

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing sangat penting untuk dilakukan oleh calon pembisnis dalam membuka suatu usaha bisnis, sehingga calon pembisnis dapat memiliki gambaran atau mengetahui keadaan dalam persaingan yang memiliki kesamaan dalam industri tersebut. Adanya analisis industri dan pesaing tersebut diharapkan calon pembisnis dapat melakukan analisis terhadap bisnis tersebut apakah memiliki peluang untuk berkembang dan bersaing kedepannya setelah dijalankan. Maka diperlukan penyusunan strategi untuk menjalankan usaha tersebut.

#### 3.1. Trend dan Pertumbuhan Pasar

Untuk pertumbuhan dan trend ikan hias di Indonesia berkembang sangat pesat. Munculnya berbagai jenis ikan hias baik air tawar, air payau, air asin yang semakin banyak dan beragam baik dari segi warna, ukuran, keunikan, perawatan yang sangat bervariasi yang beredar di Indonesia apalagi Indonesia dikenal sebagai negara yang wilayah perairannya lebih luas dari daratannya sendiri. Maka tidak heran Indonesia memiliki jumlah biota laut yang beragam. Menjadi bukti bahwa bisnis ini sangat layak untuk dijalankan dan dikembangkan terus kedepannya, serta dengan adanya media sosial yang berkembang pesat yang digunakan banyak pelaku bisnis dalam mempromosikan bisnisnya seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Youtube*, *Facebook* melalui *influencer* yang ahli dan terkenal dalam bidang tersebut.

Seiring berkembangnya zaman, bisnis ikan hias juga terus berkembang. Dengan perubahan zaman tersebut banyak menciptakan konsep dan ciri khas yang berbeda dalam melakukan bisnis ikan hias ini. Berbagai cara dilakukan orang-orang yang ada



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



dalam dunia bisnis ini agar dapat menciptakan perbedaan yang dapat membuat bisnisnya dapat terus berkembang dan berjalan.

### 3.2. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan sebuah proses untuk mengenali dan menilai pesaing utama dalam kegiatan industri yang akan di jalani seorang pembisnis, untuk kemampuan dapat menganalisa kelebihan dan kekurangan dari pesaing untuk dapat lebih unggul dalam melawan pesaing bisnis. Dalam hal ini dibutuhkan data-data informasi dari perusahaan pesaing, agar dapat merencanakan strategi pemasaran yang lawan secara efektif dan jujur. Perbandingan untuk harga, produk, saluran distribusi, promosi juga perlu dilakukan untuk mengenali hal-hal yang dapat dilakukan dalam mengenali keunggulan dan kelemahan perusahaan bersaing terdekat kita dalam berbisnis.

Berdasarkan hasil pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung, ditetapkan beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan *The Fresh Water Aquatic*. Untuk pesaing yang ada penulis mengambil contoh langsung pesaing yang ada di daerah Jambi, hal ini penulis lakukan untuk memudahkan penulis melakukan analisis penjualan ikan channa yang ada di daerah Jambi. Pesaing yang tersebut sudah penulis kenal karena penulis sendiri pernah dan langsung terjun ke lokasi untuk melakukan pengamatan tentang perkembangan dunia ikan channa terutama untuk di daerah Jambi. Maka dari itu penulis memahami pesaing-pesaing yang akan di hadapi *The Fresh Water Aquatic* saat bisnis tersebut sudah mulai di jalankan di tahun 2024 yang akan datang. Untuk halaman berikutnya penulis menyajikan tabel pesaing-pesaing yang menawarkan jenis ikan channa yang serupa dengan *The Fresh Water Aquatic*, penulis menyajikan ke dalam bentuk tabel agar lebih mudah untuk dipahami.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (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.



**Tabel 3.1**  
**Analisis Pesaing *The Fresh Water Aquatic***

PESAING	ALAMAT	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Channa Jambi ( <b>Berdiri sejak 2019</b> )	Jl. Jelutung, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lokasi tempat penjualan yang berada di Ruko tepat di pinggir jalan sehingga mudah untuk ditemui</li> <li>Variasi jenis ikan channa dan produk kebutuhan channa yang lengkap</li> <li>Tempat yang bersih dan nyaman baik untuk ikannya maupun orang yang datang berkunjung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Harga yang terlalu tinggi</li> <li>Kurang <i>update</i> di media sosial</li> </ol>
Bumi Mayang Mangurai Snakehead ( <b>Berdiri sejak 2021</b> )	Jl. H. Bisri Jambi. Jalal Mangku Umar, Mayang Mangurai, Kec Alam Barajo, Kota Jambi, Jambi 36361	<ol style="list-style-type: none"> <li>Nama brand yang sudah terkenal di dunia perchannaan</li> <li>Lebih menguasai penjualan secara <i>online</i></li> <li>Kualitas pelayanan yang baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tidak menjual kebutuhan ikan channa</li> <li>Lokasi yang kurang mendukung karena jauh dari pusat kota</li> </ol>

Sumber: Hasil Observasi *The Fresh Water Aquatic*

### 3.3. Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*)

Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*)

merupakan analisis *eksternal* yang berada di luar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi kelancaran bisnis yang akan di jalankan. Dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan dapat mengetahui segala resiko dan juga potensi suatu bisnis terkait lingkungan *eksternal* perusahaan tersebut.

Dengan memahami segala risiko terkait dengan pertumbuhan dan penurunan usaha, posisi, potensi, dan arahan startegi untuk bisnis dapat berkembang lebih baik.



Berikut ini merupakan hasil analisis PESTEL terhadap *The Fresh Water Aquatic* yang dilakukan oleh penulis:

a. Politik (*Politic*)

Faktor politik merupakan bagian dari salah satu faktor *eksternal* dalam berjalannya suatu ekosistem bisnis. Faktor politik tersebut biasanya berkaitan dengan hukum yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturan yang formal maupun *informal* yang ada di dalam lingkungan pelaku usaha melakukan kegiatan bisnisnya tersebut. Peraturan dan kebijakan pemerintah dalam suatu lingkungan sangat mempengaruhi jalannya suatu bisnis yang berjalan.

Kondisi politik Indonesia dalam kebijakan pemerintah mengenai usaha UMKM diberikan kemudahan dalam mengurus perizinan, yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan kemajuan teknologi saat ini. Sehingga mengenai perizinan pembukaan usaha baru UMKM terutama dalam bisnis industri perikanan yang khususnya terhadap ikan yang tidak dilindungi akan mendapatkan kemudahan selama berjalan dan mengikuti aturan dan kebijakan yang berlaku di lingkungan tersebut.

b. Ekonomi (*Economic*)

Faktor ekonomi mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap semua usaha tidak terkecuali usaha ikan hias channa serta terdapat beberapa variabel yang berdampak langsung terhadap usaha *The Fresh Water Aquatic*. Salah satu variabel perekonomian yang berpengaruh terhadap kegiatan usaha serta mampu merepresentasikan peluang serta ancaman yang ada seperti, 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

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



c. Sosial (*Social*)

Ⓒ Faktor sosial sangat mempengaruhi dunia bisnis, karena sangat berpegang erat dengan perilaku dan gaya hidup konsumen dalam kehidupan yang dinamis ini. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi pola sikap, pola pikir, pola perilaku dari masing-masing individu dalam berbagai situasi maupun kondisi. Faktor sosial utama dalam kehidupan sehari-hari setiap individu berupa gaya hidup dan tren yang selalu berubah dan berinovasi seiring berjalannya waktu hari ke hari.

Dari aspek lingkungan sosial, setiap masyarakat yang memiliki kesibukan aktivitas setiap harinya saat berada di tempat istirahatnya atau di rumahnya sangat membutuhkan hiburan atau *refreshing* untuk mengembalikan semangat hidupnya dalam menjalankan aktivitas. Biasanya sebagian orang memilih untuk memelihara hewan di rumahnya untuk menghibur mereka dikala jenuh, maka memelihara ikan menjadi pilihan sebagian orang karena perawatannya terbilang *simple* dan mudah, apalagi *The Fresh Water Aquatic* menawarkan jenis ikan *channa* yang merupakan jenis ikan yang benar-benar tergolong sangat mudah dan tidak rumit dalam segi perawatannya di bandingkan ikan hias lainnya.

d. Teknologi (*Technology*)

Faktor teknologi sangat mempengaruhi perkembangan yang sangat pesat kepada masyarakat, karena hanya melalui ponsel segala sesuatunya dapat dengan mudah diakses dan ditemukan secara *online*. Teknologi yang sangat berpengaruh pada saat ini dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di dunia di era modern adalah Internet dan *Gadget*, segala sesuatunya menjadi sangat mudah dan praktis sehingga sangat banyak digunakan saat ini.

Hal ini tentu sangat menguntungkan dan menjadi peluang untuk *The Fresh Water Aquatic* untuk dapat mempromosikan dan meningkatkan *brand awareness*

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.



kepada masyarakat adanya *The Fresh Water Aquatic* yang menjual ikan channa yang berkualitas. *The Fresh Water Aquatic* memanfaatkan beberapa media sosial seperti *Facebook, Tiktok, Instagram, dan WhatsApp* untuk menjadi media promosi dan media komunikasi antara pemilik dan juga pembeli, sehingga dapat membantu memudahkan peningkatan penjualan.

#### e. Lingkungan (*Environtment*)

Faktor lingkungan sangat menentukan apakah bisnis bisa berjalan dengan lancar atau tidak, maka diperlukan penentuan lokasi bisnis yang strategis dan memberikan dampak yang baik agar bisnis dapat berjalan dan terus berkembang. Jika lokasi terletak di tempat yang strategis dan mudah untuk dijangkau oleh orang-orang banyak, tentu hal tersebut menjadi nilai lebih untuk pengembangan bisnis. Seperti tersedianya lahan parkir yang memadai sehingga bisa memuat banyak kendaraan dan tidak mengganggu pengguna jalan lainnya, dan lahan yang terbebas dari banjir juga harus diperhatikan oleh pelaku bisnis.

*The Fresh Water Aquatic* berada di tengah pusat kota, namun berada di dalam gang. Akan tetapi memiliki akses jalan masuk yang luas dan lahan parkir yang luas sehingga konsumen yang datang tidak perlu khawatir kendaraanya yang susah mendapatkan area parkir dan tentunya lokasi kita yang bebas dari banjir sehingga konsumen dapat berkunjung kapan saja.

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

Faktor hukum adalah faktor yang harus diketahui oleh setiap pebisnis sebelum menjalankan usahanya. Faktor ini meliputi legalitas untuk mendirikan suatu usaha agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha meliputi dokumen Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, dan

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



Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Izin Usaha

Mikro dan Kecil (IUMK) adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar. IUMK memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Beberapa persyaratan untuk bisa mendapatkan IUMK sebagai berikut:

Sumber: [depkop.go.id](http://depkop.go.id), 2017

- 1) Surat pengantar RT atau RW atas lokasi usaha
- 2) Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- 3) Kartu Keluarga (KK) 20
- 4) 2 (dua) lembar pas foto terbaru berwarna ukuran 4x6 cm
- 5) Mengisi formulir yang memuat (nama, nomor KTP, nomor telepon, alamat, kegiatan usaha, sarana usaha yang digunakan dan jumlah modal usaha).

Beberapa dokumen penting yang dilampirkan di atas, menjadi persyaratan legalitas dalam memulai bisnis terutama usaha UMKM, dan *The Fresh Water Aquatic* telah membuat dan memiliki semua kelengkapan dokumen tersebut untuk memulai usaha yang sesuai dengan peraturan pemerintah yang ada di Indonesia, sehingga bisnis *The Fresh Water Aquatic* kedepannya dapat berjalan dengan lancar dan terus berkembang kedepannya.

Jika disimpulkan hal apa yang bisa menjadi peluang dan ancaman *The Fresh Water Aquatic* dari menganalisis PESTEL, maka penulis memilih faktor Teknologi, karena dengan adanya bantuan perkembangan teknologi dapat membantu memudahkan kita dalam berdagang, sehingga tidak berpatok pada penjualan offline saja tetapi bisa menghubungi konsumen yang ingin membeli ikan channa melalui media sosial yang semakin berkembang. Sedangkan Faktor yang dapat menjadi



ancaman bagi *The Fresh Water Aquatic* adalah faktor politik, karena di tahun 2024

adalah tahun melakukan kegiatan pemilu penulis khawatir akan terjadi potensi konflik yang memicu terjadinya keributan karena perbedaan pendapat setiap individu, sehingga dikhawatirkan dapat memicu kerusuhan yang dapat mengganggu keamanan yang membuat orang-orang takut untuk melakukan aktivitas di luar rumah yang dapat mengancam kelancaran bisnis ini.

### 3.4. Analisis Pesaing (*Porter's Five Forces Business Model*)

Persaingan dalam sebuah kegiatan bisnis merupakan hal yang biasa untuk terjadi, terutama dalam industri yang sama sudah pasti produk yang di tawarkan akan memiliki kemiripan atau sama dengan produk yang ingin kita tawarkan. Maka dari itu analisis pesaing dibutuhkan untuk dilakukan penyusunan strategi keberadaan pangsa pasar bisnis tersebut agar bisnis tersebut dapat tetap terus berjalan lancar dan berkembang.

Menurut David (2017:229), "*Porter's Five Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries.*" Artinya analisis bersaing adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan sebagai pengembangan strategi dalam banyak industri. Persaingan dalam industri tersebut di bagi menjadi 5 bagian, yaitu yang tertera di halaman berikutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

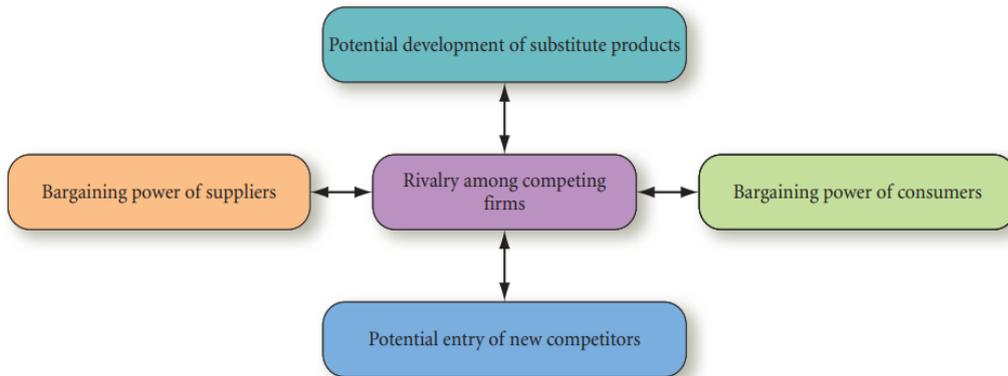
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



**Gambar 3.1**  
**Porter's Five Forces Model of Competition**



Sumber: Fred R. David (2017:229), *Strategic Management*

a. *Rivalry Among Competing Firms* (Persaingan antar perusahaan yang ada) - Tinggi

Memulai usaha baru dimana pun baik itu di dalam maupun luar negeri, pastinya tidak akan luput hadirnya pesaing-pesaing yang sama dalam industri yang sama. Dalam memulai bisnis tekanan yang terbesar adalah menghadapi pesaing dalam memenangkan kompetisi bersaing dalam satu industri untuk dapat terus bertahan, setiap pelaku bisnis bersaing harus memiliki keunggulan tersendiri agar dapat menguasai pasar. Sehingga inovasi dan strategi sangat diperlukan untuk dapat menciptakan dan mengembangkan keunikan dan mengubah pasar untuk produk yang di tawarkan kepada konsumen, sehingga pesaing harus bisa beradaptasi dalam menghadapi resiko yang dapat terjadi kedalam bisnisnya. Ini terjadi dari adanya tekanan pasar sebagai tempat yang dinamis dan kompetitif bagi para pelaku usaha dalam bidang apapun.

Tingginya persaingan dalam industri ditandai dengan jumlah industri yang sejenis saling bersaing dalam lingkup area usaha. Persaingan bagi *The Fresh Water Aquatic* dalam bidangnya sendiri cukup tinggi, karena di dalam area sekitar *The Fresh Water Aquatic* banyak terdiri beberapa toko ikan hias lainnya. Namun *The*

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



*Fresh Water Aquatic* berusaha melakukan inovasi yang lebih baik untuk menciptakan keunikan sendiri, yaitu *The Fresh Water Aquatic* memberikan pelayanan selama 10 Jam untuk konsumen yang mau berkunjung, karena usaha tersebut berada langsung di rumah pemilik sehingga dapat dengan mudah untuk melayani konsumen secara langsung. Selain itu *The Fresh Water Aquatic* menerima jasa penitipan ikan channa, bagi owner yang memiliki kesibukan atau ada kepentingan untuk pergi ke luar kota. Ada juga jasa untuk perawatan ikan untuk ikan yang sedang dalam kondisi sakit atau dititipkan untuk dilakukan perawatan menuju ke kontes ikan channa. Hal ini dilakukan *The Fresh Water Aquatic* untuk bisa menjalin hubungan yang dekat dan semakin banyak memiliki kenalan dengan para pencinta ikan hias channa.

b) *Potential Entry of New Competitors (Ancaman Pendetang Baru) - Tinggi*

Ancaman pendatang baru harus dapat dianalisis oleh pemilik bisnis sehingga bisa melakukan tindakan kewaspadaan terhadap perusahaan akan hal-hal buruk yang mungkin saja bisa terjadi di masa depan, sehingga untuk meminimalisir kemungkinan terburuk yang dapat terjadi perlu dilakukan persiapan strategi untuk dapat melawan perusahaan pesaing.

*The Fresh Water Aquatic* merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang perikanan hias yang secara umum dapat dengan mudah ditemukan dan ditiru oleh banyak pihak, sehingga ancaman dari pendatang baru cukup tinggi dapat terjadi. Oleh karena itu, kemungkinan bisnis dari segi jenis ikan ataupun kualitas dapat dengan mudah ditiru, sehingga peluang pelanggan untuk dapat pindah ke merek pesaing sangat besar kemungkinannya.

Maka *The Fresh Water Aquatic* berusaha mengantisipasi jika pendatang baru datang menjadi pesaing, *The Fresh Water Aquatic* menciptakan pembeda dengan

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.



pesaing untuk dapat menciptakan keunggulan lebih usaha *The Fresh Water Aquatic*,

c) yaitu dengan terus membangun hubungan *bonding* dengan para pelanggan seperti melakukan *gathering* bersama atau acara-acara lainnya yang menumbuhkan rasa kebersamaan seperti kekeluargaan. Sehingga bisa menimbulkan rasa kepercayaan lebih pelanggan terhadap *The Fresh Water Aquatic*.

d) *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok) - Rendah

Pemasok sangat berperan penting dalam kunci keberhasilan dalam berjalannya sebuah bisnis. Banyaknya pemasok, produk yang ditawarkan semakin banyak dan beragam memenuhi kebutuhan bisnis.

Pada bisnis usaha *The Fresh Water Aquatic*, menjual produk yang di datangkan langsung dari seler atau petani lokal yang sudah di seleksi oleh penulis untuk menjamin kualitas ikan channa yang terjamin.

e) *Bargaining Power of Consumers* (Kekuatan Tawar Menawar Pembeli) - Sedang

Konsumen akan selalu mencari produk yang memiliki nilai lebih untuk dapat memenuhi kebutuhannya dari hasil uang yang telah mereka keluarkan. Untuk itu diperlukan adanya daya tawar pembelian yang bisa berpengaruh terhadap bisnis yang dijalankan, yang pada dasarnya sebuah bisnis merupakan sebuah kegiatan cara bertukar barang. Beberapa hal yang bisa mempengaruhi daya tawar menawar pembeli sebagai berikut ini:

- 1) Jika pembeli memilih produk atau merek substitusi lain.
- 2) Barang yang dipilih secara khusus memiliki peran penting bagi pembeli.
- 3) Ketika seseorang memutuskan kapan dan barang apa yang dibelinya.
- 4) Jika konsumen memiliki informasi produk seperti harga pasaran dan harga yang ditawarkan penjual

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.



Pada dasarnya bisnis *The Fresh Water Aquatic*, memiliki konsumen yang

daya tawarnya tinggi dengan memiliki general ide yang ketika pembeli memutuskan membeli produk tersebut, maka penulis akan dengan senang hati untuk berbagi pengalaman seputar cara perawatan ikan channa. Hal tersebut tentu membuat konsumen merasa percaya untuk menerima tawaran dan masukan yang diberikan oleh *The Fresh Water Aquatic* ketika membeli produk ikan channa.

### **Potential Development of Substitutes Products (Ancaman Produk Substitusi) - Rendah**

Pada setiap bisnis, akan selalu muncul produk pengganti, perusahaan harus bersaing tidak hanya dengan perusahaan dengan produk sejenis tetapi juga bersaing dengan produk-produk substitusi atau produk pengganti. Produk substitusi bisa menjadi ancaman yang kuat apabila produk dan atau kebijakan yang tertera bisa menjadi pilihan secara penuh bagi konsumen.

Di dalam bisnis *The Fresh Water Aquatic*, produk substitusinya adalah hewan pengerat seperti hamster, landak mini, sugar glider dan mamalia seperti anjing dan kucing. Namun, hal tersebut tidak bisa menjadi patokan yang pasti karena semua hewan telah diciptakan oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan keunikan dan kelebihan masing-masing. Sehingga hal tersebut tidak dapat digantikan oleh apapun jika seorang konsumen benar-benar menginginkan untuk memelihara ikan hias salah satunya yaitu ikan jenis channa sehingga tidak ada produk substitusinya.

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

*Competitive Profile Matrix / CPM* merupakan alat manajemen startegis yang digunakan untuk membantu calon pengusaha dalam membandingkan perusahaannya dengan pemain utama dalam industri yang akan dijalani. Menurut David (2017:236), “*The Competitive Profile Matrix identifies a firm’s major competitors and is particular*

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.

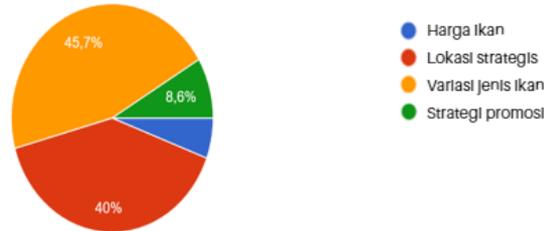
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**Gambar 3.2**  
**Bobot Pertimbangan dalam membeli Ikan Channa Hias**

Faktor apa yang dipertimbangkan dalam membeli ikan channa hias?  
35 jawaban



Sumber: *The Fresh Water Aquatic*

Setiap faktor kunci menggambarkan sejumlah nilai bobot yang dimana semakin besar nilai ini menunjukkan pengaruhnya yang juga semakin besar. Total nilai dari bobot harus dengan hasil yang jumlahnya selalu 1 (satu). Untuk *rating* merupakan peringkat yang dinilai dari angka 1 (satu) yang artinya perusahaan tersebut tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor yang ada, hingga sampai dengan 4 (empat) memiliki arti jika perusahaan tersebut dapat melakukan kontrol yang tinggi atau sangat baik terhadap faktor yang ada tersebut dalam masing-masing perusahaannya. Rating merupakan pengalihan antara bobot dan nilai dari masing-masing perusahaan, jika perusahaan memiliki total peringkat yang tinggi maka perusahaan tersebut dapat dikatakan unggul. Maka untuk menjadi perusahaan yang lebih unggul, perusahaan dapat menggunakan konsep ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) agar perusahaan dapat menentukan startegi untuk bersaing melawan pesaingnya secara sportif.

Dari hasil analisis CPM di atas menunjukkan perbedaan faktor kunci yang menggambarkan hasil dari analisis *The Fresh Water Aquatic* dengan pesaingnya. Jumlah peringkat skor *The Fresh Water Aquatic* masih belum unggul daripada pesaingnya, namun hasil skor *The Fresh Water Aquatic* dan Bumi Mayang Mangurai Snakehead tidak berbeda jauh yang bisa menjadi peluang bagi *The Fresh Water Aquatic*

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.



untuk lebih unggul kedepannya. Berikut ini faktor yang mempengaruhi pembelian *The Fresh Water Aquatic*:

a. Harga

Berdasarkan hasil kuisioner faktor harga yang dimiliki *The Fresh Water Aquatic* menjadi kelemahan, karena masih berada pada posisi paling terakhir dalam hasil analisis CPM tersebut. Hal tersebut karena masih pada tahap awal pengembangan bisnis, *The Fresh Water Aquatic* masih memberikan harga yang cukup tinggi, ketimbang kedua pesaingnya.

Namun, *The Fresh Water Aquatic* memberikan kepada konsumen ikan yang kualitasnya terjamin dan berbagi pengalaman terhadap pemeliharaan ikan channa sehingga tidak mengecewakan konsumen yang membeli.

b. Variasi Jenis Ikan

Variasi jenis ikan channa yang ditawarkan *The Fresh Water Aquatic* jika berdasarkan hasil analisis CPM memiliki skor kesamaan yang menandakan dalam persediaan variasi jenis ikan channa *The Fresh Water Aquatic* yang masih berada di tahap awal mampu bersaing melawan kedua pesaingnya, dengan jumlah skor yang sama yaitu 1,828 dalam segi persediaan jenis ikan channa hias yang dibutuhkan oleh para konsumen. *The Fresh Water Aquatic* akan selalu bermain pada kualitas ikan channa yang terbaik.

c. Strategi Promosi

Dalam strategi promosi yang dilakukan *The Fresh Water Aquatic* juga bisa ikut bersaing dengan kedua pesaingnya dengan skor yang sama yaitu 0,344. Yang artinya strategi yang ditetapkan *The Fresh Water Aquatic* dalam memasarkan produknya sudah terbukti bisa bersaing erat dengan pesaingnya, yang bisa menjadi kekuatan *The Fresh Water Aquatic* dalam mengembangkan bisnisnya dalam menarik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



daya beli konsumen. *The Fresh Water Aquatic* akan terus berusaha untuk dapat bermain pada kualitas ikan yang lebih baik terutama ikan yang bisa di ajak mengikuti kontes, dan *The Fresh Water Aquatic* menawarkan jasa penitipan dan perawatan ikan channa.

#### d. Lokasi Strategis

Dalam faktor lokasi *The Fresh Water Aquatic* kalah unggul dengan pesaingnya *Channa Jambi* dengan skor 1,6 yang memiliki lokasi penjualan yang strategis yaitu tepat di pinggir jalanan kota yang mudah dijangkau oleh konsumen, namun *The Fresh Water Aquatic* memiliki persamaan dengan pesaingnya Bumi Mayang Mangurai Snakehead dengan skor 1,2 karena lokasi kita yang tidak berada di pinggir jalan melainkan di dalam gang yang lokasi penemuannya sedikit sulit dan tidak semua orang tau lokasinya.

### 3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Menurut Philip Kotler and Gray Armstrong (2020:53), “*An overall evaluation of the company’s strenghts(S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).*”

Artinya analisis yang dilakukan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam sebuah perusahaan.

Tujuan dari sebuah perusahaan melakukan analisis menggunakan analisis SWOT yaitu agar bisa memberikan sebuah gambaran situasi dan kondisi yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Berikut ini adalah penjelasan dari komponen-komponen analisis SWOT:

a. *Strengths (S)* adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan yang diperlukan untuk membandingkan perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh pesaing. Jika kekuatan perusahaan tertera mencapai kemajuan dalam kualitasnya, maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



keunggulan itu bisa dimanfaatkan untuk mengisi bagian pasar yang berkeinginan untuk meningkatkan kualitas yang lebih baik.

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- b. *Weakness* (W) adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada bisa menjadi hambatan yang serius dalam perkembangan suatu perusahaan. Jika perusahaan tersebut memiliki kendala pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan perlu meneliti kekurangan-kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran.
  - c. *Opportunities* (O) adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.
  - d. *Threats* (T) adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan mengulas ancaman, perusahaan bisa menemui berbagai jenis faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang bisa memicu kemunduran suatu perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Semua Metode analisis tersebut sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu masalah yang bersumber dari empat sudut berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun petunjuk untuk menjaga kekuatan dan untuk memperbesar keuntungan suatu perusahaan. Selain itu ketentuan ini juga bermanfaat bagi para pembisnis untuk melihat aspek-aspek yang terabaikan atau tidak terlihat berasal dari sebuah perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari *The Fresh Water Aquatic*:

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 3.3**  
**Analisis SWOT *The Fresh Water Aquatic***

<b>STRENGTHS (KEKUATAN)</b>	<b>WEAKNESSES (KELEMAHAN)</b>
1. Menyediakan variasi ikan channa yang yang lengkap. 2. Menawarkan jasa penitipan dan perawatan ikan channa.	1. Ikan di jual dengan harga cukup tinggi. 2. Tempat yang berada di dalam gang.
<b>OPPORTUNITIES (PELUANG)</b>	<b>THREATS (ANCAMAN)</b>
1. Memanfaatkan beberapa media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram, WhatsApp untuk sarana promosi. 2. Bermain pada pangsa ikan channa yang berkualitas, terutama untuk kontes.	1. Jumlah stok channa yang tidak selalu ada dipasaran karena permintaannya yang lebih tinggi di dibandingkan produksinya. 2. Banyaknya pesaing atau <i>competitor</i> dalam bisnis ini.

Sumber: *The Fresh Water Aquatic*

Menurut Fred R. David (2017:251), ”*SWOT Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats).*” Yang berarti SWOT Matrix merupakan alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi: strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman).

Matriks ini bisa mencatat secara spesifik bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan bisa disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Matriks akan menghasilkan 4 (empat) buah kemungkinan alternatif strategi yang akan terbentuk seperti berikut ini:

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), dengan jalan pikir perusahaan yang dilakukan untuk memanfaatkan peluang dari seluruh kekuatan perusahaan.
2. Strategi ST (*Strengths-Threats*), dengan kemampuan strategi perusahaan dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.

1. Ditangguh 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

