strategi untuk menghindari persaingan yang ada di lapangan, salah satu strategi yang akan kami keluarkan adalah menjual produk yang berkualitas baik namun harga terjangkau oleh pembeli.

1. Ancaman dari produk pengganti ( threat of substitute products ). Apabila harga yang ditawarkan produk pengganti tersebut akan lebih murah/rendah dan mutu serta kemampuan kinerja produk pengganti tersebut sama atau melebihi dari produk sebelumnya.

 Dengan memberikanKepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan tidak membeli produk yang sama dengan harga rendah kepada pesaing.

1. Kekuatan tawar-menawar dari pemasok (bargaining power of suppliers).

 Pemasok merupakan ancaman serius bagi perusahaan-perusahaan, jika berintegrasi ke depan ke arah industri pembeli. Misalnya Produsen ikan yang memilih untuk mebuka toko sendiri, sehingga menjadi ancaman bagi tambak yang lain, terutama bagi tambak yang dulu membeli ikan dari produsen tersebut.

 Jadi disinih tambak bandeng mencelat akan memberikan harga lebih murah dari pemasok pesaing.

1. Kekuatan tawar-menawar dari pembeli (bargaining power of buyers),

dimana pembeli lebih suka membeli produk dengan harga serendah mungkin. Hal ini mengakibatkan industri dapat memperoleh pengembalian ( laba ) serendah mungkin. Pembeli akan menuntut kualitas yang lebih tinggi, pelayanan yang lebih baik serta harga yang murah, dimana hal ini mendorong persaingan antar perusahaan dalam suatu industri.

Tambak bandeng menclat akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli, dan slalu mendengarkan masukan dari pembeli agar kedepannya lebih baik lagi.

1. Persaingan kompetitif di antara anggota industri ( rivalry among competitive firms ).

dimana perusahaan bersaing secara aktif satu dengan lainnya untuk mencapai daya saing strategis dan laba yang tinggi. Pencapaian hal-hal tersebut, menuntut keberhasilan yang relatif terhadap para pesaing, dengan demikian persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan tersebut distimulasi pada saat satu atau lebih perusahaan merasakan tekanan persaingan atau apabila mereka mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan posisi pasar mereka. Karena perusahaan-perusahaan dalam industri bergantung satu sama lain, tindakan satu perusahaan seringkali mengundang reaksi dari pesaingnya.

Tambak bandeng menclat harus bisa memenuhi kebutuhan para pembeli, dengan cara ini tambak bandeng menclat bisa menguasai persaingan ini.

1. **Analisa Competitive Profile Matrix**

Menurut David (2015:66), Matriks Profil Kompetitif untuk melihat lebih jelas mengenai persaingan yang ketat antara usaha Tambak Bandeng Meclat dengan kedua pesaing potensial, maka metode CPM (*Competitive Profile Matrix)* dapat digunakan. Metode CPM sendiri dapat menunjukkan kekuatan dan kelemahan pesaing, sehingga Tambak Bandeng Menclat mengetahui keunggulan dan kelemahannya dibandingkan dengan pesaing. Metode CPM sendiri memiliki komponen-komponen sebagai berikut:

1. Critical Sucess Factor (CSF)

Critical Sucess Factor atau faktor penentu keberhasilan merupakan faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasian organisasi. Faktor tersebut digambarkan secara luas tanpa memasukkan data yang spesifik dan faktual. Faktor ini diambil berdasarkan analisis khusus dari penentu keberhasilan industri terkait. Faktor penentu keberhasilan ini merupakan ringkasan informasi dari hasil evaluasi kondisi internal perusahaan yang kemudian ditarik unsur yang memiliki pengaruh terbesar dengan perusahaan yang merupakan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan itu sendiri serta perusahaan pesaing utama dalam industri.

1. Rating

Ratingatau yang dikenal sebagai peringkat merupakan penilaian terhadap CSF. *Rating* sendiri mampu menunjukkan kekuatan dan kelemahan perusahaan yang ditentukan dari elemen yang telah disebutkan pada faktor penentu keberhasilan. Peringkat tersebut berskala satu sampai empat, dimana peringkat satu merupakan kelemahan utama perusahaan, peringkat dua merupakan kelemahan minor, peringkat tiga merupakan kekuatan minor, dan peringkat empat merupakan kekuatan utama perusahaan .

1. Weight

Weight atau bobot menunjukkan kepentingan relatif dari faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam industri. Bobot merupakan besar atau kecilnya pengaruh dari *Critical Success Factor* atau Faktor Penentu Keberhasilan yang dituangkan secara kuantitif agar dapat secara riil melihat besarnya pengaruh. Semakin besar bobot tersebut maka semakin besar pula pengaruh masing-masing faktor. Bobot tidak boleh melebihi angka 1 (satu), karena nilai 1 (satu) tersebut dianggap sebagai 100%.

1. Weight Score

 Weight Score atau nilai tertimbang merupakan hasil perkalian antara masing– masing rating atau peringkat dengan masing–masing weight atau bobot.

1. Total Weight Score

 Total Weight Score atau total nilai tertimbang merupakan penjumlahan dari semua nilai tertimbang. Nilai akhir harus berkisar antara 1,00 hingga 4,00. Nilai rata – rata CPM adalah 2,50.

Jika nilai dari hasi penjumlahan lebih besar dari 2,5 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan sudah memiliki kekuatan dalam industri dan dianggap mampu bersaing. Jika total skor yang didapat kurang dari 2,5 maka dianggap perusahaan tersebut belum memiliki kekuatan dalam industri dan belum mampu bersaing. Berikut hasil *Competitive Profile Matrix* Tambak Bandeng Meclat yang dibandingkan dengan kedua pesaing potensinya yang tertuang dalam Tabel 3.2

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix “Tambak Bandeng Menclat”

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Faktor Penentu Keberhasilan | Bobot | Tambak Bandeng Menclat | Tambak Pak Hj Toha | Tambak PakJaja |
| Rating | Skor | Rating | Skor | Rating | Skor |
| Kualitas Bandeng | 0,24 | 4 | 0,96 | 3 | 0,72 | 3 | 0,72 |
| Harga | 0,21 | 4 | 0,84 | 3 | 0,63 | 3 | 0,63 |
| Konsistensi Ukuran | 0,15 | 3 | 0,45 | 4 | 0,6 | 4 | 0,6 |
| Volume Produksi | 0,13 | 4 | 0,52 | 3 | 0,39 | 3 | 0,39 |
| Lokasi Usaha | 0,14 | 4 | 0,56 | 2 | 0,28 | 3 | 0,42 |
| Pelayanan | 0,13 | 3 | 0,39 | 4 | 0,52 | 4 | 0,52 |
| **Total** | **1** |  | **3,72** |  | **3,14** |  | **3,28** |

 Sumber: Tambak Bandeng Menclat, Tahun 2019

Dari **Tabel 3.2** yang menjelaskan *Competitive Profile Matrix* berikut, dapat dilihat bahwa terdapat faktor penentu keberhasilan usaha pada kolom pertama. Faktor yang pertama merupakan kualitas dari Bandeng itu sendiri. Tentu seorang pebisnis yang dikatakan sukses adalah pebisnis yang menawarkan barang dengan kualitas yang unggul, begitu juga dengan bisnis Bandeng ini. Kualitas Bandeng dapat dikatakan baik jika bandeng tidak berpenyakit, memiliki ukuran yang sesuai dengan umur bandeng, dan tidak memiliki kecacatan fisik. Faktor kedua adalah harga, dimana harga merupakan timbal balik atas produk yang diberikan pada pelanggan. Dalam jenis usaha *Business to Business* harga merupakan faktor kunci yang cukup besar dampaknya dalam persaingan dikarenakan pelanggan cukup sensitif terhadap harga yang ditawarkan atas produk yang serupa.

Faktor ketiga adalah konsistensi ukuran yaitu dimana usaha pembesaran bandeng dapat memberikan produk sesuai dengan ukuran yang diminta oleh pembeli. Faktor berikutnya adalah volume produksi, yaitu sebanyak apa produk yang dapat disediakan oleh usaha pembesaran bandeng untuk memenuhi permintaan yang ada. Faktor sukses selanjutnya adalah lokasi usaha pembesaran bandeng tersebut didirikan, hal ini menjadi faktor kunci terhadap kemudahan pelanggan mencapai lokasi usaha dan kemudahan perusahaan mencapai konsumen.

Faktor yang terakhir adalah pelayanan, yaitu kecepatan perusahaan dalam menanggapi konsumen, baik permintaan, pemesanan, pengiriman bahkan cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen. Faktor yang menjadi kunci keberhasilan tersebut tentu diambil dari beberapa sumber, yaitu hasil wawancara dengan pelanggan serta hasil wawancara dengan narasumber yaitu pebisnis bandeng, hasil analisis di dalam buku pembesaran bandeng serta tanggapan dari penulis. Peringkat dari pesaing sendiri, penulis dapatkan melalui pengamatan langsung, wawancara dengan karyawan pesaing dan wawancara dengan pelanggan dari pesaing.

Untuk menarik kesimpulan akhir dari CPM tersebut, dilakukanlah perkalian antara masing-masing bobot dengan peringkat yang sudah dicantumkan (*weight score)*. Kemudian hasil dari perkalian tersebut dijumlahkan untuk mendapat kesimpulan akhir (*total weight score)*. Hasil dari total nilai tertimbang tersebut adalah 3,72 dan dapat dikatakan bahwa usaha Tambak Bandeng Menclat memiliki kekuatan dalam industri dan dianggap mampu bersaing, serta dapat unggul dalam persaingan dibanding pesaing utamanya.

## F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis menggunakan SWOT merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal perusahaan, serta baik pesaing tidak langsung maupun pesaing langsung perusahaan yang dapat diatasi melalui strategi yang tepat.

 Kekuatan (*strengh)* adalah faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan dan kapabilitas perusahaan untuk mencapai visi, misi dan tujuan jangka panjang perusahaan. Kelemahan (*weakness)* adalah faktor negatif yang menjadi penghambat dalam kemampuan dan kapabilitas perusahaan dala mencapai visi, misi dan tujuan jangka panjang perusahaan. Baik kekeuatan maupun kelemahan menjadi faktor internal dari perusahaan itu sendiri, dimana kekuatan dan kelemahan masih dapat dikontrol oleh peruasahaan tersebut.

 Peluang (*opportunity)* merupakan kesempatan positif yang dapat diambil dan dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi dan tujuan jangka panjang perusahaan. Sedangkan ancaman (*thread)* merupakan kekuatan eksternal yang menjadi hambatan atau rintangan perusahaan untuk mencapai visi, misi dan tujuan jangka panjang perusahaan. Baik peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal perusahaan dimana keduanya tidak dapat dikontrol secara langsung oleh perusahaan namun masih dapat diatasi dengan menciptakan strategi perusahaan.

 Dari hal tersebut, maka usaha Tambak Bandeng Menclat menjabarkan setiap kriteria yang menjadi faktor kekuatan internal perusahaan, kelemahan internal perusahaan, kesempatan dari lingkungan eksternal perusahaan, dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan, yaitu:

1. Kekuatan usaha Tambak Bandeng Menclat (*Strengh)*

 Usaha Tambak Bandeng Menclatmemiliki kekuatan yang tetap dipertahankan dan akan terus dikembangkan sesuai perkembangan lingkungan sebagai berikut:

1. Mampu memberikan ukuran Bandeng yang konsisten sesuai dengan permintaan pelanggan
2. Menajamin kualitas Bandeng yang unggul
3. Lokasi tambak yang mudah di jangkau
4. Memiliki sumber mata air sendiri untuk mengisi air kolam
5. Tanah tempat pendirian usaha milik sendiri
6. Kapasitas ikan yang dihasilkan lebih banyak dibandingkan dengan pesaing
7. Kepemilikan tunggal perusahaan
8. Kelemahan usaha Tambak Bandeng Menclat (*Weakness)*

Dalam menjalankan usahanya setiap bisnis yang pasti memiliki kekurangan, begitu juga dengan usaha Tambak Bandeng Menclat. Dari kekurangan tersebut, yang perlu dilakukan pebisnis adalah kemampuan mengubah kekurangan tersebut menjadi kekuatan. Dan hal itu dapat dilaksanankan dengan menyusun strategi. Berikut penulis jabarkan mengenai kelemahan dari usaha Tambak Bandeng Menclat:

1. Kurangnya sarana transportasi untuk melakukan pengiriman barang
2. Masih belum dikenal oleh calon pelanggan
3. Pemasok benih ikan bandeng yang berada di luar daerah Muara Gembong
4. Pengalaman yang kurang dalam berternak bandeng
5. Peluang usaha Tambak Bandeng Menclat (*Opportunity)*

Tentu setiap bisnis pasti memiliki peluang yang secara langsung atau tidak langsung diketahui oleh pemilik bisnis. Pada bagian ini, penulis berhasil menganalisa peluang eksternal yang didapatkan oleh usaha Tambak Bandeng Menclat, yaitu:

1. Banyaknya tempat usaha kuliner yang berada di dekat usaha Tambak Bandeng Menclat
2. Banyaknya penjual ikan yang berjualan disekitar rumah penulis
3. Industri kuliner yang tidak akan pernah mati
4. Mulai tingginya kepedulian dan pengetahuan masyarakan akan kesehatan
5. Pesatnya pertumbuhan teknologi dan informasi
6. Adanya komunitas pebisnis bandeng baik dalam usaha pembibitan atau pembesaran
7. Adanya Kebijakan pemerintah (GEMARIKAN) untuk menggerakan masyarakat agar mengkonsumsi ikan.
8. Kondisi ekonomi Indonesia yang tumbuh positif sehingga berdampak pada tingginya daya beli masyarakat.
9. Ancaman usaha Tambak Bandeng Menclat (Threat)

Jika suatu bisnis memiliki peluang dari eksternal, tentu bisnis tersebut juga memiliki ancama eksternal pula. Berikut hasil analisa penulis mengenai ancaman yang akan dihadapi:

1. Ketidakstabilan perekonomian di Indonesia, sehingga mempengaruhi kestabilan harga bahan pasokan dan harga jual
2. Kondisi iklim dan cuaca yang tidak tentu dapat menimbulkan beberapa penyakit pada bandeng

Strategi SO menggunakan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal. Strategi WO bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT adalah taktik defensif yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan Internal dan menghindari ancaman eksternal. Untuk melihat strategi yang terbentuk dari adanya kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluang perusahaan, maka Tambak Bandeng Menclat menyusun SWOT Matrix yang dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3

Rencana SWOT Matrix “Tambak Bandeng Menclat”

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 10,5 | ***Strengths*** | ***Weaknesses*** |
| 1234567 | Mampu memberikan ukuran bandeng yang konsisten sesuai dengan permintaan pelangganMenajamin kualitas bandeng yang unggul .Lokasi tambak yang mudah di jangkau.Memiliki sumber mata air sendiri untuk mengisi air kolam.Tanah tempat pendirian usaha milik sendiri.Kapasitas ikan yang dihasilkan lebih banyak dibandingkan dengan pesaing.Kepemilikan tunggal perusahaan. | 1234 | Kurangnya sarana transportasi untuk melakukan pengiriman barang.Masih belum dikenal oleh calon pelanggan.Pemasok benih ikan bandeng yang berada di luar daerah Muara Gembong.Pengalaman yang kurang dalam berternak bandeng. |
| ***Opportunies*** | ***SO Strategies*** | ***WO Strategies*** |
| 12345678 | Banyaknya tempat usaha kuliner yang berada di dekat usaha Tambak Bandeng Menclat. Banyaknya penjual ikan yang berjualan disekitar rumah penulis.Industri kuliner yang tidak akan pernah matiMulai tingginya kepedulian dan pengetahuan masyarakan akan kesehatan.Pesatnya pertumbuhan teknologi dan informasi.Adanya komunitas pebisnis bandeng baik dalam usaha pembibitan atau pembesaran.Adanya Kebijakan pemerintah (GEMARIKAN) untuk menggerakan masyarakat agar mengkonsumsi ikan.Kondisi ekonomi Indonesia yang tumbuh positif sehingga berdampak pada tingginya daya beli masyarakat. | 12 | Menyebarkan brosur ke restoran / tempat makan yang menjual olahan ikan bandeng& pengepul ikan.(S1,S2,S3,S6,O1,O2,O7,O8)Menjangkau pelanggan diluar Muara Gembong(S1,S2,S3,S6,O5,O7,O8) | 12345 | Memberikan Promosi potongan harga di awal.(W2,O1,O2,O3)Belajar cara pemijahan dan teknik merawat bandeng yang baik.(W4,W5,O5,O6)Menambah mobil untuk pengiriman.(W1,O1,O2,O3)Memasang papan nama di depan tambak(W2,O1,O2,O3)Memberikan hadiah hari raya (THR) kepada pelanggan yang loyal(W2,O1,O2,O3) |
| ***Threats*** | ***ST Strategies*** | ***WT Strategies*** |
| 12 | Ketidakstabilan perekonomian di Indonesia.Kondisi iklim dan cuaca yang tidak tentu  | 12 | Penyusunan rencana bisnis secara rinci (S7,T1)Pembuatan sumur untuk air cadangan untuk mengantisipasi kemarau panjang dan hujan terus menerus.(S4,S5,T2) | 12 | Belajar cara penanganan / perawatan ikan yang sakit (W5, T2)Adanya program *Preorder* untuk pemesanan produk (W1, T1) |

 Sumber : Usaha Tambak Bandeng Menclat, Tahun 2019