

# Analisis Lima Kekuatan Porter pada *Marketplace* Pakan Ternak dan Produk Hasil Ternak (Studi Kasus: ePakan)

Dinora Refiasari, Tristiyanto, S.Kom., M.I.S., Ph.D., Astria Hijriani, S.Kom.,  
M.Kom.

*Jurusan Ilmu Komputer, FMIPA,  
Universitas Lampung, Bandar Lampung, 35141*

*\*email korespondensi: refiasaridinora@gmail.com, trimsya@gmail.com, astria.hijriani@gmail.com*

Diterima (Tgl Bulan Tahun), Direvisi (Tgl Bulan Tahun)

**Abstract.** *The purpose of the study was to analyze the competitive environment of the animal feed market and animal products (ePakan) market based on the Porter's five forces (five power module) from Michael A. Porter. Corporate competition in the industry depends on five basic competition competitions, namely competition with competitors in the same industry, newcomer defense, product or service challenges, bargaining power of customers, and bargaining power of suppliers. This type of research is qualitative. The research method used is a case study. Data collection is done through the interview method. Determination of interviewees using purposive sampling techniques. In the marketplace for animal feed and animal products or ePakans that connect farmers, feed makers, farmers, and the general public can be provided as a marketplace that is ready to compete with competitors in the same field. Weaknesses of ePakan are weaknesses in ePakan in overcoming the strength of protection products that might cause market prey and the threat of the new entrant industry. While the advantage of ePakan lies in the strong ePakan in the challenge of the competitive strength of competition in the same industry, the threat of bargaining power of customers, and the threat of supplier strength.*

**Keywords:** *animal feed, animal products, marketplace, porter's five force*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan persaingan industri *marketplace* pakan ternak dan produk hasil ternak (ePakan) berdasarkan lima kekuatan Porter (*five force module*) dari Michael A. Porter. Keadaan persaingan perusahaan dalam suatu industri tergantung pada lima kekuatan persaingan dasar yaitu persaingan dengan kompetitor dalam industri yang sama, ancaman pendatang baru, ancaman produk atau jasa pengganti, kekuatan tawar menawar pelanggan, dan kekuatan tawar menawar pemasok. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara. Penentuan narasumber wawancara menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada *marketplace* pakan ternak dan produk hasil ternak atau ePakan yang menghubungkan peternak, pembuat pakan, petani dan masyarakat umum dapat dikatakan sebagai *marketplace* yang siap untuk bersaing dengan para kompetitor di bidang yang sama. Kelemahan dari ePakan terdapat pada lemahnya ePakan dalam menghadapi kekuatan ancaman produk pengganti yang mungkin menangkap mangsa pasar dan ancaman persaingan dari pesaing dalam industri yang sama. Sedangkan kelebihan dari ePakan terletak pada kuatnya ePakan dalam menghadapi ancaman industri pendatang baru, ancaman kekuatan tawar pelanggan, dan ancaman kekuatan tawar pemasok.

**Kata kunci:** lima kekuatan porter, *marketplace*, pakan ternak, produk hasil ternak

---

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan penyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Salah satu

sub sektor pertanian adalah peternakan. Berdasarkan data statistik peternakan dan kesehatan hewan tahun 2017 oleh Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan

(Ditjenpkh) bahwa neraca ekspor-impor peternakan pada tahun 2015-2016 masih mengalami defisit (volume impor lebih besar dari pada volume ekspor). Jika pada tahun 2015 rasio volume ekspor terhadap volume impor senilai 1:7,1 maka pada tahun 2016 rasionya meningkat menjadi 1:7,9 [1]. Data ini menunjukkan bahwa permintaan akan produk peternakan sangat tinggi dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun, dibalik tingginya permintaan tersebut belum diikuti suplai yang memadai. Salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya produktivitas hewan ternak dalam negeri. Faktor paling dominan dalam menentukan produktivitas hewan ternak selama ini adalah rendahnya kualitas pakan di tingkat peternak.

Pakan mempunyai peranan sangat penting dalam kehidupan ternak. Proporsi terbesar dari pengeluaran perusahaan peternakan adalah untuk pakan yaitu sebesar 68,20% [2]. Kelemahan sistem produksi hewan ternak umumnya terletak pada buruknya tatalaksana pakan dan kesehatan hewan. Untuk itu, perlu adanya sentuhan teknologi guna meningkatkan nilai gizi dan penyimpanannya agar tahan lama. Selain teknologi pakan diperlukan juga teknologi *marketplace* yang membantu peternak dalam mencari produk pakan ternak dengan mudah.

Salah satu solusi permasalahan diatas adalah dengan menyediakan aplikasi berbasis android bernama ePakan yang membantu peternak dalam mendapatkan produk pakan dengan kualitas yang baik dan mudah dalam pembelian hingga pendistribusiannya. ePakan.id merupakan platform untuk melakukan proses pemesanan pakan hewan ternak dan produk hasil ternak yang dikembangkan pada Januari 2019. Aplikasi yang dikembangkan ditujukan untuk peternak ruminansia dan unggas mengingat Provinsi Lampung yang memiliki potensi peternakan bahkan ditetapkan sebagai salah satu Provinsi yang menjadi Lumbung Ternak Nasional.

*Platform* ini dilengkapi dengan fitur untuk konsultasi pakan hewan ternak dan menyediakan wadah bagi peternak untuk melakukan penjualan produk ternak seperti daging, kambing, sapi maupun kompos. Terdapat 3 aplikasi ePakan versi 1 untuk masing-masing pengguna yaitu aplikasi untuk unit produksi pakan dan mitra peternak dan petani yang menjual bahan baku pakan, aplikasi untuk layanan kurir untuk pengantaran produk, dan aplikasi untuk pelanggan baik peternak maupun masyarakat umum.

*Marketplace* ePakan sebagai salah satu media jual beli online memiliki peluang besar untuk dikembangkan di Indonesia. Perdagangan *online* di Indonesia sangatlah menjanjikan, salah satu prospek yang dapat dicapai di Indonesia yaitu *Economic Growth Improvement* yang akan membantu produktivitas dari negara Indonesia sendiri [3].

Aplikasi *marketplace* yang baik dan berkelanjutan dapat diwujudkan dengan melakukan analisis dan perancangan yang baik juga. Sebelumnya, ePakan versi 1 dibuat tanpa analisis bisnis yang baik, akibatnya belum diketahui peluang bisnis kedepannya. Peluang *marketplace* ePakan dapat dibuktikan dengan analisis bisnis. Analisis bisnis dapat digunakan untuk menentukan fitur-fitur baru yang memang diperlukan agar *marketplace* ePakan menjadi lebih baik dari versi sebelumnya. Analisis bisnis *marketplace* ePakan yang akan digunakan yaitu analisis lima kekuatan Porter. Model lima kekuatan Porter (Porter's *five force* modul) yang merupakan alat untuk menganalisis lingkungan persaingan industri [4].

Beberapa penelitian terdahulu dalam analisis bisnis yang dalam penelitiannya menganalisis *competitive force* (lima kekuatan Porter) yang dihadapi Kulina.id dan *competitive strategy* yang akan dilakukannya dalam mengatasi adanya *competitive force* dalam menjalankan bisnisnya [5]. Selain itu, pada penelitian

lainnya dilakukan analisis *competitive forces and competitive strategy* pada sistem informasi Zalora.co.id untuk mengetahui seberapa kuatnya strategi persaingan yang disiapkan oleh Zalora.co.id untuk menghadapi kuatnya persaingan dengan perusahaan di bidang yang sama [6]. Analisis lima kekuatan Porter yang disertai dengan analisis SWOT dapat digunakan untuk menentukan strategi usaha berdasarkan posisi bersaing dan jenis usaha [7].

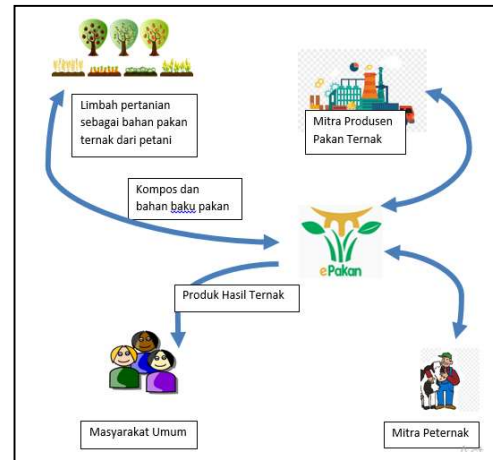
Dalam jangka panjangnya, penggunaan *marketplace* ePakan diharapkan dapat menjadi salah satu penyebab meningkatnya kesejahteraan peternak Indonesia untuk membantu program nasional dalam mewujudkan swasembada daging atau produk peternak lainnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis daya tarik industri dalam bisnis *startup* ePakan menggunakan lima kekuatan Porter.

## METODE PENELITIAN

### Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian yang diteliti adalah CV SigerDev Lampung yang merupakan *startup* bidang teknologi informasi yang berdiri pada bulan Januari 2019 di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Salah satu produk dari perusahaan ini adalah ePakan dengan konsep *sustainability agriculture* yang diusung menggabungkan potensi pertanian dan peternakan menjadi *foodchain* yang menguntungkan. Peternak, produsen pakan ternak, petani dan masyarakat umum dapat menggunakan ePakan yang menyediakan berbagai produk peternakan yang dibutuhkan. Peternak dapat menjual produk hasil ternak dan dapat membeli pakan ternak dari produsen pakan ternak. Produsen pakan ternak dapat menjual pakan ternak dan membeli bahan baku pakan ternak dari petani. Petani dapat menjual

bahan baku pakan dari limbah hasil pertanian dan dapat membeli kompos dari peternak. Sedangkan masyarakat umum dapat membeli berbagai produk hasil ternak dari peternak. *Foodchain* yang dimaksud dapat dilihat pada **Gambar 1**.



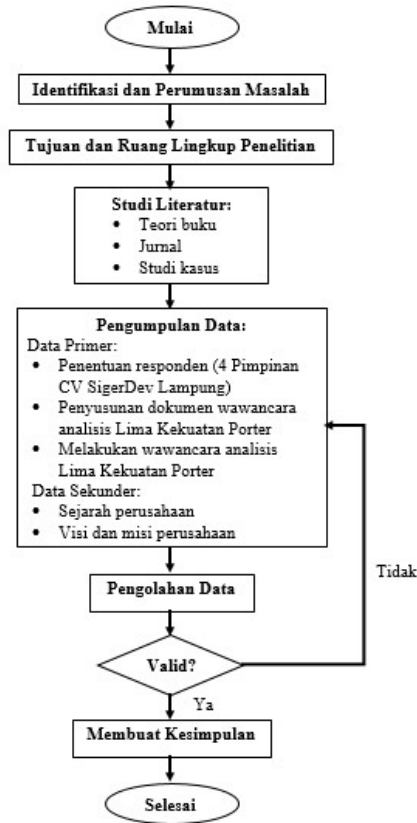
**Gambar 1.** *Foodchain* yang Saling Menguntungkan.

Adapun objek penelitian yang diteliti pada ePakan adalah lima kekuatan Porter yang terdiri atas persaingan antar perusahaan pesaing, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk pengganti, daya tawar pemasok dan daya tawar konsumen.

### Desain Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode penelitian deskriptif jika dilihat dari tujuan penelitian. Sedangkan jika dilihat dari cakupan topiknya, penelitian ini merupakan penelitian studi kasus. Desain penelitian dari penelitian ini digambarkan dalam diagram alir. Diagram alir merupakan urutan alur kegiatan yang dilakukan dalam suatu penelitian. Penelitian yang dilakukan dalam pengembangan model bisnis aplikasi ePakan dimulai dengan melakukan perencanaan dengan mengidentifikasi dan merumuskan masalah, pengumpulan data dengan studi literatur dan wawancara, analisis lima kekuatan Porter hingga membuat kesimpulan berdasarkan hasil

analisis. Bagan dari diagram alir penelitian dalam pengembangan model bisnis aplikasi ePakan ditunjukkan pada **Gambar 2**.



**Gambar 2** Diagram Alir Penelitian.

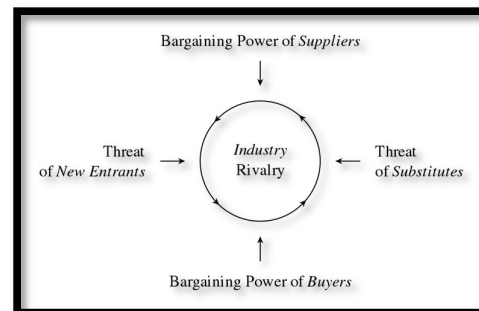
### Analisis yang Digunakan

Analisis yang digunakan adalah analisis lima kekuatan (*five forces model*) sebagai alat untuk menganalisis lingkungan persaingan industri [4]. Analisis ini membantu perusahaan untuk mengetahui peluang serta hambatan apa saja yang dimiliki oleh perusahaan sebagai acuan perusahaan dalam memaksimalkan peluang dan meminimalkan ancaman untuk menghadapi keadaan di masa mendatang [8]. Selain itu, analisis lima kekuatan Porter juga dapat menentukan kemampuan perusahaan dalam memperoleh tingkat pengembalian investasi yang melebihi biaya

modal [9]. Persaingan menurut Porter adalah sebagai berikut.

1. Persaingan antar perusahaan pesaing.
2. Potensi masuknya pesaing baru.
3. Potensi pengembangan produk pengganti.
4. Daya tawar pemasok.
5. Daya tawar konsumen.

Representasi grafis lima kekuatan Porter dan hubungannya diperlihatkan pada **Gambar 3**.



**Gambar 3.** Representasi Grafis dari Lima Kekuatan Porter [4].

1. Persaingan antar Perusahaan Pesaing

Menurut [10] merupakan kekuatan terbesar dari lima kekuatan kompetitif lainnya. Faktor persaingan antar pesaing dalam industri yang sama inilah yang menjadi sentral kekuatan persaingan. Strategi yang dijalankan oleh suatu perusahaan dapat berhasil hanya jika perusahaan memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan pesaing, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyedia layanan, perpanjangan garansi dan lain-lain. Semakin tinggi tingkat persaingan antar perusahaan mengindikasikan semakin tinggi pula profitabilitas industri, namun profitabilitas perusahaan mungkin menurun.

## 2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Semakin mudahnya perusahaan baru masuk ke suatu industri tertentu, maka intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat [10]. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan untuk menguasai teknologi dan pengetahuan khusus, pengalaman yang kurang, tingginya loyalitas dari setiap konsumen, kuatnya preferensi merek, besarnya persyaratan dalam hal modal, saluran distribusi yang kurang, kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah, akses ke bahan mentah yang masih kurang, kepemilikan paten, lokasi yang kurang menguntungkan, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaring pasar.

## 3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Di banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti. Dimana akan sangat berpengaruh apabila produk pengganti tersebut memiliki harga yang lebih murah dan biaya peralihan konsumen yang juga turun [10]. Ancaman produk pengganti dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yaitu harga relatif dalam kinerja barang pengganti, biaya pengalihan ke produk lain dan kecenderungan pembeli untuk mengganti produk.

## 4. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi [10]. Setidaknya ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan kekuatan tawar pembeli. Faktor tersebut antara lain

yaitu pangsa pembeli yang besar, biaya pengalihan ke produk lain yang relatif kecil, banyaknya produk pengganti dan minimnya diferensiasi produk.

## 5. Daya Tawar Konsumen

Ketika konsumen berkonsentrasi atau berbelanja atau membeli dalam volume besar, daya tawar mereka menunjukkan kekuatan besar yang mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri [10]. Berikut ini faktor yang mempengaruhi kuat tidaknya daya tawar penyedia input (pemasok).

- a. Industri pemasok didominasi hanya oleh sedikit perusahaan.
- b. Produk pemasok hanya memiliki sedikit barang pengganti.
- c. Pembeli bukan merupakan pelanggan yang penting bagi pemasok.
- d. Produk pemasok merupakan produk yang penting bagi pembeli.
- e. Produk pemasok didiferensiasikan.
- f. Produk pemasok memiliki biaya pengalihan tinggi.
- g. Pemasok memiliki ancaman integrasi ke depan yang kuat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Lima Kekuatan Porter

Berikut ini hasil analisis lima kekuatan Porter dari *marketplace* pakan ternak dan produk hasil ternak (ePakan).

#### 1. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Para pendatang baru akan dengan cepat tertarik memasuki suatu bisnis jika terdapat banyak keuntungan yang didapat dari bisnis tersebut. Pendatang baru pasti akan menambah tingkat kompetisi sekaligus mendatangkan ancaman dalam suatu bisnis. Ancaman masuknya pendatang baru dalam

bisnis berbagai produk peternakan ini sangat berpeluang besar, dimana banyak *startup* yang semakin berkembang membuat sistem informasi dalam berbagai fitur dan *device*. Semakin banyak pendatang baru dalam bisnis ini menandakan bahwa ancaman ini memiliki posisi yang sangat kuat dalam bisnis bidang peternakan.

Meski bisnis *marketplace startup* berpeluang besar, namun belum banyak usaha teknologi informasi yang menasar penjualan pakan dan produk hasil hewan ternak dengan aplikasi *mobile*. Umumnya penjualan pakan dan produk hasil hewan ternak hanya menggunakan *website*. Beberapa pesaing baru yang akan menjadi ancaman adalah aplikasi *marketplace* dan produsen produk peternakan konvensional yang beralih ke penjualan *online* menggunakan *e-commerce*.

Besar kecilnya kekuatan potensi ini dipengaruhi oleh besar kecilnya hambatan untuk masuk ke dalam suatu industri. Beberapa hambatan untuk masuk dalam industri ini, seperti keahlian teknologi dalam membangun *marketplace* relatif rendah, informasi yang kurang *update*, produk peternakan yang dijual masih terbatas dan belum lengkap, saluran distribusi yang kurang memadai untuk menjangkau segmen pelanggan, dan sebagainya.

Berdasarkan analisa tersebut, ePakan dibuat untuk membantu masyarakat, peternak, dan produsen pakan dalam melakukan transaksi jual beli produk peternakan menggunakan *marketplace* secara lebih mudah.

## 2. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Semakin banyak barang atau jasa yang bisa menggantikan produk suatu perusahaan, maka posisi perusahaan tersebut akan semakin lemah. Sehingga dengan semakin banyaknya produk dan jasa pengganti dalam bisnis menandakan bahwa

ancaman ini memiliki posisi yang sangat kuat dalam bisnis sebuah perusahaan.

Aplikasi ePakan dibuat untuk membantu peternak mencari pakan yang berkualitas, mendapatkan fitur konsultasi dan dapat memasarkan produk dari peternakan seperti kambing, sapi maupun kompos. Masyarakat umum maupun pelaku bisnis juga dapat membeli produk dari peternak binaan dengan harga bersaing. Berbagai produk peternakan yang ditawarkan oleh ePakan kepada pelanggannya dapat diperoleh dari berbagai saluran seperti perusahaan penyedia pakan ternak, perusahaan penyedia hewan ternak dan produk hasil ternak seperti susu dan daging, dan peternak yang menjual pupuk kompos. Saluran ini bisa menjadi produk pengganti ePakan, tetapi tidak menjadi ancaman yang signifikan, hal ini dikarenakan adanya *switching cost* yang harus dikeluarkan jika ingin beralih melalui perusahaan ataupun peternak, selain itu juga menghabiskan waktu yang rentangnya lebih banyak untuk *browsing* atau pergi langsung ke perusahaan yang biasanya terletak di pedesaan. Selain itu, berbagai perusahaan peternakan biasanya belum menyediakan secara lengkap produk peternakan yang diinginkan oleh pelanggan. Akibatnya harus mencari banyak perusahaan untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Beberapa kekurangan inilah yang menjadi salah satu motif di balik penciptaan *marketplace* bernama ePakan.

## 3. Kekuatan Tawar Menawar Pelanggan (*Bargaining Power of Customer*)

Ancaman kekuatan tawar menawar pelanggan untuk ePakan terbilang kuat dikarenakan harga produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain sangatlah kompetitif. Pelanggan atau konsumen biasanya memilih produk dan jasa yang memiliki harga ekonomis. Banyaknya pilihan produk sejenis menjadikan konsumen mudah pindah ke produk yang lain. Beberapa perusahaan

pakan dan hewan ternak atau produk peternakan lainnya menyediakan berbagai promo menarik seperti layanan konsultasi, diskon pembelian, gratis ongkos kirim dan sebagainya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Sehingga untuk dapat terus bertahan dan berkembang, ePakan memerlukan adanya inovasi-inovasi dan pembeda dengan produk lain agar memberikan nilai lebih bagi pelanggannya, baik untuk masyarakat umum, peternak maupun petani.

4. Persaingan dengan Kompetitor dalam Industri yang Sama (*Rivalry of Competitors*)

ePakan memiliki beberapa kompetitor dalam industri bisnis yang sama. Sehingga dengan semakin banyaknya pesaing dengan kompetitor dalam industri yang sama menandakan bahwa ancaman ini memiliki posisi yang sangat kuat dalam bisnis produk peternakan. Beberapa usaha penjualan pakan yang menggunakan website yaitu Pakanternak.com, Jualsapi-pakanternak.com, Cargill, Gold Coin Indonesia, Sumberternak.com, JAPFAComfeed.co.id, Sikumis.com, Agrowing.co.id. Selain itu terdapat beberapa website lain yang melakukan penjualan hewan ternak seperti Warungternak.com, CV Sanjaya Group, JAPFAComfeed.co.id, Sikumis dan Agrowing.co.id. Dari jenis usaha yang telah disebutkan, yang memiliki website, menjual pakan dan hewan ternak, serta memiliki aplikasi Android, adalah JAPFAComfeed. **Tabel 1** memperlihatkan perbandingan ePakan dengan JAPFAComfeed.

**Tabel 1.** Pesaing ePakan dalam Industri yang Sama

No	Fitur	Japfa	ePakan
1.	Register user		
2.	Login user		

No	Fitur	Japfa	ePakan
3.	Pesan Pakan		
4.	Pilih jenis kendaraan transportasi		
5.	Lihat riwayat transaksi		
6.	Lihat laporan omset penjualan user		
7.	<i>Customer service</i>		
8.	Pembelian sapi dan kambing		
9.	<i>Customer</i> dapat mengecek status ketersediaan produk ( <i>ready/ pre sale</i> )		
10.	<i>Customer</i> dapat mengecek status pesanan (belum dibayar, diproses, dikirim, diterima dan pembatalan)		
11.	<i>Customer</i> dapat menghubungi penjual		
12.	Layanan Konsultasi pakan		
13.	Kelola akun ( <i>customer, produsen/ epakan</i> )		
14.	Produsen dapat menjual pakan dan hewan ternak (sapi dan kambing)		
15.	Penjual dapat menghubungi <i>customer</i>		
16.	Penjual dapat membuat status ketersediaan produk		

Dalam manajemen peternakan, pakan merupakan faktor biaya yang terbesar. Kebutuhan konsumen inilah yang menjadi sasaran platform ePakan. ePakan memiliki berapa keunggulan jika dibandingkan dengan pesaingnya. Bukan sekedar menjual pakan ternak maupun bahan bakunya kepada peternak, ePakan menyediakan fasilitas edukasi berupa konsultasi tentang pakan ternak dan pemeliharaan hewan ternak.

Proses pemesanan mudah dengan aplikasi android, opsi pengiriman disediakan, dan peternak binaan juga dapat memasarkan produk hasil peternakannya dengan ePakan.

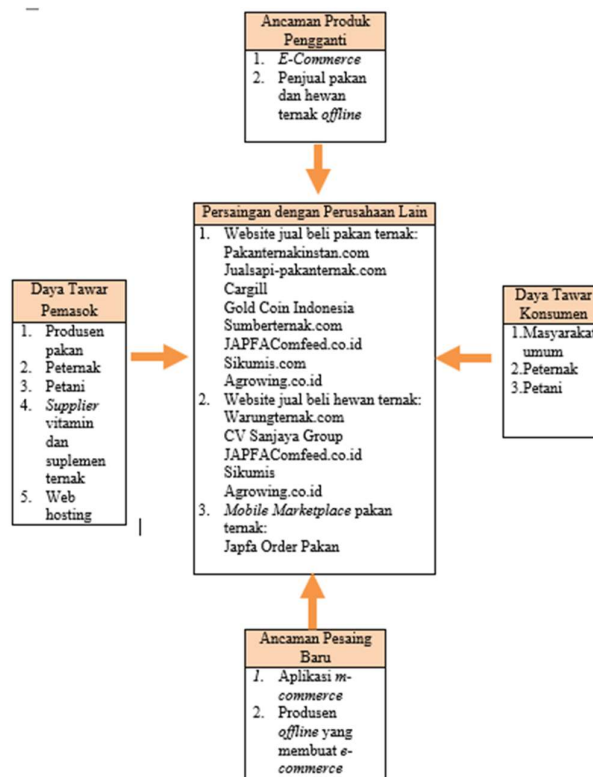
Konsep untuk memberdayakan petani ini akan saling menguntungkan dan menciptakan ekosistem pelaku bisnis peternakan dengan model bisnis yang jelas. Keberadaan Provinsi Lampung sebagai lumbung ternak dan tersedianya bahan baku dari limbah agroindustri menyebabkan potensi pertumbuhan bisnis yang cukup tinggi apabila didukung dengan strategi pemasaran dan penjualan dengan berbasis teknologi.

5. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Kekuatan daya tawar menawar pemasok bukanlah hal yang perlu di khawatirkan dalam bisnis ini, karena ePakan merupakan *marketplace* penyedia berbagai produk

peternakan seperti pakan dan hewan ternak, produk hasil ternak seperti susu dan daging, serta kompos dari peternak. Produk yang dipasarkan di ePakan memiliki banyak produk pengganti, akan tetapi para perusahaan pakan maupun peternakan lainnya pada kenyataannya membutuhkan peran ePakan dalam memasarkan dan mendistribusikan produknya kepada pelanggan. Kehadiran ePakan sebagai *marketplace* produk peternakan telah mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan produk-produk peternakan yang ekonomis dan berkualitas. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa posisi ancaman kekuatan tawar menawar pemasok membutuhkan peranan dari ePakan.

Berdasarkan berbagai analisis di atas, dapat ditampilkan melalui skema yang ditunjukkan pada **Gambar 4**.



**Gambar 4.** Analisis Lima Kekuatan Porter ePakan.





## KESIMPULAN

Pada *marketplace* pakan ternak dan produk hasil ternak atau ePakan yang menghubungkan peternak, pembuat pakan, petani dan masyarakat umum dapat dikatakan sebagai *marketplace* yang siap untuk bersaing dengan para kompetitor di bidang yang sama. Kelemahan dari ePakan terdapat pada lemahnya ePakan dalam menghadapi kekuatan ancaman produk pengganti yang mungkin menangkap mangsa pasar dan ancaman persaingan dari pesaing dalam industri yang sama. Sedangkan kelebihan dari ePakan terletak pada kuatnya ePakan dalam menghadapi ancaman industri pendatang baru, ancaman kekuatan tawar pelanggan, dan ancaman kekuatan tawar pemasok.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ditjenpkh, *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2017/ Livestock and Animal Health Statistics 2017*. Jakarta: Kementerian Pertanian RI, 2017.
- [2] BPS, *Statistik Perusahaan Peternakan Ternak Besar dan Ternak Kecil*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2017.
- [3] L. Priyambodo, F. Tjiptono, and Suyoto, "M-Commerce in Indonesia : Problems and Prospects," *Int. J. Comput. Appl. Inf. Technol.*, vol. 1, no. 2, p. 6, 2012.
- [4] M. E. Porter, *Creating and Competitive Advantage*. New York: The Free Press A Division of Macmillan, Inc., 1985.
- [5] D. P. Pamungkas, "Sistem Informasi Kuliner di Indonesia ( Studi Kasus : Kulina . id )," *Anal. Compet. force dan Compet. Strateg. Sist. Inf. Kuliner di Indones. (Studi Kasus Kulina.id)*, vol. 1, no. 2, pp. 118–127, 2016.
- [6] F. Ekarini, Analisis Competitive Forces and Competitive Strategy pada Sistem Informasi "Zalora.co.id." Yogyakarta: *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 2016.
- [7] A. N. Rahma and A. Pradhanawati, "Menggunakan Analisis Five Forces Porter dan Swot ( Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang ) Pendahuluan," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, pp. 171–185, 2018.
- [8] S. Panther, "Analisis Lima Kekuatan Porter UD. Bumi Jaya Perkasa," *Agora*, vol. 4, no. 1, pp. 149–158, 2016.
- [9] F. Sulistio, "Analisis Lima Kekuatan Porter pada PT Borneo Membangun," vol. 4, no. 1, pp. 34–43, 2016.
- [10] F. R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13th Editi. New Jersey: Pearson, 2011.