

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Menganalisis lingkungan industri yang berkaitan terhadap bisnis yang akan dijalankan.

Analisis ini diperlukan agar pelaku bisnis dapat mengetahui keadaan dan gambaran mengenai kondisi industri yang sedang terjadi saat ini serta pertumbuhan dalam industri yang dapat menciptakan peluang bisnis.

1.1 TREND DAN PERTUMBUHAN INDUSTRI

Adanya perkembangan jaman dan kenaikan penduduk menyebabkan banyaknya pula kebutuhan masyarakat. Kebutuhan sendiri dibagi menjadi beberapa jenis yakni kebutuhan primer, sekunder dan juga tersier. Kebutuhan primer menurut *International Labour Organization* (ILO) yang dilansir oleh CNN Indonesia, merupakan segala kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh manusia. Kebutuhan ini terbagi menjadi tiga yakni kebutuhan sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal). Ketiga jenis kebutuhan tersebut dipastikan merupakan kebutuhan yang paling penting dalam berlangsungnya kehidupan manusia. Jenis kebutuhan yang selanjutnya yakni kebutuhan sekunder dimana kebutuhan ini menurut CNN Indonesia diartikan sebagai kebutuhan yang memiliki nilai untuk menciptakan atau menambah perasaan bahagia seseorang. Kebutuhan sekunder sendiri merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi setelah kebutuhan primer dan memiliki sifat yakni sebagai pelengkap. Salah satu contoh dari kebutuhan sekunder yakni seperti kendaraan, *handphone*, dan masih banyak lagi. Jenis kebutuhan terakhir yakni kebutuhan tersier dimana kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang memiliki sifat untuk meningkatkan *prestige* seseorang. Kebutuhan ini cenderung merupakan kebutuhan yang memiliki sifat mewah. Kebutuhan umumnya merupakan





kebutuhan yang berdasarkan keinginan misalnya seperti barang – barang mewah seperti berbagai barang dengan merek yang mahal dan terkenal, mobil mewah, dan lain – lain.

Menurut artikel yang dilansir oleh Unicef Indonesia dikatakan bahwa adanya pandemi Covid – 19 membuat adanya kontraksi ekonomi dunia yang sangat menurun. *International Monetary Fund* memprediksikan bahwa perekonomian akan semakin menurun dan krisis ini nyatanya memiliki dampak yang cukup signifikan bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Selama berjalannya pandemi Covid – 19, dampak yang disebabkan pun terus bermunculan. Menurut Artikel yang dilansir oleh CNBC Indonesia menyatakan bahwa tidak sedikit dari warga yang ada di Indonesia harus dirumahkan atau PHK secara sepihak. Dalam artikel yang dilansir oleh CNBC, Sekretaris Kemenko Perekonomian menyatakan bahwa sudah sebanyak 3,05 juta orang yang sudah terdampak PHK dan tingkat penambahan pengangguran meningkat sebanyak 5,23. Fenomena ini tentu membuat tidak sedikit dari masyarakat yang mencari peluang untuk menghasilkan pendapatan lebih sehingga masyarakat terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu *trend* yang muncul ketika pandemi tersebut yakni adanya bisnis yang muncul dari hobi memelihara hewan dan salah satunya yakni ikan cupang. Menurut artikel “Ikan Cupang, Si Primadona di Masa Pandemi” yang dilansir oleh Kompas, mengatakan bahwa adanya minat pada ikan cupang di Indonesia cukup tinggi dan dikatakan bahwa ikan cupang merupakan salah satu opsi yang dapat dipilih ketika ingin membangun bisnis baru. Akibat banyaknya peminat dari ikan cupang, harga ikan tersebut pun naik dibandingkan harga sebelumnya dan variasi dari ikan cupang pun semakin banyak. sehingga bisnis ikan cupang ini kembali naik daun dan banyak diminati oleh masyarakat. Menurut Kompas, dalam pengembangbiakan ikan cupang hias perlu diperhatikan beberapa hal diantaranya yakni berdasarkan suhu, kualitas air dan juga kondisi dari akuarium. Suhu air merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan dimana habitat alami dari ikan cupang sendiri yakni di negara tropis sehingga suhu dari air



sendiri harus dipastikan hangat yakni sekitar 27 derajat celcius. Selain suhu, kualitas dari air pun perlu diperhatikan dimana air dari akuarium harus memiliki pH netral agar ikan cupang hias dapat bertumbuh dengan optimal. Ikan cupang sendiri merupakan salah satu jenis ikan soliter atau territorial dimana ikan cupang sendiri tidak dapat disatukan dengan cupang lainnya sehingga perlu untuk memperhatikan kondisi dari akuarium untuk perkembangbiakan ikan cupang hias. Pemberian pakan ikan cupang pun dikatakan mudah untuk didapatkan karena ikan cupang mengonsumsi serangga hingga pellet. Pakan serangga dari ikan cupang diantaranya yakni jentik nyamuk, kutu air, dan cacing sutra. Untuk menjaga kualitas ikan cupang hias sendiri diperlukan beberapa obat diantaranya yakni *methylene blue* yang digunakan untuk mencegah adanya jamur dan juga parasit pada ikan cupang hingga membantu ikan cupang hias yang keracunan nitrit. Selain itu, garam ikan juga diperlukan untuk menjaga pH air dan juga membunuh bakteri. Ikan cupang hias yang mengalami penyakit tertentu juga dapat disembuhkan dengan *acriflavine* atau lebih dikenal dengan obat kuning. Daun ketapang dan daun secang juga merupakan salah satu perlengkapan yang dibutuhkan dalam pengembangbiakan ikan cupang hias dan berfungsi sebagai penjaga suhu air dan bagus untuk mutasi warna ikan cupang. Komunitas ikan cupang hias sudah sangat banyak dan menyebar di nusantara diantaranya yakni Komunitas Ikan Cupang Hias Bekasi, Komunitas Ikan Cupang Hias Jakarta, hingga Kontes Cupang Indonesia dimana di dalam komunitas tersebut berisikan kolektor ikan cupang hias yang saling berbagi pengetahuan, melakukan jual beli ikan cupang hias dan budidaya ikan cupang hias serta informasi kontes yang akan dilakukan. Salah satu kontes yang sudah ada yakni “Bekasi Betta Patriot”, “Manson Cupang Reot”, “Betta Kontes Regional Open”, dan “Piala IPB Kepanjen”.

© Halodipublishing.com | IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) | Inisiatif 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.



1.2 ANALISIS PESAING

Semakin tingginya peminat dari ikan cupang tentu semakin banyak pula bisnis ikan cupang yang bermunculan sehingga menjadi pesaing dari JNW Betta. Analisis pesaing perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat persaingan di masing – masing bisnis. Oleh karena itu pelaku bisnis perlu untuk mengidentifikasi para pesaing baik dari keunggulan dan juga kelemahan dari bisnis pesaing sehingga sebelum menjalankan bisnis, pelaku bisnis dapat menemukan strategi yang bisa digunakan untuk mengantisipasi adanya tindakan pesaing yang nantinya bisa merugikan bisnis.

JNW Betta memiliki beberapa pesaing yang menjual produk yang sejenis diantaranya yakni Botaks.id, Adyfattar, dan R_bettasupport2021. Berikut merupakan kelebihan dan kelemahan dari masing – masing pesaing:

Tabel 3.1
Analisis Pesaing JNW Betta

Pesaing	Kelebihan	Kelemahan
Botaks.id	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual ikan dengan warna yang khas dan unik 2. Ikan yang dijual sangat berkualitas 3. Sudah banyak dikenal oleh <i>customer</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki warna lain / monoton 2. Tidak memasarkan ikan cupang indukan
Adyfattar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual berbagai macam jenis ikan cupang 2. Kualitas ikan cupang yang dijual setara dengan kualitas kontes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memasarkan ikan cupang indukan
R_bettasupport2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki jangkauan <i>customer</i> yang sangat luas 2. Jenis ikan yang dijual cukup bervariasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan sangat mahal 2. Tidak menjual indukan ikan cupang

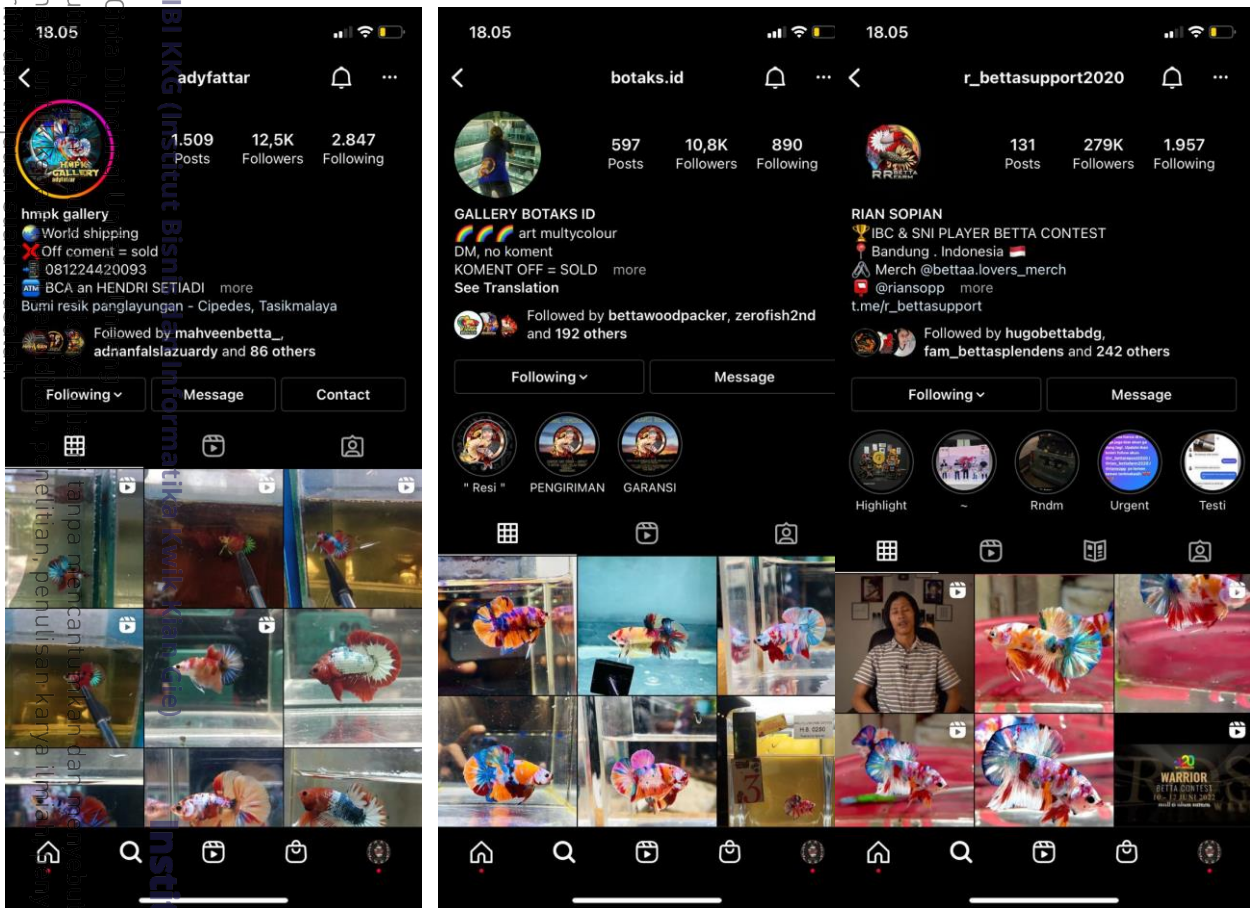
Sumber: JNW Betta

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 diatas merupakan analisis dari JNW Betta yang dipilih karena memiliki produk yang hampir sama dengan JNW Betta dan masih dikatakan seimbang karena masih dalam jangkauan pebisnis baru.

Gambar 3.1
Pesaing JNW Betta



Sumber: JNW Betta

Selain pesaing langsung, JNW Betta juga memiliki pesaing tidak langsung yang menjual produk yang berbeda namun memiliki target pasar yang sama diantaranya yakni:

1. Sekreo Farm merupakan salah satu usaha yang menjual produk ikan guppy dengan target pasar yang sama yakni kolektor ikan hias.
2. Polem Garden merupakan salah satu usaha yang menjual produk ikan molly dengan target pasar yang sama yakni kolektor ikan hias

1. Dilarang mengu...
 a. Pengutipan h...
 penulisan kr...
 Hak C...
 2. Dilarang mengu...
 tanpa izin IBIKKG.

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

kan sumber:
 usunan laporan,



Berdasarkan analisis pesaing diatas, JNW Betta mengambil peluang untuk bisa menawarkan produk yang memiliki perbedaan yakni menawarkan ikan cupang hias dengan kualitas terbaik dan juga kualitas kontes dengan harga yang masih terjangkau, dan menyediakan seluruh jenis ikan cupang hias dan berbagai warna sehingga *customer* dapat membeli produk beragam dengan satu tempat yang sama.

1.3 ANALISIS PESTEL

Analisis PESTEL merupakan suatu analisis yang dilakukan terhadap lingkungan eksternal yang umumnya digunakan untuk melihat pasar dari suatu bisnis, menilai sebuah situasi dan juga strategi suatu usaha dan dapat bermanfaat untuk mengetahui adanya peluang atau ancaman bagi perusahaan.

a. *Politic*

Faktor politik dalam analisis ini meliputi berbagai hukum yang ada, kebijakan pemerintah hingga berbagai aturan yang ada dalam suatu usaha. Dalam pelaksanaannya faktor politik yang mempengaruhi bisnis JNW Betta yakni adanya peraturan yang tidak mengizinkan untuk melakukan jual beli binatang pada instagram dan juga facebook dimana kedua platform tersebut merupakan salah satu platform yang paling sering digunakan untuk proses pemasaran. Tetapi, dalam melakukan penjualan, JNW Betta nantinya akan memberikan kode – kode dalam penjualan khususnya pada harga yang ditawarkan. Kode ini umum digunakan oleh para penjual hewan dimana “A” merupakan kode harga Rp100.000, “B” merupakan kode harga Rp50.000, “C” merupakan kode harga Rp20.000, “D” merupakan kode harga Rp10.000 dan “E” merupakan kode harga Rp5.000.

b. *Economic*



Faktor ekonomi dalam analisis ini meliputi seluruh faktor yang memiliki pengaruh dari adanya daya beli dari *customer* dan dalam pelaksanaannya, faktor ekonomi yang dihadapi oleh JNW Beta yakni adanya inflasi. Menurut Badan Pusat Statistik, tingkat inflasi di Indonesia meningkat menjadi 1,59% dan dengan adanya inflasi tentunya pemilik usaha harus menentukan kembali harga – harga barang yang dijual karena adanya daya beli masyarakat yang turun akibat terjadinya inflasi.

Social

Faktor sosial sendiri merupakan faktor yang memiliki pengaruh pada suatu kebutuhan dan memiliki pengaruh terhadap pangsa pasar yang dituju. Faktor tersebut diantaranya yakni adanya pandemi Covid-19 di Indonesia secara tidak langsung mempengaruhi adanya gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif dimana kebanyakan masyarakat lebih sering melakukan pembelanjaan karena hanya berada didalam rumah saja. Selain itu, adanya tren berbelanja pada situs jual beli online dimana menurut IDNTimes, sebanyak lebih dari 70% masyarakat yang ada di Indonesia kini berbelanja melalui handphone.

Technology

Faktor teknologi sendiri merupakan seluruh faktor yang dapat membantu suatu usaha dalam menghadapi adanya tantangan khususnya dalam kemajuan teknologi. Faktor tersebut yakni dapat digambarkan dengan pertumbuhan teknologi dikatakan cukup pesat. Adanya teknologi yang canggih juga memberikan dampak yang positif kepada para pebisnis. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bisnis online yang bermunculan karena pada jaman sekarang, seseorang yang ingin membuat suatu bisnis tidak perlu memiliki lahan untuk dapat menjalankan bisnisnya. Kini bisnis dapat dijalankan hanya dengan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instititut 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.



bermodalkan teknologi saja. Tidak hanya itu saja, para pebisnis lama juga tentunya dimudahkan. Salah satunya yakni memudahkan dan menambahkan inovasi khususnya dalam pemasaran. Para pebisnis lama dapat melakukan pemasaran secara online dan jangkauan yang dituju pasti akan semakin luas.

Environment

Faktor lingkungan sendiri merupakan faktor yang umumnya digunakan ketika melakukan perencanaan suatu usaha. Peran lingkungan tentu memberikan kesuksesan tersendiri khususnya pada bisnis yang akan penulis jalankan. Cuaca atau perubahan iklim menjadi salah satu faktor yang akan mempengaruhi keberhasilan dimana untuk melakukan ternak lebih akan mudah dijalankan tidak pada musim hujan.

Legal

Faktor legalitas sendiri merupakan faktor yang mempengaruhi hukum diantaranya yakni adanya Peraturan dikeluarkan oleh Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor Per. 29 / MEN / 2008 mengenai Persyaratan Pemasukan Media Pembawa Berupa Ikan Hidup atau syarat untuk melakukan Import Ikan Cupang Hias untuk menambahkan variasi akan lebih sulit.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 3.2

Analisis PESTEL

<i>Political</i>	<i>Economy</i>	<i>Social</i>	<i>Technological</i>	<i>Environment</i>	<i>Legal</i>
Menjual produk pada media sosial lainnya	Menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan juga kemampuan <i>customer</i> berdasarkan dengan situasi ekonomi yang dijalani.	Perubahan kehidupan sosial masyarakat yang kini melakukan segala sesuatu secara daring membuat produk kini harus dipasarkan lebih banyak secara <i>online</i> .	Memanfaatkan kecanggihan teknologi yang semakin maju seperti dengan memasukan produk ke berbagai platform yang sudah ada seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp.	Menjaga ruang berkembang baiknya ikan cupang sehingga dapat tetap berkembang biak dengan iklim yang berubah – ubah.	Membudidayakan ikan cupang hias dengan varian yang baru.

Sumber: JNW Beta

14 ANALISIS PESAING: 5 KEKUATAN PERSAINGAN MODEL PORTER
(PORTER FIVE FORCES BUSINESS MODEL)

Porter *Five Forces* merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menganalisis suatu industri dan bagaimana pengembangan strategi bisnis atau lingkungan persaingan dari suatu bisnis. Porter *Five Forces Business Model* merupakan hakikat atau persaingan dari sebuah industry dan dapat dilihat berdasarkan lima poin penting, diantaranya yakni: *Threat*

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



of New Entrants, Bargaining Power of Suppliers, Bargaining Power of Buyers, Threat of Substitutes, & Rivalry Among Existing Competitor.

a. *Threat of New Entrants*

Masuknya pendatang baru pada suatu usaha tentu memiliki tujuan untuk menguasai pasar. Untuk ancaman kompetitor baru pada usaha ini dapat dikatakan cukup tinggi karena modal yang dibutuhkan dalam pembuatan bisnis ini yang dapat dikatakan cukup rendah. Skala ekonomi pada bisnis ini tidak menghalangi adanya pendatang baru. Untuk menghadapi adanya pendatang baru yang menjadi ancaman para pelaku bisnis, JNW Betta tentu akan melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan posisinya dalam bisnis mulai dari berbagai promosi, hingga *give away* untuk menarik minat dari para *customer*.

b. *Bargaining Power of Suppliers*

Pemasok peralatan dan bahan yang dibutuhkan untuk bisnis ikan cupang sangat banyak sehingga harga peralatan dan bahan cukup kompetitif. Hal ini tentu membuat kekuatan tawar menawar pemasok dengan pemilik usaha rendah karena bahan dan peralatan yang diperlukan cenderung memiliki harga dan juga kualitas yang bersaing. Banyaknya pemasok akan membuat pemilik usaha ikan cupang memilih bahan dan peralatan dengan harga yang murah namun dengan kualitas yang baik.

c. *Bargaining Power of Buyer*

Faktor yang mempengaruhi kekuatan pembeli untuk membeli ikan cupang yakni adanya *switching cost* yang rendah dimana harga masing – masing ikan di setiap brand lainnya tidak jauh berbeda sehingga kemungkinan pembeli untuk berpindah cukup besar. Dalam menghadapi daya tawar *customer* ini sendiri, JNW Betta melakukan *pricing* terhadap produk yang dijualnya dan disesuaikan

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.



dengan kualitas yang akan diberikan ke *customer*, sehingga *customer* nantinya tidak akan merasa kecewa.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

d. *Threat of Substitutes*

Dalam bisnis ikan cupang, ancaman substitusi dari ikan cupang tersebut dikatakan cukup sulit karena hingga saat ini belum ada jenis ikan yang dapat menggantikan ikan cupang.

e. *Rivalry Among Existing Competitor*

“JNW Betta” memiliki banyak pesaing yang menjual ikan cupang serupa diantaranya yakni botaks.id, adyfattar, dan juga R_bettasupport2021 dimana persaingan antar pesaing tersebut terjadi pada harga, promosi dan juga keunikan dari masing – masing koleksi ikan cupang. Dalam pelaksanaan sebuah bisnis, mengadapi adanya persaingan sendiri dapat dilakukan dengan membuat strategi untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada sehingga bisnis tetap dapat berjalan. Botaks.id memiliki keunggulan dan keunikan karena bisa menciptakan warna ikan cupang hias yang unik, sedangkan Addyfattar memiliki berbagai jenis ikan cupang yang memiliki standar dan kualitas untuk kontes, serta R_bettasupport2021 memiliki keunggulan yakni jangkauan *customer* yang sangat luas. Namun, JNW Betta juga tidak kalah unggul karena memiliki varian ikan yang sangat banyak dan juga memiliki kualitas ikan cupang hias yang baik dan juga kualitas kontes dengan harga yang masih bersahabat yang bisa menjadi peluang bagi JNW Betta untuk tetap unggul di pasaran.

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.



1.5 ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KUNCI SUKSES (*COMPETITIVE PROFILE*

MATRIX / CPM)

Analisis *Competitive Profile Matrix* merupakan matriks yang memiliki fungsi untuk mengidentifikasi pesaing utama dari suatu usaha beserta dengan kekuatan dan juga kelemahan dari pesaing yang berkaitan dengan posisi strategis dari perusahaan. *Competitive Profile Matrix* terdiri dari beberapa komponen diantaranya yakni:

1. Faktor Penentu Keberhasilan (*Critical Success Factors*)

Faktor penentu keberhasilan sendiri diartikan sebagai faktor terpenting yang dapat mempengaruhi adanya keberhasilan dari produk. Faktor ini ditentukan setelah melakukan adanya faktor yang dianggap penting oleh *customer* yang membuat *customer* lebih tertarik dan memilih suatu produk dibandingkan pesaingnya. Faktor tertinggi menunjukkan bahwa faktor tersebut dinilai sebagai kelebihan atau keunggulan sebuah produk atau jasa, dan begitupun sebaliknya, faktor terendah sendiri merupakan faktor yang dianggap menjadi kelemahan dari produk ataupun jasa.

2. Peringkat (*Rating*)

Peringkat sendiri dalam matrix CPM dapat diartikan sebagai suatu respon atas produk atau jasa berdasarkan beberapa faktor penentu dari keberhasilan. Peringkat ini memiliki kisaran antara 1,0 – 4,0 yang dapat diterapkan di setiap faktor keberhasilan produk atau jasa. Penjelasan mengenai poin tersebut sebagai peringkat di matriks CPM yakni:

- a. Respon suatu produk atau jasa yang diberikan nilai 1 menandakan bahwa produk atau jasa tersebut masih dinilai sebagai kelemahan utama dari suatu produk atau jasa.



- b. Respon suatu produk atau jasa yang diberikan nilai 2 menandakan bahwa faktor tersebut masih menjadi kelemahan minor dari suatu produk atau jasa.
- c. Respon suatu produk atau jasa yang diberikan nilai 3 menandakan bahwa faktor tersebut dinilai sebagai kekuatan minor atas produk dan jasa yang ditawarkan.
- d. Respon suatu produk atau jasa yang diberikan nilai 4 menandakan bahwa faktor tersebut dinilai sebagai keberhasilan yang superior atas barang ataupun jasa.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3 Bobot (*Weighted*)

Bobot dalam matriks CPM merupakan suatu kepentingan yang sifatnya relatif untuk menjadi penentu atas kesuksesan produk atau jasa. Bobot sendiri umumnya berkisar dari 0,0 yang menandakan bahwa berarti bobot tersebut dinilai tidak penting dan 1,0 yang menandakan bahwa bobot tersebut dinilai penting. Untuk seluruh faktor yang dianalisis harus memiliki bobot yang sama dengan 1,0.

4 Nilai Terbobot (*Weighted Score*)

Nilai terbobot sendiri dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai dari masing – masing bobot sesuai dengan faktor dikalikan dengan nilai peringkatnya.

5 Jumlah Nilai Terbobot (*Total Weighted Score*)

Jumlah nilai terbobot diartikan sebagai total dari nilai terbobot. Umumnya nilai akhir dari jumlah nilai terbobot sendiri harus berada pada posisi rentang 1.0 (rendah) dan 4.0 (tinggi).

Berikut merupakan data *competitive profile matrix* untuk membandingkan usaha JNW Betta dengan pesaingnya yakni Botaks.id, Addyfattar dan juga R_bettasupport2021:



Tabel 3.3

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Weight	Botaks.id		AddyFattar		R_bettasupport 2021		JNW Beta	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0,125	2	0,25	3	0,375	2	0,25	4	0,5
Kualitas	0,135	4	0,54	5	0,675	4	0,54	4	0,54
Keunikan	0,125	3	0,375	2	0,375	3	0,375	4	0,5
Packaging	0,117	2	0,234	3	0,351	3	0,351	4	0,468
Varian	0,128	3	0,384	4	0,512	4	0,512	4	0,512
Harga menjadi pertimbangan kualitas	0,120	2	0,24	4	0,48	4	0,48	4	0,48
Lokasi	0,120	4	0,48	4	0,48	3	0,36	4	0,48
Pelayanan	0,130	3	0,39	4	0,52	2	0,26	4	0,52
TOTAL	1	23	2,893	29	3,768	25	3,128	32	4

Berdasarkan hasil analisis *competitive profile matrix* diatas, JNW Beta berada pada posisi yang lebih baik dibandingkan dengan ketiga pesaing lainnya dan mendapatkan skor sebesar 4.

1.6 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL (SWOT ANALISIS)

ANALISIS SWOT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Analisis SWOT menurut Salim M. & Siswanto A. (Salim M. & Siswanto A. 2019,

p.1-2), merupakan analisa yang umumnya memiliki dasar dari memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), dan keadaan tersebut juga dapat meminimalkan adanya kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT juga memiliki fungsi diantaranya untuk mengidentifikasi adanya kondisi baik pada internal perusahaan maupun eksternal perusahaan, menganalisis prospek perusahaan baik pada penjualan, keuntungan hingga pengembangan produk, dan menyiapkan strategi bagi perusahaan untuk menghadapi permasalahan yang ada.

Adanya analisis SWOT sendiri juga memberikan kemudahan pelaku bisnis untuk mengetahui suatu kondisi yang akan dihadapi oleh perusahaan sehingga analisis ini dapat digunakan sebagai alat untuk mencari jalan keluar terkait kondisi yang akan dialami oleh perusahaan. Berikut merupakan analisis SWOT dari JNW Betta:

a. Strengths:

Keuatan sendiri menurut merupakan keunggulan – keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan yang kompetitif dalam lingkungan pasar. Keunggulan inilah yang menjadi suatu nilai tambah yang dimiliki perusahaan dimata para konsumen.

1. Menjual ikan dengan kualitas yang sangat baik

JNW Betta tentunya akan memberikan ikan dengan kualitas terbaik kepada *customernya*, hal ini dilakukan demi kepuasan *customer* sehingga *customer* tidak berpikir dua kali untuk melakukan pembelian berulang di JNW Betta.

2. Pilihan ikan cupang yang ditawarkan sangat bervariasi

JNW Betta memilih untuk melakukan penjualan produk dengan berbagai varian atau jenis ikan cupang hias. Hal ini dilakukan mengingat banyaknya pelaku bisnis yang hanya menjual produk ikan cupang hias di jenis tertentu saja. Dengan adanya JNW Betta, *customer* tidak perlu mencari berbagai penjual lagi, karena



JNW Betta merupakan “*One Stop Solutions*” untuk *customer* sehingga bisa berbelanja berbagai varian ikan di satu tempat yang sama.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Memiliki jenis ikan yang unik

JNW Betta memberikan berbagai varian ikan yang berbeda yang dihasilkan dari hasil perkawinan silang sehingga peminat atau kolektor ikan cupang hias unik dapat terus menambah koleksinya di JNW Betta.

4. Memiliki pelayanan yang sangat baik

JNW Betta akan memberikan pelayanan yang sangat baik kepada *customer* JNW Betta secara *end to end* sehingga mereka akan lebih puas dan dapat membeli kembali.

5. Weaknesses:

Kelemahan sendiri merupakan suatu keterbatasan yang dimiliki pelaku usaha yang dapat menurunkan tingkat kinerja perusahaan.

1. Memiliki lokasi yang jauh

JNW Betta dapat dikatakan salah satu bisnis yang memiliki lokasi jauh dengan para kolektor dimana lokasi dari JNW Betta sendiri yakni di Bekasi.

2. Packaging yang masih minim sehingga penjualan terbatas di pulau Jawa saja

Saat ini JNW Betta dalam proses penjualannya masih menggunakan packaging dengan kualitas standar sehingga tidak dapat melakukan penjualan dengan jarak yang sangat jauh atau diluar pulau Jawa.

3. Opportunities:

Peluang merupakan suatu kondisi yang dapat menguntungkan pelaku bisnis, salah satunya yakni dikarenakan adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pembeli, dan masih banyak lagi.

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.



1. Banyaknya kolektor yang masih memiliki minat tinggi untuk memelihara atau koleksi ikan cupang

Walaupun popularitas ikan cupang sudah tidak terlalu tinggi, namun nyatanya minat dari *customer* atau kolektor pun masih banyak dikarenakan hobi mereka untuk melakukan koleksi ikan cupang hias.

Banyaknya kontes atau perlombaan yang rutin diselenggarakan

Adanya kontes atau perlombaan yang seringkali diadakan memberikan peluang untuk JNW Betta untuk menghasilkan pendapatan yang meningkat. Hal ini dikarenakan JNW Betta juga menjual berbagai ikan cupang hias dengan kualitas kontes sehingga *customer* yang ingin mengikuti kontes pun bisa membeli koleksinya di JNW Betta.

Threats:

Ancaman merupakan suatu kondisi yang tidak baik dan tidak memberikan keuntungan untuk pelaku bisnis. Umumnya, ancaman sendiri menjadi gangguan utama untuk pemilik bisnis dalam meraih tujuan bisnis.

1. Adanya fluktuasi harga pasar baik dari harga pakan, obat yang dibutuhkan dan juga harga jual ikan

Harga pakan dan perlengkapan ternak, dan juga harga ikan cupang hias yang seringkali berubah mengakibatkan adanya kerugian bagi JNW Betta. Keadaan ini seringkali dihadapi ketika jumlah panen di tiap jenis ikan yang cukup banyak sehingga harga ikan cupang hias di salah satu varian pun menjadi turun.

2. Adanya faktor iklim yang berubah – ubah

Cuaca yang seringkali berubah membuat ternak ikan cupang hias pada JNW Betta menjadi tidak terkontrol. Untuk melakukan ternak sendiri lebih baik dilakukan

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

saat musim hujan karena nantinya burayak atau anakan ikan cupang hias tersebut lebih kuat bertahan hidup pada musim hujan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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





Tabel 3.4

Analisis SWOT JNW Beta

<p>Internal</p>	<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual ikan dengan kualitas yang sangat baik 2. Pilihan ikan cupang yang bervariasi 3. Memiliki ikan yang unik 4. Memiliki kualitas pelayanan yang baik 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penjualan yang jauh dengan kolektor 2. Packaging yang masih minim sehingga penjualan terbatas di pulau Jawa saja
	<p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya kolektor yang masih memiliki minat tinggi untuk memelihara atau koleksi ikan cupang 2. Banyak kontes atau perlombaan yang rutin diselenggarakan 	<p>SO Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan ikan kualitas terbaik kepada kolektor yang ada di seluruh Indonesia (S1, O1) 2. Melakukan progress berbagai varian ikan cupang yang unik agar dapat masuk pada spesifikasi ikan cupang kontes (S2, O2)
<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya fluktuasi harga pasar baik dari harga pakan, obat yang dibutuhkan dan harga jual ikan 2. Adanya faktor iklim yang berubah – ubah 	<p>ST Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan substitusi dari segi pakan yang masih terbilang sama namun dengan harga yang lebih murah untuk menjaga kualitas ikan cupang hias (S1, T1) 2. Melakukan ternak sebanyak – banyaknya dengan seluruh varian untuk menjaga stok dari ikan cupang hias (S2, T2) 	<p>WT Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian berbagai perlengkapan ikan cupang di e-commerce karena harganya yang umumnya lebih murah kepada pemasok yang sudah cukup terkenal sehingga para pemasok menyadari adanya bisnis JNW Beta (W1, T1)

Sumber: JNW Beta

Diatas ini adalah analisis SWOT JNW Beta yang diperoleh dari keempat strategi yakni strategi internal (*strength* dan *weakness*), dan juga strategi eksternal (*opportunity* dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengesakan sumber. Hak Cipta Dilindungi. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



threat). Strategi tersebut merupakan strategi gabungan yang dilakukan pelaku bisnis dalam menghadapi kelemahan dan memanfaatkan dari kekuatan yang dimiliki pemilik bisnis.

a) Strategi SO

1. Menawarkan ikan kualitas terbaik kepada kolektor yang ada di seluruh Indonesia. Kekuatan ini diambil oleh JNW Betta untuk dapat lebih dikenal atau menaikkan *brand awareness* dari para *customer*. Strategi ini dapat dilakukan dengan mengikuti berbagai komunitas kolektor dan mulai untuk mengunggah produk dari JNW Betta di komunitas – komunitas kolektor tersebut.
2. Melakukan progress berbagai varian ikan cupang agar dapat masuk pada spesifikasi ikan cupang kontes. Banyaknya kontes yang diadakan dengan berbagai spesifikasi dan juga jenis ikan cupang membuat JNW Betta tentu akan melakukan progress terhadap ikan cupang hias yang sudah di ternak untuk bisa masuk ke dalam spesifikasi atau kualitas ikan cupang kontes agar peminatnya semakin tinggi.

b) Strategi WO

1. Menjual produk melalui social media dan sehingga kolektor yang berada di luar daerah dapat menjangkau dan memiliki koleksi ikan cupang hias dari JNW Betta.
2. Meningkatkan penggunaan packaging dengan kualitas terbaik agar ikan cupang hias yang dijual bisa di jangkau oleh kolektor di luar pulau Jawa.

c) Strategi ST

1. Melakukan substitusi dari segi pakan yang masih terbilang sama namun dengan harga yang lebih murah untuk menjaga kualitas ikan cupang hias. Untuk pakan ikan cupang hias, banyak opsi yang bisa dipilih untuk mengganti pakan utama apabila terjadi fluktuasi. Hal ini dilakukan untuk menekan biaya produksi sehingga JNW Betta bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.



2. Melakukan ternak sebanyak – banyaknya dengan seluruh varian untuk menjaga stok dari ikan cupang hias. Melihat dari iklim yang seringkali berubah, JNW Betta terus memfokuskan untuk proses ternak pada musim penghujan sebanyak mungkin. Hal ini ditujukan agar nantinya ketika musim sudah berganti, JNW Betta sudah memiliki stok yang cukup banyak dan bisa fokus untuk melakukan progress saja untuk menjaga kualitas ikan cupang hias yang akan dijual.

4) Strategi WT

1. Melakukan pembelian berbagai perlengkapan ikan cupang di e-commerce karena harganya yang umumnya lebih murah kepada pemasok yang sudah cukup terkenal sehingga para pemasok menyadari adanya bisnis JNW Betta. Alasan mengapa JNW Betta memilih untuk membeli perlengkapan di e-commerce yakni penawaran harga yang diberikan umumnya lebih murah dibandingkan dengan pembelian langsung di toko. Sehingga apabila perlengkapan atau bahan produksi lebih rendah, maka keuntungan akan semakin tinggi.