

## 2. ANALISIS SITUASI

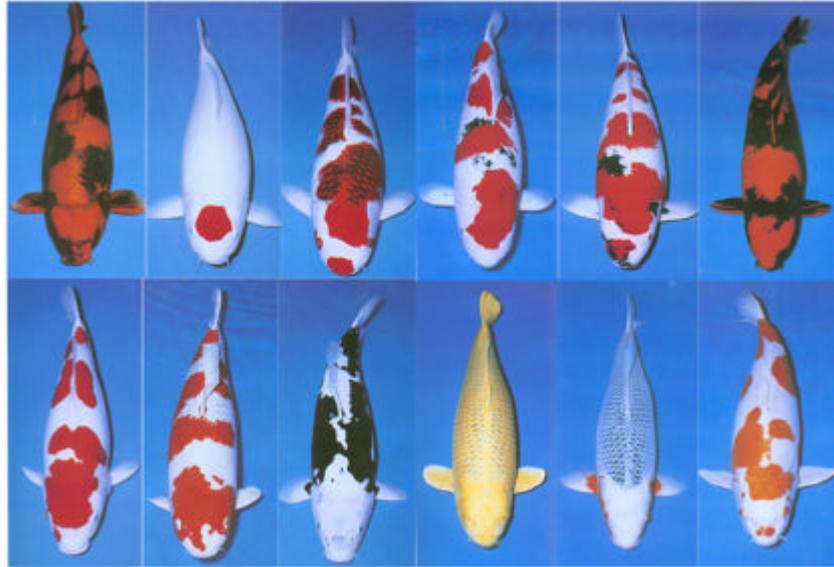
### 2.1. Gambaran mengenai keberadaan perusahaan

Suatu PT yang bergerak dalam bidang perikanan bernama “Nirwana Koi”, yang berlokasi di jalan Nginden Intan Raya 28 Surabaya, Indonesia, dengan nomer telepon (031) 5944294, dan nomer fax. (031) 5998070. Nirwana Koi ini adalah sebuah tempat penjualan ikan Koi *import* langsung dari Jepang (macamnya adalah: Kohaku, Taisho-Sanke, Showa-Sanshoku, Utsurimono, Bekko, Asagi, Shusui, Koromo, Kawarimono, Ogon, Hikarimoyo-mono, Hikari-Utsurimono, Kinginrin, dan Tancho), juga makanan dan obat-obatan untuk ikan Koi (*specialised Koi Import from Japan, food & medicine for Koi*), dan segala sesuatu kelengkapan mengenai ikan Koi seperti *bio ball*, *zeolite*, dan lain-lain serta sarana lainnya yang berkaitan langsung dengan ikan Koi.

Nirwana Koi ini dikelola oleh Ilham Liem (Lim I Cien) selaku pemiliknya, yang juga merupakan anggota “ZNA Surabaya Chapter” (*Zen Nippon Airinkai* sebuah perkumpulan ikan Koi di Surabaya). Kalau ingin menghubungi pemiliknya bisa langsung menghubungi nomer handphone (081) 23510228.

### 2.2. Informasi tentang produk

Produk yang dipasarkan pada Nirwana Koi adalah ikan Koi *import*, langsung didatangkan dari Jepang (macamnya: Kohaku, Taisho-Sanke, Showa-Sanshoku, Utsurimono, Bekko, Asagi, Shusui, Koromo, Kawarimono, Ogon, Hikarimoyo-mono, Hikari-Utsurimono, Kinginrin, dan Tancho), juga makanan dan obat-obatan untuk ikan Koi (*specialised Koi Import from Japan, food & medicine for Koi*), dan segala sesuatu mengenai ikan Koi seperti *bio ball*, *zeolite*, dan lain-lain serta sarana promosi lainnya yang berkaitan langsung dengan ikan Koi.



(Gambar jenis-jenis ikan Koi)

### 2.3. Informasi tentang wilayah pemasaran

Wilayah pemasaran ikan Koi “Nirwana Koi” adalah khususnya di Indonesia dan di luar negeri pada umumnya. Di Indonesia pemasarannya meliputi wilayah Surabaya, Malang, Jakarta, Bandung dan wilayah lain yang memiliki berpotensi untuk mengembangkan ikan Koi, dan wilayah yang penggemarnya, sangat antusias untuk memelihara ikan Koi. Di luar negeri pada khususnya adalah negara Jepang karena selain Nirwana Koi mendatangkan ikan Koi dari Jepang juga menjualnya kembali ke Jepang meskipun hal itu sangat jarang sekali.

### 2.4. Gambaran mengenai karakteristik konsumen

Karakteristik konsumen Nirwana Koi adalah konsumen penggemar ikan Koi yang loyal dan konsumen lain yang mau mencoba hal baru dalam memelihara ikan Koi dan yang tertarik untuk memelihara ikan Koi, yang sekarang mulai banyak dikembangkan dan digemari akan keberadaan di Indonesia dan di luar negeri. Konsumennya adalah rata-rata kalangan menengah ke atas, yang memiliki penghasilan cukup tinggi karena harga ikan Koi yang relatif mahal.

### 2.5. Informasi mengenai pesaing

Kompetitor Nirwana Koi di Surabaya adalah Mawar 21 Koi Center di jalan Mayjen Sungkono (*Food Garden*- Bundaran Tol) dan Surya Koi Centre di jalan Nginden Semolo 90 Surabaya. Sedangkan kompetitor lain masih banyak, namun terdapat di berbagai daerah di Indonesia, seperti di Jakarta, Bandung, Blitar, Malang, Semarang, Sidoarjo, dan di Jepang sendiri.



(logo Mawar 21 Koi Center)



(logo Surya Koi Centre)

### 2.6. Gambaran mengenai *corporate image* dan *corporate identity* yang ada sekarang

Pada sarana komunikasi visual yang telah ada, terutama pada *corporate identity* Nirwana Koi yang terdahulu, hanya diaplikasikan pada *stationery* saja seperti kop kertas surat, amplop, kartu nama, dan stempel, akan tetapi sarana perlengkapan lainnya Nirwana Koi tidak memilikinya. Seperti papan nama Nirwana Koi tidak memiliki, hanya ada gambar ikan Koi saja pada papan namanya.



(logo Nirwana Koi terdahulu)