



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis industri dan pesaing adalah hal yang krusial dalam mendirikan suatu bisnis atau usaha, Analisis penting untuk dilakukan sebagai guna untuk mengetahui bagaimana keadaan suatu industri serta tren di pasaran dan juga mengetahui berbagai potensi yang mungkin dapat terjadi, serta mengetahui permasalahan yang akan terjadi di masa mendatang. Dengan terlebih dahulu mengetahui kendala-kendala yang akan dihadapi, calon pebisnis dapat mempelajari ancaman dan juga menyusun strategi yang akan digunakan untuk bersaing.

Analisis industri sendiri merupakan penilaian terhadap berbagai peluang dan ancaman lingkungan kompetitif yang mempengaruhi perusahaan dapat mencapai titik kesuksesannya (Cerdasco, 2019). Kesimpulan dari adanya analisis yang dibuat adalah calon pebisnis dapat meminimalisirkan segala risiko yang ada dan kendala yang akan dihadapi dalam menjalankan usaha.

#### 3.1. Trend dan Pertumbuhan Industri

Sebagai seorang pebisnis diperlukan untuk menganalisis tren dan pertumbuhan industri. Dengan menganalisis seorang pebisnis bisa mengetahui kelayakan suatu bisnis yang akan dijalankan. Indah Arwana adalah bisnis yang bergerak di bidang pembesaran dan perawatan ikan siluk merah atau bisa dikenal dengan arwana super red.

Ikan siluk merah atau arwana super red adalah salah satu jenis dari ikan hias asli dari Indonesia. Habitat asli dari ikan siluk merah atau arwana super red ini

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.

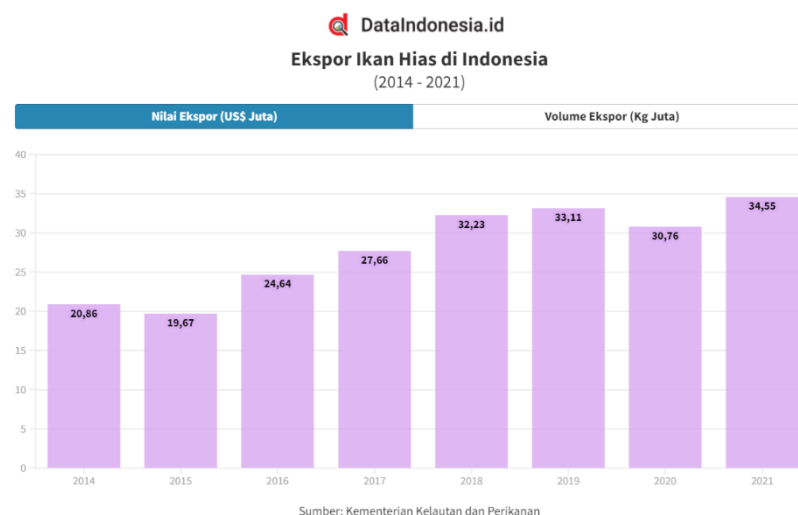


berasal dari provinsi Kalimantan Barat seperti di sungai kapuas hulu dan juga danau

**C** Sentarum. Ikan siluk merah atau bisa dikenal arwana super red merupakan ikan yang tergolong langka dan mahal di Indonesia. Harga ikan arwana yang mahal disebabkan oleh proses reproduksi yang tidak terlalu sering dibandingkan dengan ikan hias lain.

Walaupun produksi bisa dibilang terbatas namun permintaan terus meningkat, maka dari faktor itulah harga ikan arwana cukup tinggi dan harga bisa terbilang stabil serta harga tidak mudah turun secara drastis. Saat ini ikan arwana siluk merah atau super red menjadi salah satu spesies ikan hias yang paling sering di ekspor.

**Gambar 3.1**  
**Grafik Tren Data Pertumbuhan Ekspor Ikan Hias Indonesia, 2014-2021**



Sumber : <https://dataindonesia.id> (Kementerian Kelautan dan Perikanan)

Pada Gambar 3.1 bisa dilihat sesuai dengan data BPS yang diungkap oleh Ditjen PDSPKP, nilai ekspor ikan hias Indonesia pada periode 2017-2021 mengalami kenaikan secara signifikan, yang dikatakan adalah sekitar US\$ 27,6 juta di tahun 2017 yang meningkat menjadi US\$ 34,5 juta pada tahun 2021, dengan perhitungan rata-rata sebesar 6,11%. Ketertarikan akan ikan hias dalam pasar

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.



ekspor pada tahun 2021 adalah ikan hias air tawar sebesar 80,63% (senilai US\$ 27,8 juta). Diketahui bahwa jenis ikan hias yang paling diminati adalah arwana (super red dan jardini), lalu diikuti oleh cupang, botia, koi, maskoki, oscar dan lain-lain.

Pada periode yang sama juga, nilai ekspor ikan hias arwana juga mengalami kenaikan dari US\$7,05 juta pada tahun 2017 naik menjadi US\$ 7,46 juta pada tahun 2021 dengan perhitungan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,8%. Berdasarkan jenis tersebut, ekspor ikan hias arwana Indonesia pada tahun 2021 adalah ikan hias Arwana Super Red (*Scleropages Formosus*) dengan nilai sebesar US\$ 7,3 juta (98,74%). Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (PDSPKP) Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), Artati Widiarti mengungkapkan, selama tahun 2020, nilai ekspor ikan hias jenis Arwana Super Red ke China - Tiongkok mencapai USD 3,09 juta.

### 3.2. Analisis Pesaing

Dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha sudah pasti akan ada yang namanya pesaing. Adanya pesaing merupakan faktor penting bagi seorang pebisnis, karena seorang pebisnis harus mempunyai kreativitas yang tinggi serta pemikiran yang menghasilkan sebuah inovasi dengan tujuan agar suatu usaha yang dibangun dapat berjalan dengan lancar dan bisa bertahan di pasar ke depannya. Dengan menganalisis pesaing-pesaing, seorang pebisnis bisa mengetahui baik kekuatan ataupun kelemahan dari para pesaing. Dengan cara ini seorang pebisnis bisa mendapat berbagai informasi-informasi yang penting dari para pesaing. Penulis juga melakukan observasi analisis pesaing sebagai acuan untuk melihat kelemahan dan kekuatan Indah Arwana. Berikut merupakan hasil pengamatan langsung dari para pesaing Indah Arwana:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**C 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**



- a) Nama Toko : Erik Setiadi Arowana
- Lokasi : Jl. Bisma 4 No. 19, Papanggo, Jakarta Utara
- Tahun pendirian : 2022
- Telepon : 087713490320
- b) Nama Toko : Shelook Red
- Lokasi : Jl. Boulevard Barat Raya, Kelapa Gading, Jakarta Utara
- Tahun Pendirian : 2012
- Telepon : 0214534207

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

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Erik Setiadi Arwana	Kualitas ikan dengan spek kontes	Tidak aktif membuat konten di sosial media
	Penjual yang ramah dan mau diajak konsultasi	Hanya menjual arwana dengan satu ukuran
	Terkenal di kalangan komunitas penghobi arwana	Harga relatif cukup mahal
Shelook Red	Adanya diskon dan promo untuk menarik calon pembeli	Kurangnya strategi pemasaran
	Mempunyai badan hukum berbentuk perusahaan	Kualitas ikan yang biasa
	Lokasi yang strategis	Pelayanan yang kurang baik

Sumber: Indah Arwana (2024)

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

### 3.3. Analisis PESTEL (*Politics, Economy, Social, Technology, Environment* dan

#### **C Legal)**

##### **a. Politik (*Politic*)**

Dalam berbisnis adanya faktor politik dikaitkan erat dengan kebijakan pemerintah baik di bidang dalam negeri ataupun luar negeri, khususnya terutama di bidang Usaha Mikro. Dalam bidang Usaha Mikro tentu ada faktor politik. Adapun faktor-faktor politik yang dimaksud seperti: hukum perdagangan, hukum lingkungan, tarif, dan kondisi stabilitas politik. Selain faktor tersebut kondisi politik di suatu wilayah tertentu dimana suatu usaha didirikan sangat penting untuk mempengaruhi jalannya suatu usaha tersebut. Oleh karena itu seorang pebisnis perlu melakukan suatu pengamatan serta memperhatikan peluang dan kebijakan bisnis yang tepat, karena faktor politik dari pemerintah dapat berubah secara dinamis. Salah satu faktor politik dengan para pelaku usaha adalah mengenai perubahan kebijakan pemerintah yang secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi kenaikan harga suatu barang dan juga perubahan kebijakan jumlah pajak yang harus dibayarkan, hal-hal tersebut tentu sangat mempengaruhi proses bisnis dari Indah Arwana.

Menurut Achmad Nur Hidayat selaku pengamat kebijakan publik dari UPN Veteran Jakarta dan sebagai CEO Narasi Institute (2024) bahwa “Dampak pemilu pada ekonomi hanya bersifat sementara. Begitu periode pemilu berakhir maka efek positif tersebut berkurang. Hal ini namun akan sangat tergantung faktor-faktor lain yang kemungkinan menurun akibat situasi global yang saat ini kurang kondusif. Jadi pertumbuhan ekonomi di kuartal IV diprediksi mencapai 5% kemungkinannya masih 50:50, Dengan

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.



pendekatan yang proaktif dan komunikasi yang efektif, pemerintah dapat membantu mengurangi ketidakpastian yang sering kali datang dengan tahun politik dan memastikan bahwa iklim investasi tetap stabil dan kondusif bagi pertumbuhan ekonomi,”

Berdasarkan pengamatan dari hasil data yang disebutkan oleh Achmad Nur Hidayat dapat disimpulkan bahwa dari dampak pemilu tersebut akan mengakibatkan ekonomi Indonesia di tahun 2024. Dikarenakan menjelang pemilu para investor memilih untuk menunda keputusan investasi sampai setelah hasil pemilu diketahui dan juga arah kebijakan pemerintah baru lebih jelas. Selain itu pemilu bisa mempengaruhi sentimen pasar dalam jangka pendek, dan juga jangka panjang. Maka dari itu menjadi perhatian penting untuk pemerintah pada saat ini dalam menstabilkan perekonomian Indonesia 2024. Jika pemerintah Indonesia bisa memanfaatkan momentum maka perekonomian Indonesia akan menjadi lebih baik dan diharapkan dapat menjadi pemimpin perekonomian di sektor Asia Tenggara dan juga internasional.

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

Walaupun situasi perekonomian di skala global sedang melambat dengan ketidakpastian yang semakin tinggi dikarenakan adanya faktor geopolitik dan perang antar negara, faktanya perekonomian Indonesia diperkirakan tetap tumbuh baik dan dapat bertahan terhadap dampak perekonomian dan peperangan global pada saat ini. Saat ini pemerintah Indonesia melalui bank Indonesia juga terus melakukan inovasi dalam berupaya meningkatkan efektivitas kebijakan moneter serta memastikan dan menjaga agar inflasi terkendali dan nilai tukar Rupiah tetap stabil. Melihat hal tersebut dapat

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



disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif dapat menjadi peluang bagi Indah Arwana untuk memasuki dunia perikanan. Dikarenakan bisnis akan meluas dan juga adanya peningkatan daya beli suatu produk serta peningkatan pendapatan pada masyarakat luas.

### c. Sosial (*Social*)

Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya beli dari konsumen. Daya beli juga berpengaruh terhadap kelas sosial. Semakin tinggi status sosial dalam kelas sosial memiliki gaya hidup yang tinggi sebaliknya pada status sosial paling rendah memiliki gaya hidup yang rendah. Adapun menurut Reuter et al. (2017), salah satu hal yang merupakan faktor pendorong perdagangan hewan eksotis adalah untuk menunjukkan tingkat kekayaan atau status sosial yang dimiliki seseorang. Menurut Reuter et al. (2017), faktor status kekayaan dan tingkat sosial seseorang dapat diukur menggunakan indikator seperti:

- 1) Perasaan bangga memiliki hewan yang jarang dimiliki;
- 2) Prasangka mengenai intensitas untuk *posting* foto hewan yang dimiliki;
- 3) Perasaan bangga ketika memiliki hewan yang secara internasional perdagangannya diatur dan memiliki status konservasi yang mendesak; dan
- 4) Perasaan bangga ketika memelihara hewan yang memiliki kategori mahal.

Dengan memamerkan hewan eksotis yang dimiliki pada sosial media atau teman maka manusia akan merasa lebih dihargai dan juga diakui

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.



pada masyarakat. Salah satu pendorong dari pembelian hewan eksotis adalah kepercayaan, adanya anggapan dari kepercayaan bahwa memelihara ikan arwana siluk merah dapat mendatangkan keberuntungan. Setelah pandemi covid-19 terdapat perubahan perilaku konsumen atau masyarakat yaitu menghindari terjadinya kontak fisik dan lebih memilih untuk melakukan aktivitas secara daring atau *online*. Perubahan ini juga terjadi terhadap aktivitas penjualan dan pembelian, oleh karena itu Indah Arwana akan selalu berusaha menyesuaikan gaya hidup masyarakat Indonesia dan mengikuti perkembangan teknologi serta perubahan perilaku konsumen agar tidak tertinggal dengan para pesaing lainnya.

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

Pada zaman sekarang ini perkembangan teknologi semakin maju, dengan adanya teknologi masyarakat semakin dimudahkan dalam mendapatkan informasi. Aspek teknologi merupakan salah satu aspek terpenting dalam membangun sebuah bisnis, karena dengan adanya teknologi sebuah bisnis dapat terbantu dalam hal meningkatkan penjualan dari suatu usaha. Adanya teknologi juga bisa digunakan sebagai alat pemasaran dan juga penjualan terhadap suatu produk. Manfaat dari adanya teknologi juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat, seperti sebagai contoh adalah dalam hal berbelanja daring atau *online*.

Dengan adanya pandemi sejak awal tahun 2020, bisnis *e-commerce* di Indonesia menjadi meningkat sangat pesat, tercatat pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada tahun 2022, melihat trennya pengguna *e-commerce* di Indonesia juga diproyeksikan akan terus meningkat mencapai 196,47 juta pada akhir 2024 (Statiska

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.



Market Insights 2022). Bank Indonesia juga mencatat nilai transaksi di *e-commerce* di Indonesia sebesar Rp 476,3 triliun pada tahun 2022 (Data Indonesia.id 2024).

Melihat data yang tertera membuktikan bahwa secara langsung pelaku bisnis sangat memanfaatkan internet dan juga platform sosial media seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan juga WhatsApp. Maka dari itu Indah Arwana akan memanfaatkan dan memaksimalkan sosial media sebaik mungkin dan juga Indah Arwana akan bekerja sama dengan pihak Gojek, Grab, Maxim, Shopee dan juga jasa ekspedisi logistik lainnya. Diharapkan kemajuan teknologi dapat memudahkan Indah Arwana dalam memberikan konten atau pengetahuan yang sifatnya informatif dan juga membangun citra merek serta menjalin relasi atau hubungan yang baik dengan konsumen.

**e. Lingkungan (*Environment*)**

Faktor lingkungan menjadi sangat penting untuk keberlangsungan pembesaran dan perawatan ikan arwana siluk merah atau super red. Indah Arwana akan berusaha selalu dengan maksimal untuk memperhatikan dan menjaga kualitas air agar terbebas dari jamur dan penyakit lainnya, yang mana ikan arwana siluk merah atau super red membutuhkan suhu air yang hangat sekitar 28-32 derajat Celsius. Selain memperhatikan kualitas air Indah Arwana juga peduli dan turut berkontribusi pada lingkungan sekitar serta memastikan agar tidak ada limbah berupa air beracun dan sampah yang tidak dibuang pada tempatnya.

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.

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

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 Ayat 3 yang berbunyi “Indonesia adalah negara hukum” maka hukum yang berlaku dan berdiri di negara Indonesia harus diikuti dengan benar dan baik. Pelaku bisnis wajib mengikuti aturan hukum negara yang berlaku ketika sedang membangun suatu bisnis. Kepentingan hukum juga hadir dalam mengatur proses berbisnis dan juga untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Pelaku bisnis juga harus memiliki izin atau legalitas yang berlaku dengan peraturan pemerintah, apabila suatu usaha tidak memiliki izin atau legalitas maka akan mendapatkan sanksi dari pihak pemerintah.

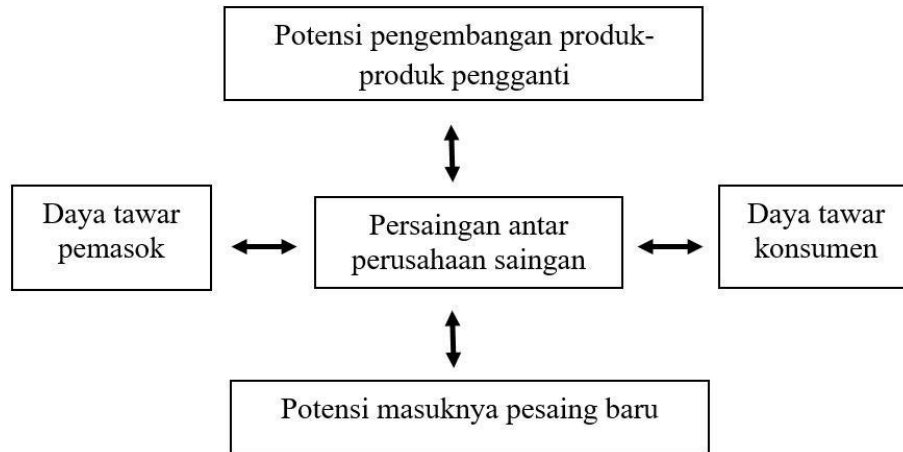
Maka dari itu Indah Arwana sebagai bisnis harus memiliki surat izin mendirikan usaha antara lain SIUP, dan NPWP pemilik. Indah Arwana sebagai bisnis yang sehat juga harus menaati Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen dengan menaati seluruh kewajiban perusahaan dan tidak melanggar hak perusahaan, serta juga melindungi konsumen dalam proses usahanya.

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

Ramalan pada sebuah industri diperlukan untuk melakukan perkiraan terhadap jumlah banyaknya permintaan di waktu mendatang pada saat bisnis dilakukan, hal ini bertujuan untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi pada permintaan. Adapun analisa persaingan model lima kekuatan pesaing model Porter tentang analisis kompetitif menurut Fred R. David & Forest R. David (2017:229)

adalah pendekatan yang banyak digunakan untuk mengembangkan strategi di banyak industri.

**Gambar 3.2**  
**Lima Kekuatan Persaingan Model Porter**



Sumber : Fred R. David & Forest R. David

Seorang pebisnis harus bisa menganalisis dan mengidentifikasi 5 (lima) kekuatan, yaitu potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk-produk pengganti, persaingan dalam usaha sejenis, daya tawar pemasok dan daya tawar konsumen. Berikut adalah analisis *Porter Five Forces Business Model* dari Indah Arwana.

#### a. Persaingan Perusahaan Sejenis

Bagi para pelaku bisnis persaingan antar perusahaan adalah tantangan yang terberat. Maka dari itu sebuah perusahaan harus memiliki sifat dinamis dan harus bisa beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi yang berpengaruh terhadap pasar. Sebuah perusahaan juga wajib untuk selalu menciptakan inovasi terhadap produk yang dibuat serta memperhatikan kualitas dan juga membuat berbagai strategi supaya perusahaan dapat bertahan dan menjadi selalu terdepan serta tidak dilupakan begitu saja oleh pasar.



Dalam menjalankan bisnis, Indah Arwana tentu akan banyak bersaing dengan para penjual ikan arwana siluk merah atau super red. Indah Arwana mempunyai keyakinan dan akan berusaha semaksimal mungkin untuk selalu melakukan *research and development* serta melakukan inovasi yang baru di dunia ikan arwana siluk merah atau super red.

#### **b. Ancaman Pendatang Baru**

Prospek bisnis di dunia ikan hias air tawar khususnya arwana siluk merah atau super red menjadi impian atau cita-cita bagi sebagian besar orang-orang, dikarenakan sudut pandang orang akan bisnis ini terlihat sangat menjanjikan untuk dijalani. Tidak menutup kemungkinan akan selalu ada para pendatang baru yang mencoba bisnis ini, namun kegiatan pembesaran dan perawatan ikan arwana siluk merah atau super red ini memerlukan perhatian khusus yang ekstra dan konsisten. Oleh karena itu Indah Arwana berusaha untuk membangun citra baik di mata masyarakat luas dan juga menjual hasil produk ikan arwana siluk merah yang berkualitas tinggi, sehingga Indah Arwana bisa dipercaya dan menimbulkan sisi kelayakitan dari pelanggan dalam memberi ikan arwana siluk merah atau super red.

#### **c. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok**

Pemasok merupakan sebuah nyawa dari sebuah bisnis, jika tidak ada pemasok maka seluruh operasional bisnis tidak dapat dijalankan. Pemasok juga merupakan salah satu elemen terpenting dalam dunia bisnis. Maka dari itu sebagai pebisnis yang handal wajib mempunyai jumlah pemasok lebih dari satu agar seorang pebisnis tidak bergantung kepada pemasok utama dan juga untuk berjaga-jaga apabila pemasok utama kehabisan stok produk

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.



ataupun terjadi faktor yang lain. Seorang pebisnis juga harus menjaga relasi atau hubungan yang baik dengan pemasok agar pemasok bisa memprioritaskan dan jalannya proses bisnis lancar. Pemilihan pemasok juga perlu dilakukan untuk menyediakan produk yang berkualitas dan terpercaya.

#### d. Ancaman Barang Pengganti

Produk pengganti menjadi sebuah salah satu ancaman yang serius bagi suatu bisnis karena produk utama yang dihasilkan oleh suatu perusahaan bisa tersingkir karena adanya produk alternatif atau produk pengganti untuk konsumen. Produk alternatif atau pengganti juga bisa menyaingi produk utama dalam hal biaya yang lebih murah dan kualitas produk yang lebih baik. Walaupun ikan arwana siluk merah atau arwana super red ini dinilai sebagai raja ikan hias namun terdapat ikan Channa yang merupakan produk pengganti arwana siluk merah. Channa merupakan ikan satu spesies dengan ikan gabus namun berukuran kecil, selain harga yang murah, perawatan ikan channa juga tergolong sangat mudah dan ikan channa juga sangat cocok bagi pemula yang ingin memelihara ikan hias yang bersifat predator. Maka dari itu Indah Arwana memiliki strategi dalam memberikan *value* dan juga pelayanan secara maksimal dengan tujuan konsumen merasa sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

### 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.



#### e. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Masyarakat pada sekarang ini lebih bijak dalam membeli sebuah barang, masyarakat sebagai pelaku konsumen semakin teliti dalam memperhatikan faktor harga barang yang akan dibeli agar barang yang dibeli sesuai dengan uang yang dikeluarkan.

Di wilayah Jakarta sendiri sudah ada beberapa pesaing serupa namun jumlahnya masih tergolong sedikit. Oleh karena itu Indah Arwana memiliki peluang untuk mengadakan permintaan arwana siluk merah atau arwana super red khususnya di Jakarta Utara.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:236), *competitive profile matrix* atau CPM adalah sebuah alat untuk mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dan kekuatan serta kelemahan khususnya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Bobot dan total nilai tertimbang untuk CPM dan EFE memiliki arti yang sama akan tetapi faktor penentu keberhasilan dalam CPM adalah menyangkut isu internal dan eksternal. Analisis dalam CPM dilakukan baik secara faktor internal dan faktor eksternal, adapun nilai yang didapat akan mempengaruhi keputusan dan juga kebijakan strategi dari seorang pebisnis, baik *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE).

##### a. *Critical Success Factors*

Faktor ini memiliki peran penting sebagai penentu untuk keberhasilan dari suatu perusahaan setelah dianalisis secara baik dan rinci terkait lingkungan; baik secara internal maupun eksternal perusahaan. Jika memiliki *rating* tinggi maka hal tersebut menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah

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.

dilakukan dengan baik. Dengan *rating* yang lebih rendah, maka terlihat bahwa perusahaan belum mempunyai strategi yang baik.

#### **b. Peringkat (*Rating*)**

Peringkat dalam CPM memperlihatkan respons perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan pengambilan strategi keputusan. Semakin tinggi *rating* yang didapatkan memperlihatkan respons yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factor*, dan juga apabila sebaliknya *rating* mengarah pada angka yang rendah maka hal tersebut menunjukkan respons yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai macam faktor. Ada beberapa poin keterangan mengenai *rating* di CPM, antara lain:

- a. Peringkat ditetapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang memperlihatkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- c. Tanggapan rata-rata diwakili 2,0 yang menunjukkan bahwa ini
- d. Tanggapan di atas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dari sebuah perusahaan.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0.

#### **c. Bobot (*Weight*)**

CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kesuksesan dalam industri perusahaan manufaktur, berat berkisaran 0,0 (yang berarti tidak

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.



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.

penting) dan 1,0 (yang berarti penting), jumlah semua berat yang dihitung atau total dari seluruh faktor yang ada harus sama dengan 1,0. Jika total perhitungan bukanlah 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot di salah satu dari beberapa faktor yang ada yang harus diperbaiki.

#### d. *Total Weight Score*

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1,0 (rendah) ke 4,0 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM matriks adalah 2,5 di mana setiap perusahaan dengan skor di bawah 2,5 dianggap lemah, sedangkan apabila total skor tertimbang melebihi 2.5 maka dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan dari total CPM adalah perusahaan pemenang dengan poin yang paling tinggi di antara para pesaing yang ada. Berikut adalah tabel CPM Indah Arwana:

**Tabel 3.2**  
***Competitive Profile Matrix (CPM) Indah Arwana***

Faktor Kunci Sukses	bobot	Indah Fish		Erik Setiadi Arwana		Shelook Red	
		Score	Weighted Score	Score	Weighted Score	Score	Weighted Score
Pengetahuan	0,15	3	0,45	4	0,60	3	0,45
Harga	0,16	3	0,49	4	0,65	3	0,49
Lokasi	0,10	2	0,20	3	0,31	4	0,41
Merek	0,10	2	0,20	2	0,20	3	0,31
Kualitas	0,16	3	0,49	4	0,65	4	0,65
Pengiriman	0,16	3	0,49	3	0,49	3	0,49
Varian	0,16	3	0,47	2	0,32	2	0,32
Total	1		2,8		3,2		3,1

Sumber: Indah Arwana (2024)



**Keterangan:**

- a. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor terpenting untuk suatu kesuksesan usaha
- b. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1(satu).
- c. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu: 4 = *major strength*, 3 = *minor strength*, 2 = *minor weakness*, 1 = *major weakness*.
- d. Nilai dari masing-masing perusahaan merupakan hasil perkalian dari peringkat dengan bobot (peringkat x bobot).

Dalam hasil perhitungan CPM berdasarkan tabel (3.2) dapat disimpulkan bahwa keseluruhan Erik Setiadi Arwana lebih unggul dibandingkan Shelook Red dan Indah Fish yang dimana produk Erik Setiadi Arwana sendiri sudah lebih dipercaya oleh konsumen jika dibandingkan dengan Indah Fish. Kedua pesaing serta Indah Fish sendiri tetap memiliki keunggulan dalam usahanya masing-masing yang dimana angka tersebut hanya menggambarkan kelemahan serta kelakuan antara perusahaan maupun pesaing secara keseluruhan agar perusahaan dapat membuat strategi apabila diperlukan dan serta mempertahankan keunggulan karena sudah lebih unggul dibandingkan pesaing. Berdasarkan tabel (3.2) angka bobot yang tertera dalam tabel analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) didapat dari hasil survei terhadap 35 responden laki-laki dan perempuan yang memiliki rentang usia 15 tahun – 34 tahun dengan domisili di sekitar Jakarta, Bekasi, dan luar Jakarta. (<https://forms.gle/ukHkj9SS5jbP1ArSA>)

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



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

**C** Analisis SWOT sangat diperlukan untuk menganalisis, mengetahui dan mengukur berbagai kekuatan dan juga kelemahan dari suatu perusahaan. SWOT menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2017:79), “*An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T)*”. Analisis SWOT juga mencakup faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*), sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) (Kristanto, 2017). Berikut merupakan analisis SWOT dari Indah Arwana:

#### a. Kekuatan (*Strengths*)

##### 1) Menjual produk unggulan dengan kualitas terbaik

Sebelum jatuh ke tangan konsumen, produk yang dijual akan dicek dengan detail dan dipastikan bahwa produk tidak mengalami kecacatan dan kondisi produk dengan kondisi prima.

##### 2) Mempunyai lebih banyak variasi dan ukuran

Konsumen mendapat banyak pilihan variasi dan ukuran daripada produk, dengan banyaknya pilihan, konsumen bisa bebas memilih dan tidak bosan dengan pilihan yang ada, sehingga bisa menyesuaikan keinginan atau selera konsumen.

##### 3) Pelayanan yang responsif dan konsultasi gratis

Pelayanan yang maksimal menjadi hak dan kewajiban dari konsumen, maka dari itu calon konsumen akan mendapatkan bentuk layanan berupa konsultasi dan edukasi secara gratis, sehingga diharapkan calon konsumen mendapatkan solusi dan terjalinnya suatu hubungan spesial antara konsumen dan pelaku bisnis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian 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.

4) Tersedia di berbagai sosial media

Adanya platform sosial media dapat memudahkan konsumen sebagai akses untuk mendapatkan informasi dan membantu proses terjadinya transaksi jual beli, sehingga diharapkan konsumen juga memberikan umpan balik di platform sosial media seperti tiktok, facebook dan whatsapp.

5) Membuka jasa penanganan ikan sakit dan cacat

Jika konsumen memiliki ikan yang sakit dan mempercantik ikan kembali yang mengalami kecacatan atau kelainan pada mata atau mulut melalui operasi mandiri, sehingga ikan kembali sehat dan cantik kembali.

**b. Kelemahan (*Weaknesses*)**

1) Belum mempunyai merek yang dikenal luas oleh masyarakat

Dengan terbilangnya usaha baru, perusahaan masih membutuhkan waktu untuk membangun citra merek yang positif di masyarakat.

2) Adanya kesulitan dalam mengurus perizinan

Sulitnya mendapatkan perijinan peredaran ikan arwana, dikarenakan adanya peraturan yang membingungkan dan tidak konsisten serta rumitnya birokrasi pada pemerintahan di Indonesia.

3) Ekspedisi yang terbatas

Sistem pengiriman yang terbatas dan masih minimnya jasa ekspedisi yang bisa dipercaya dalam mengirimkan ikan arwana dengan cepat dan aman.

**c. Kesempatan (*Opportunities*)**

1) Pengembangan ikan arwana karena di dukung pemerintah

Ikan arwana siluk merah mempunyai habitat asli di Indonesia, maka dari itu faktor alam serta faktor cuaca di Indonesia sangat mendukung untuk keberlangsungan reproduksi secara terus menerus sehingga diharapkan Indonesia menjadi pemimpin di bidang penjualan ikan arwana siluk merah.

2) Permintaan di pasar internasional yang semakin meningkat

Banyaknya peminat di negara luar negeri terutama di asia tenggara sehingga adanya permintaan yang semakin meningkat di pasar internasional.

3) Berkembangnya teknologi dan informasi

Perkembangan teknologi dan informasi akan membantu dalam kemudahan pemasaran secara *online* melalui platform sosial media.

**d. Ancaman (*Threats*)**

1) Adanya penjual yang sudah populer

Perusahaan baru harus menempatkan diri di tengah persaingan agar tidak tertinggal dari para pesaing dan mendapatkan kepercayaan serta mempelajari selalu agar nama dikenal oleh masyarakat.

2) Habitat yang terancam punah

Ditakutkan terjadi penurunan populasi ikan dikarenakan faktor alam dan faktor lainnya manusia serta faktor biologis terhadap ikan

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 3.3**  
**Analisis SWOT Matriks Indah Arwana**

<b>SWOT Analysis</b>	<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
	1. Menjual produk unggulan dengan kualitas terbaik. 2. Banyak variasi dan ukuran. 3. Pelayanan yang responsif dan gratis konsultasi. 4. Tersedia di berbagai platform.	1. Perusahaan belum dikenal. 2. Hambatan dalam mendapatkan ijin peredaran ikan arwana. 3. Ekspedisi terbatas
<b>Opportunities</b>	<b>S-O Strategies</b>	<b>W-O Strategies</b>
1. Pasokan ikan arwana yang banyak. 2. Permintaan di pasar Internasional meningkat. 3. Berkembangnya teknologi dan informasi	1. Memanfaatkan teknologi sebagai sarana penjualan dan pemasaran (S1, S2, S4, O3). 2. Mempelajari cara mengubah anatomi ikan (S2, S5). 3. Menjaga konsistensi pemeliharaan dan perawatan (S1)	1. Mengikuti kontes atau perlombaan serta membuka booth di pameran (W1)
<b>Threats</b>	<b>S-T Strategies</b>	<b>W-T Strategies</b>
1. Kalah dalam persaingan produk sejenis 2. Habitat terancam punah	1. Membuat konten edukasi di sosial media (S4, T1). 2. Melakukan perbandingan harga pasaran.	1. Melakukan promosi yang menarik (W1, T2). 2. Memperluas koneksi untuk menambah relasi dan ilmu (T1).

Sumber: Indah Arwana (2024)

Berdasarkan pada Tabel 3.3 yang membahas tentang analisis SWOT Matrix dari Indah Arwana, berikut adalah penjelasan strategi dan penjabaran secara rinci yang direncanakan oleh Indah Arwana:

1) Strategi SO

- a. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menawarkan dan memasarkan suatu produk dan memperlihatkan variasi produk agar

**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.



mendapatkan perhatian serta dikenal baik oleh pelanggan ataupun masyarakat luas.

- b. Mempelajari bagaimana cara untuk mengubah anatomi seperti memperpanjang dayung ikan, melebarkan bagian ekor serta menjaga bentuk badan selalu agar tidak terlalu gemuk dan juga tidak terlalu kurus.
- c. Menjaga konsistensi dalam hal pemeliharaan dan perawatan untuk meningkatkan kualitas Arwana Super Red, agar produk yang dihasilkan memiliki hasil yang maksimal dan optimal serta layak dan mampu untuk bersaing dalam hal penjualan Arwana Super Red.

## 2) Strategi WO

Mengikuti kontes atau perlombaan serta membuka *booth* di berbagai pameran dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dari Indah Arwana dan juga menambah relasi atau koneksi dengan sesama pengusaha Arwana Super Red. Dengan mengikut kontes atau perlombaan diharapkan adanya kesempatan untuk mendapatkan pelajaran dan pengalaman dari teman-teman penghobi serta mendapatkan *supplier* atau pemasok baru dan tidak menutup kemungkinan mendapatkan rekanan bisnis baru.

## 3) Strategi ST

- a. Membuat konten edukasi seperti tips dan trik tentang ikan Arwana Super Red di berbagai platform sosial media.
- b. Melakukan perbandingan harga untuk penentuan harga yang kompetitif di pasaran dikarenakan harga dari Arwana Super Red tidak memiliki harga yang tetap atau tolak ukur yang paten dan cenderung harga berubah – berubah.

### 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.

#### 4) Strategi WT

- a. Melakukan promosi yang menarik perhatian saat pembukaan atau peresmian sehingga masyarakat sekitar menjadi tahu keberadaan Indah Arwana.
- b. Memperluas koneksi serta menjalin hubungan baik dengan pemain lama dan *breeder* untuk bertukar ilmu dalam hal *breeding*, pembesaran dan perawatan serta cara untuk meningkatkan penjualan dan mempelajari sistem tata cara untuk ekspor ke mancanegara.

#### **(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.