

**MODEL STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA
NILA PADA PERIKANAN ALKALAM**

(Skripsi)

Oleh

AJI SEPTIAN TRICAHYA

NPM 1916051057



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

**MODEL STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA
NILA PADA PERIKANAN ALKALAM**

Oleh

AJI SEPTIAN TRICAHYA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

MODEL STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN NILA PADA PERIKANAN ALKALAM

Oleh

AJI SEPTIAN TRICAHYA

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model strategi pengembangan yang tepat dalam pengembangan Usaha Perikanan Alkalam di desa Tulung Balak. metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian pada perikanan Alkalam di desa Tulung Balak. Informan dipilih dengan cara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model strategi yang sesuai pada perikanan alkalam adalah strategi SO. Kekuatan internal usaha seperti pendapatan penjualan bibit dan hasil panen stabil, biaya operasional rendah karena menggunakan sistem budidaya semi intensif dan tenaga kerja harian, metode pembayaran beragam, pelayanan yang ramah dan respon yang cepat, menggunakan kincir tenaga air sebagai penambah *supply* oksigen pada kolam, pengelolaan sistem perairan yang baik, penggunaan jenis pakan yang beragam sesuai ukuran ikan, manajemen kesehatan ikan yang baik dan rutin, pengelolaan limbah air yang baik, produksi pakan mandiri. Dapat digunakan untuk menangkap peluang seperti menjaga hubungan yang baik dan harmonis antara pemilik dengan karyawan, antara perusahaan dengan *supplier*, dan antara perusahaan dengan konsumen, mengembangkan penggunaan teknologi dalam memproduksi pakan buatan sendiri, menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas dan mutu produk dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, peka terhadap perubahan keinginan pelanggan dan melakukan *quality control*, konsumen dapat melakukan pembayaran melalui e-wallet dan transfer bank.

Kata Kunci: IFAS, EFAS, SWOT, Pengambilan Keputusan, Strategi.

ABSTRACT

TILAPIA FISH FARMING BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY MODEL IN ALKALAM FISHERIES

By

AJI SEPTIAN TRICAHYA

This research aims to formulate an appropriate development strategy model in developing the Alkalam Fisheries Business in Tulung Balak village. The research method used is descriptive with a qualitative approach. The research location is the Alkalam fishery in Tulung Balak village. Informants were selected by purposive sampling. Data collection techniques use observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the research show that the strategy model that is suitable for Alkalam fisheries is the SO strategy. Internal business strengths such as income from selling seeds and stable harvests, low operational costs because it uses a semi-intensive cultivation system and daily labor, various payment methods, friendly service and fast response, using a water-powered mill to increase the oxygen supply in the pond, management good water system, use of various types of feed according to fish size, good and routine fish health management, good water waste management, independent feed production. Can be used to capture opportunities such as maintaining good and harmonious relationships between owners and employees, between companies and suppliers, and between companies and consumers, Developing the use of technology in producing homemade feed, Maintaining customer trust by improving the quality and quality of products using raw materials quality, sensitive to changes in customer desires and carrying out quality control, consumers can make payments via e-wallet and bank transfer.

Keywords: IFAS, EFAS, SWOT, Decision Making, Strategy.

Judul Skripsi

: **MODEL STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BUDIDAYA NILA PADA PERIKANAN
ALKALAM**

Nama Mahasiswa

: **Aji Septian Tricahya**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1916051057**

Program Studi

: **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Hartono, S.Sos., M.A.

NIP 19711010 200212 1 001

Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si.

NIP 19850404 202321 2 044

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.

NIP 19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

I. Tim Penguji

Ketua : Hartono, S.Sos., M.A.

Sekretaris : Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si.

Anggota : Drs. A. Efendi, M.M

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 November 2023



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 20 November 2023
Yang membuat pernyataan,



Aji Septian Tricahya
NPM. 1916051057

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap peneliti Aji Septian Tricahya, lahir di Jalan Pasar Lama, Desa, Tanjung Raja pada 6 September 2001, peneliti merupakan anak ketiga dari empat saudara, dari pasangan Bapak Hamsuri dan Ibu Budiawati Uswatun Hasana S.Pd.SD. Pendidikan formal yang pernah peneliti tempuh dan selesaikan adalah pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Tanjung Raja pada tahun 2013, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Tanjung Raja (LU) pada tahun 2016, dan Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Bandar Lampung pada tahun 2019.

Pada tahun 2019. peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang kuliah di Universitas Lampung, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama menempuh pendidikan perkuliahan, peneliti aktif dalam beberapa organisasi kemahasiswaan di tingkat Fakultas dan Universitas. Peneliti menjadi anggota Kewirausahaan HMJ ILMU ADMINISTRASI BISNIS periode 2021.

Selama menempuh pendidikan peneliti pernah mengikuti beberapa organisasi pertama sebagai anggota dari perguruan pencak silat IKSPI di desa Tanjung Raja, anggota PASKIBRA SMPN 1 Tanjung Raja, anggota Pramuka SMPN 1 Tanjung Raja, anggota OSIS SMPN 1 Tanjung Raja, anggota dalam organisasi *Cyber* MAN 1 Bandar Lampung, Anggota Futsal MAN 1 Bandar Lampung. Koordinator HUMAS Webinar Nasional yang diadakan oleh HMJ Ilmu Administasi Bisnis.

MOTTO

"Satu tujuan, satu impian, itulah yang membuat kita disini berdiri melintasi berbagai masalah dan rintangan"

(Ussop)

" Jika kita benar menginginkan sesuatu, kita akan menemukan caranya. Tetapi, jika kita tidak serius, kita hanya menemukan alasan."

(Jimu Rhon)

"As long as you're living, that's enough. If you're alive, you can fight again"

(Monkey D. Luffy)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur selalu saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata Ala, karena berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan kerendahan dan ketulusan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

Ayah Hamsuri dan Ibu Almh. Budiawati Uswatun Hasana

Skripsi ini aku persembahkan kepada kedua orang tua yang amat sangat aku cintai dan sayangi. Terimakasih atas doa, perjuangan, kasih sayang, dukungan, dan segalanya yang tidak bisa diungkapkan.

Adik dan Kakakku

Skripsi ini aku persembahkan juga kepada adk dan kakakku, saudaraku yang amat sangat aku cintai dan sayangi. Terima kasih atas doa, perjuangan, kasih sayang, dukungan, dan segalanya yang tidak bisa diungkapkan juga.

serta
Almamater Universitas Lampung

SANWACANA

Peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Model Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Nila pada Perikanan Alkalam** Shalawat dan salam selalui tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam atas segala petunjuk dan tuntunan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Peneliti banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wata Ala, karena berkat berkah, rahmat, karunia, dan hidayah-Nya yang selama ini diberikan kepada peneliti dalam menjalani kehidupan. Nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam atas petunjuk dan tuntunan-Nya kepada seluruh umat-Nya.
2. Kedua orang tua yang selalu adik sayangi dan adik cintai. Ayah, terima kasih untuk perjuangan dan pengorbanan yang selama ini diberikan untuk keluarga kecil kita. Terima kasih sudah selalu mementingkan dan mengutamakan apapun itu untuk keluarga. Adik tau ayah pasti selalu menyembunyikan kesedihan, rasa lelah, rasa sakit, dan lainnya supaya tetap terlihat tegar dan kuat. Almarhumah Ibu, terimakasih sudah selalu mendukungku, terima kasih sudah selalu mendoakan, mendukung, dan mengarahkanku atas segala sesuatu. Terima kasih Ibu selalu sabar menghadapi adik yang susah nasihati. Sekali lagi terima kasih banyak untuk Ayah dan almarhumah Ibu untuk semua yang sudah diberikan.

3. Pipin Restalia yang selalu adik sayangi dan adik cintai. Terima kasih sudah menjadi kakak yang hebat dan pengertian untuk adik. Terima kasih sudah selalu mendukung adik, membantu adik saat sedang kesulitan, jadi tempat adik bertukar pikiran. Terima kasih juga sudah selalu berusaha dan berkorban untuk bantu keluarga, berusaha memenuhi kebutuhan adik. Terima kasih sudah menjadi sosok kakak yang sangat adik banggakan sekaligus menjadi panutan adik. Sekali lagi terima kasih untuk semua yang sudah diberikan dan korbankan untuk keluarga.
4. Muhammad Novan Dirgantara, terima kasih sudah menjadi adik yang patuh dan baik. meskipun banyak kekurangan yang kakak miliki kamu tetap menghormati dan menyayangi kakak.
5. Diah Ayu Sagita S.I.P, terima kasih sudah mau menjadi mentor dan kakak yang pengertian serta membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Terimakasih saudaraku Irfan Fajar, Qisty, Salsabila, Rizky Juliansyah, Nurul Ain Pratama yang sudah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini
7. Al-fahrizal Amd. Kep. Terima kasih telah membantu dalam observasi dan saran yang diberikan selama ini,
8. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
9. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
10. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
11. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
12. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Terimakasih atas ilmu dan segalanya yang telah diberikan kepada para mahasiswanya. Semoga Bapak selalu dalam lindungan Allah Subhanahu Wata Ala.
13. Bapak Dr. K. Bagus. W., S.Sos., M.A.B selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

Lampung. Terima kasih atas ilmu dan segalanya yang telah diberikan kepada para mahasiswanya. Semoga Bapak selalu dalam lindungan Allah Subhanahu Wata Ala.

14. Bapak Hartono, S.Sos., M.A selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing dan mengarahkan dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesabaran dan sarannya, serta selalu bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk berdiskusi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga semua yang telah Bapak berikan dicatat sebagai amal jariyah dan semoga Bapak selalu dalam lindungan Allah Subhanahu Wata Ala.
15. Ibu Hani Damayanti Aprilia., S.A.B., M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah membimbing dan mengarahkan dalam melaksanakan dan penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesabaran dan sarannya, serta selalu bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk berdiskusi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga semua yang telah Ibu berikan dicatat sebagai amal jariyah dan semoga Ibu selalu dalam lindungan Allah Subhanahu Wata Ala.
16. Bapak Drs. A. Efendi., M.M selaku dosen pembahas utama yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya serta memberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat agar penyusunan skripsi ini lebih baik lagi. Semoga semua yang telah Bapak berikan dicatat sebagai amal jariyah dan semoga Bapak selalu dalam lindungan Allah Subhanahu Wata Ala.
17. Terima kasih kepada para peneliti terdahulu yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu. Terima kasih karena berkat penelitian terdahulu yang dilaksanakan, peneliti dapat memperoleh referensi dan kajian yang sangat membantu dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini.

Bandar Lampung, 20 November 2023
Peneliti,

Aji Septian Tricahya

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBA	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Strategi Pengembangan Usaha.....	7
2.1.1 Pengertian Strategi.....	7
2.1.2 Proses Analisis Strategi.....	9
2.1.3 Manajemen Strategi	10
2.1.4 Pengertian Strategi Pengembangan	12
2.2 Perikanan	13
2.3 <i>SWOT</i>	13
2.4 Penelitian Terdahulu.....	20
2.5 Kerangka Pikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2.1 Penentuan Lokasi Penelitian	29
3.3 Fokus Penelitian	29
3.4 Sumber Data.....	29
3.4.1 Data Primer	29
3.4.2 Data Sekunder	30
3.5 Penentuan Informan	30

3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6.1 Observasi.....	30
3.6.2 Wawancara.....	31
3.6.3 Dokumentasi.....	31
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Reduksi Data	32
3.7.2 <i>Display</i> Data.....	33
3.7.3 Penarikan Kesimpulan	33
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sejarah Perusahaan	35
4.1.2 Struktur Organisasi	36
4.1.3 <i>Job Description</i>	37
4.2 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perikanan Alkalam	38
4.3 Keterbatasan Penelitian	42
4.4 Identifikasi Faktor Internal (IFAS) Perikanan Alkalam	43
4.4.1 Pembobotan Matriks IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	44
4.5 Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS) Perikanan Alkalam	45
4.5.1 Pembobotan Matriks EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	46
4.5.2 Hasil Hipotesis	47
4.5.3 Hambatan yang dihadapi Perikanan Alkalam	47
4.5.4 Rancangan Strategi agar mampu Menghadapi Persaingan dengan Perusahaan Lain	48
4.5.5 Strategi Pengembangan Usaha Alternatif Perikanan Alkalam.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Matriks IFE	14
Tabel 1.2 Matriks EFE	16
Tabel 1.2 Matriks SWOT	17
Tabel 4.1 Sumber dan Data	38
Tabel 4.2 Sumber dan Data	39
Tabel 4.3 Sumber dan Data	40
Tabel 4.4 Sumber dan Data	41
Tabel 4.5 Sumber dan Data	41
Tabel 4.6 Pembobotan Faktor Internal.....	44
Tabel 4.7 Pembobotan Faktor Eksternal	46
Tabel 4.8 Matriks SWOT	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Angka Konsumsi Ikan Provinsi Lampung (2021)	3
Gambar 1.2 Angka Konsumsi Ikan di Provinsi Lampung (2021)	4
Gambar 1.3 Kolam pembibitan ikan nila perikanan alkalam	4
Gambar 1.4 kolam pembesaran ikan pada perikanan alkalam	4
Gambar 2.1 Diagram SWOT	19
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	24
Gambar 3.1 Analisis Model Interaktif	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perikanan Alkalam.....	32
Gambar 4.2 Matriks SWOT	54

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wilayah perairan Indonesia memiliki sumber perikanan yang sangat kaya dan potensial, baik wilayah perairan laut maupun di wilayah perairan air tawar. Potensial sumber daya perikanan di perairan laut maupun perairan darat (tawar) meliputi keanekaragaman jenis ikan. Di perairan tawar Indonesia terdapat sekitar 655 jenis ikan asli. Dari seluruh jenis ikan asli 160 jenis tergolong ikan bernilai ekonomis penting dan 13 jenis ikan di antaranya telah dibudidayakan. Usaha budidaya perikanan dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya dengan kolam, namun kegiatan budidaya perikanan dengan kolam di beberapa wilayah perkembangannya belum optimal sesuai dengan potensial lestarnya Rukmana dalam Irwandi, Badrudin, dan M. S, (2015).

Ikan merupakan sumber protein hewani utama dalam makanan rakyat Indonesia. Tingkat konsumsi ikan beragam menurut tingkat penghasilan daerah. Pada waktu yang akan datang, sesuai dengan pertambahan jumlah penduduk dan kesadaran akan kecukupan gizi diperkirakan tingkat konsumsi ikan terus meningkat (Hasanah, 2010). Pada saat ini, jenis ikan yang potensial untuk dikembangkan dalam rangka penganeekaragaman hewani ialah ikan nila. Ikan nila (*Oreochromis niloticus*) atau disebut tilapia merupakan salah satu ikan air tawar produksi yang mempunyai nilai ekonomis yang cukup penting di beberapa daerah di Asia, termasuk Indonesia. Ikan nila didatangkan ke Indonesia pada tahun 1969, perkembangan ikan nila menjadi sangat pesat. Hal ini tersebut tidak lain karena ikan nila mempunyai kemampuan adaptasi yang relatif baik terhadap lingkungan,

selain itu ikan nila mudah dipijahkan sehingga mendukung pengembangan budidaya masyarakat (Nugroho, *et al.* 2018).

Ikan nila juga dikenal dengan nama “ayam air” hal ini disebabkan karena ikan nila memiliki sumber protein yang tinggi dengan harga yang terjangkau dan dapat dibesarkan dengan mudah di berbagai tempat dari hingga intensif pembenihan ikan Coward Little, dalam Dailami (2021). Banyak masyarakat Indonesia yang gemar mengonsumsi ikan nila, sehingga banyak permintaan pasar untuk ikan nila. Hal ini mendorong industri, kegiatan pemasaran ikan nila dan lainnya yang berbasis pada ikan nila. Permintaan pasar juga menyebabkan upaya pembudidayaan dan peningkatan produksi ikan nila terus dilakukan. Pemanfaatan nila di beberapa daerah sangat menguntungkan, terutama penerimaan konsumen yang tinggi dan praktik produksi dikelola secara efisien.

Ikan nila termasuk salah satu komoditas yang berkontribusi dalam meningkatkan volume produksi industri budidaya perairan McGinn dalam Dailami (2021). Keberadaan ikan nila telah membuka berbagai lapangan pekerjaan seperti usaha budidaya, usaha pengolahan, usaha pemasaran dan lain-lain. Nila termasuk ikan kedua yang paling banyak dibudidayakan di seluruh dunia dan produksinya meningkat empat kali lipat selama beberapa dekade terakhir karena kesesuaiannya untuk budidaya, daya jual, dan harga pasar yang stabil Wang *et al.*, dalam Dailami, (2021).

Pembangunan sektor perikanan adalah suatu proses perubahan dan pembaharuan yang berencana menuju tatanan masyarakat, khususnya masyarakat perikanan yang lebih baik. Perikanan mempunyai peranan yang cukup penting, terutama dikaitkan dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produk perikanan, menghasilkan protein hewani dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, meningkatkan ekspor, menyediakan bahan baku industri, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta mendukung pembangunan wilayah dan tetap memperhatikan kelestarian dan fungsi lingkungan hidup (Setiorini, 2008).



Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung (2021)

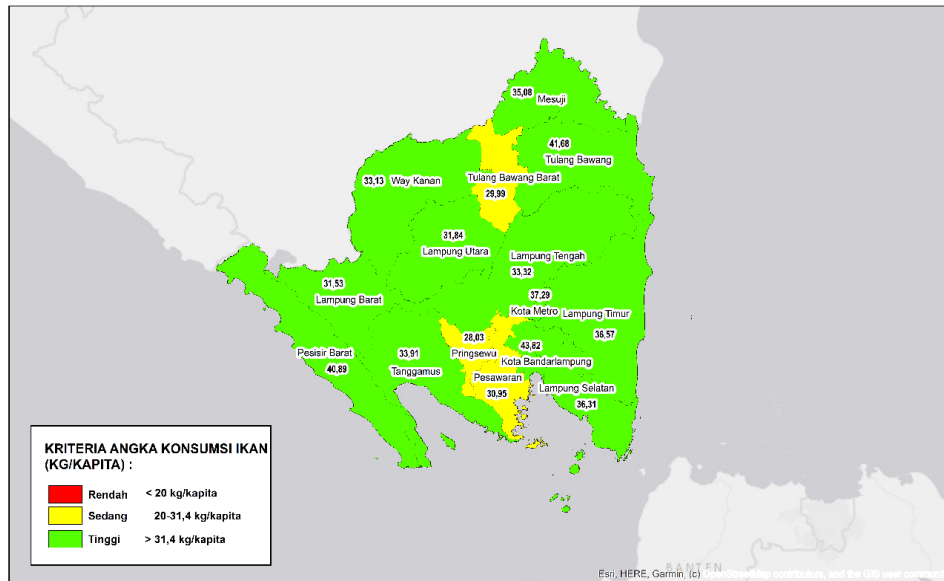
Gambar 1.1 Perkembangan Angka Konsumsi Ikan Provinsi Lampung

Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung mencatat angka konsumsi ikan Provinsi Lampung tahun 2021 termasuk kategori hijau dengan perolehan sebesar 34,93 kg/kapita, tumbuh sebesar 0,46 % dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 34,77 kg/kapita. Berdasarkan wilayahnya, angka konsumsi ikan tertinggi berada di Kota Bandar Lampung sebesar 43,82 kg/kapita dan Kabupaten Tulang Bawang berada di urutan kedua dengan angka konsumsi ikan sebesar 41,68 kg/kapita. Sementara itu, angka konsumsi ikan terendah di Kabupaten Pringsewu sebesar 28,03 kg/kapita. Di atasnya ada Kabupaten Tulang Bawang Barat dengan angka konsumsi ikan sebesar 29,99 kg/kapita.

Secara umum tingkat konsumsi ikan di kabupaten/kota di Provinsi Lampung masuk dalam kategori hijau/tinggi, yaitu diatas 31,4 kg/kapita kecuali Kabupaten Pringsewu, Tulang Bawang Barat dan Pesawaran termasuk kategori kuning/sedang dengan angka konsumsi ikan berkisar 20 – 31,4 kg/kapita. Secara tren, sejak tahun 2018 sampai tahun 2021 angka konsumsi ikan Provinsi Lampung meningkat setiap tahunnya mencapai 8,11 %. Pada 2015, angka konsumsi ikan Provinsi Lampung hanya sebesar 27,68 kg/kapita. Ini artinya, angka konsumsi ikan Provinsi Lampung 2021 naik sekitar 26,19% dibandingkan pada 8 tahun lalu. Angka konsumsi ikan di Provinsi Lampung tercatat mengalami kenaikan tertinggi sebesar 16,29% menjadi 33,05 kg/kapita pada 2017. Sementara itu, kenaikan angka konsumsi ikan terendah terjadi pada 2021 yang hanya sebesar 0,46 % menjadi 34,93 kg/kapita.

**PETA ANGKA KONSUMSI IKAN PROVINSI LAMPUNG
MENURUT KABUPATEN/KOTA TAHUN 2021 (KG/KAPITA SETARA IKAN UTUH SEGAR)**

PROVINSI LAMPUNG = 34,93 kg/kapita



Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung (2021)

Gambar 1.2 Angka Konsumsi Ikan di Provinsi Lampung

Berdasarkan gambar 1.2 diketahui bahwa angka konsumsi ikan di kabupaten Lampung Utara tergolong tinggi dengan angka sebesar 31,84 kg/kapita. Lampung Utara merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi pengembangan budidaya ikan air tawar yang cukup luas di mana terdapat bermacam-macam jenis ikan yang telah dibudidayakan di daerah tersebut. Salah satunya Perikanan Alkalam yang berada di Desa Tulung Balak Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Lampung Utara. Potensi perikanan darat khususnya ikan air tawar di Kecamatan Tanjung Raja telah mencapai luasan sebesar 7500 meter persegi.



Gambar 1.3 Kolam pembibitan ikan nila perikanan alkalam



Gambar 1.4 kolam pembesaran ikan pada perikanan alkalam

Perikanan Alkalam merupakan usaha yang bergerak di bidang budidaya ikan yang berada di Kecamatan Tanjung Raja, tepatnya di desa Tulung Balak yang sudah berdiri sejak tahun 2016 sampai sekarang dengan luas lahan sebesar 7 ha per perikanan yang dikelola dan produksi ikan nila hasil budidaya yang relatif melimpah (mencapai 30 ton/panen). Perikanan alkalam merupakan pendistribusi bibit ikan nila di provinsi lampung hal itu mendorong usaha perikanan Alkalam untuk memasarkan hasil budidayanya dengan harapan memperoleh keuntungan maksimal. Selama ini usaha Perikanan Alkalam belum mengetahui secara pasti berapa keuntungan yang diperoleh setiap penjualan ikan nila, terjadinya tawar menawar yang kuat di antara pedagang perantara akan mempengaruhi margin di

tingkat pedagang perantara dan usaha Perikanan Alkalam, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada tingkat keuntungan yang diterima, oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengamati efisiensi strategi pengembangan usaha ikan nila di Perikanan Alkalam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Syarafina, (2019). Faktor-faktor internal dan eksternal mampu mempengaruhi penjualan ikan kekuatan teknologi budidaya yang baik, penggunaan kolam yang praktis dan efektivitas teknik pembesaran ikan dapat menguntungkan usaha secara finansial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah faktor internal dan eksternal pada Usaha Perikanan Alkalam di desa Tulung Balak.
2. Bagaimana model strategi pengembangan yang tepat dalam Usaha Perikanan Alkalam di desa Tulung Balak.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisa faktor internal dan eksternal pada Usaha Perikanan Alkalam di desa Tulung Balak
2. Merumuskan model strategi pengembangan yang tepat dalam pengembangan Usaha Perikanan Alkalam di desa Tulung Balak.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoretis

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai tambahan pengetahuan akademis mengenai SWOT yang dilakukan pada perikanan Alkalam.

2. Secara Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dengan menerapkan strategi-strategi SWOT.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Pengembangan Usaha

2.1.1 Pengertian Strategi

Terdapat beberapa macam pengertian strategi dari para ahli. Menurut Marrus dalam Wibowo, *et al.* (2015) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan Prahalad dalam Wibowo, *et al.* (2015).

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Rangkuti, 2017). Konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun konsep-konsep tersebut adalah :

a. Distinctive Competence

Menurut Day dan Wensley dalam Rangkuti (2017), identifikasi dalam suatu organisasi meliputi :

- 1) Keahlian tenaga kerjas
- 2) Kemampuan sumber daya

Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing.

Misalnya menghasilkan produk yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing dengan cara memahami secara detail keinginan konsumen, serta membuat program pemasaran yang lebih baik daripada program pesaing. Dengan memiliki kemampuan melakukan riset pemasaran yang lebih baik. Perusahaan dapat mengetahui secara tepat semua keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Semua kekuatan tersebut dapat diciptakan melalui penggunaan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti peralatan dan proses produksi yang canggih, penggunaan saluran distribusi cukup luas penggunaan sumber bahan baku yang tinggi kualitasnya dan penciptaan *brand image* yang positif serta sistem reservasi yang terkomputerisasi. Semua itu merupakan keunggulan yang dapat diciptakan untuk memperoleh keuntungan dari pasar dan mengalahkan pesaing.

b. Competitive Advantage

Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut Porter dalam Rangkuti (2017), ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu :

- 1) *Cost Leadership*
- 2) Diferensiasi
- 3) Fokus

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena memanfaatkan skala ekonomis, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku dan sebagainya. Perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Selain itu strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.

2.1.2 Proses Analisis Strategi

1. Strategi di Tingkat Korporat (*Corporate Strategy*)

Menurut Andrew dalam Rangkuti (2017), strategi korporat adalah strategi yang disusun dalam suatu bisnis di mana perusahaan akan bersaing dengan cara mengubah *distinctive competence* menjadi *competitive advantage*. Pada tingkat korporat ini, strategi korporat berusaha menjawab dua pertanyaan berikut :

- a. Kegiatan bisnis apa yang diunggulkan untuk dapat bersaing ?
- b. Bagaimana masing-masing kegiatan bisnis tersebut dapat dilakuakn secara tetintegrasi ?

Menurut Kenichi Ohmate dalam Rangkuti (2017), penetapan strategi korporat harus didasarkan pada keinginan konsumen, lalu setelah itu perusahaan membuat produk baru atau jasa yang seusai dengan keinginan dan harapan konsumen. Kesimpulannya adalah strategi korporat adalah landasan dan acuan untuk melakukan penyusunan strategi-strategi yang ditingkat lebih rendah (Strategi unit bisnis dan strategi fungsional).

2. Strategi di Unit Bisnis (*Strategic Business Unit*)

Perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk, akan bersaing di berbagai tingkatan bisnis atau pasar. Dengan demikian strategi bisnisnya dapat ditekankan pada *Strategic Business Unit* (SBU), *Strategic Business Groups*, *Strategic Business Segments*, *Natural Business Unit* atau *Product Market Units* (PMU). Pada prinsipnya SBU memiliki karakteristik sebagai berikut Hall, Abell dan Hammond dalam Rangkuti (2017) :

- a. Memiliki misi dan strategi
- b. Menghasilkan produk atau jasa yang berkaitan dengan misi dan strategi
- c. Menghasilkan produk atau jasa secara spesifik
- d. Bersaing dengan pesaing yang telah diketahui dengan jelas

SBU memiliki pengertian yang berbeda (Haspelsagh, 1982; Wind dan Mahajan, 1981). SBU dapat meliputi satu atau lebih divisi lini produk, atau berupa satu jenis produk atau merek saja.

3. Strategi Fungsional

Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung pada kegiatan fungsional manajemen. Jika di tingkat perusahaan telah menetapkan suatu strategi untuk membuat unit kegiatan baru di tingkat unit bisnis, misalnya unit pembelian, strategi fungsional yang di susun mengacu pada semua kegiatan pembelian. Strategi fungsional lebih bersifat operasional karena akan langsung di implementasikan oleh fungsi-fungsi manajemen yang ada dibawah tanggung jawabnya, seperti fungsi manajemen produksi/operasional, fungsi manajemen pemasaran, fungsi manajemen keuangan, dan fungsi manajemen sumber daya manusia.

2.1.3 Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan pelaksanaan jangka panjang kinerja perusahaan. Ini mencakup analisis lingkungan (baik eksternal dan internal), perumusan strategi (strategik atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi dan pengendalian. Studi tentang manajemen strategik ,menekankan pemantauan dan evaluasi peluang dan ancaman eksternal dalam kekuatan dan kelemahan perusahaan. Awalnya disebut kebijakan bisnis, manajemen strategis menggabungkan seperti topik sebagai perencanaan strategik, analisis lingkungan, dan analisis industri. Dasar model manajemen strategis terdiri dari empat elemen dasar :

a. *Environmentl Scanning* (Peninjauan Lingkungan)

Environmental scanning (Peninjauan lingkungan) adalah pemantauan, evaluasi, dan menyebarkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal untuk orang-orang penting dalam sebuah perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi unsur-unsur faktor eksternal dan internal strategis yang akan menentukan masa depan perusahaan. Cara paling mudah untuk melakukan environmental scanning adalah melalui Analisis SWOT. SWOT adalah singkatan digunakan untuk menggambarkan *Strenghts* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang merupakan faktor strategis bagi perusahaan

tertentu. Lingkungan eksternal terdiri dari variabel (Peluang dan Ancaman) yang berada di luar organisasi dan biasanya tidak dalam kendali jangka pendek dari manajemen puncak. Lingkungan internal perusahaan terdiri dari variabel (Kekuatan dan Kelemahan) yang berada di dalam organisasi itu sendiri dan biasanya tidak dalam kontrol jangka pendek manajemen puncak. Variabel–variabel tersebut membentuk konteks di mana pekerjaan dilakukan. Mereka termasuk korporasi struktur, budaya, dan sumber daya. Kunci kekuatan membentuk satu set kompetensi inti bahwa korporasi dapat digunakan untuk mendapatkan keuntungan kompetitif.

b. Strategy Formulation (Formulasi Strategi)

Formulasi strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen yang efektif dari peluang dan ancaman lingkungan, kekuatan dan kelemahan perusahaan (SWOT). Ini termasuk mendefinisikan misi perusahaan, menetapkan tujuan yang dicapai, mengembangkan strategi, dan pengaturan kebijakan.

c. Strategy Implementaion (Implementasi Strategi)

Implementasi strategi adalah suatu proses dimana strategi dan kebijakan yang dimasukkan kedalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses ini mungkin melibatkan perubahan dalam budaya, struktur, dan atau sistem manajemen keseluruhan dari seluruh organisasi. Kecuali ketika perubahan *corporatwide* drastis tersebut diperlukan namun, pelaksanaan strategi biasanya dilakukan oleh menengah dan tingkat bawah manajer, dengan *review* oleh manajemen puncak. Kadang-kadang disebut sebagai perencanaan operasional, implementasi strategi sering melibatkan sehari-hari keputusan dalam alokasi sumber daya.

d. Evaluation and Control (Evaluasi dan Pengendalian)

Evaluasi dan kontrol merupakan suatu proses dimana kegiatan perusahaan dan hasil kinerja dimonitor sehingga kinerja aktual dapat dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Manajer di semua tingkatan menggunakan informasi yang dihasilkan untuk mengambil tindakan

korektif dan menyelesaikan berbagai masalah. Meskipun evaluasi dan kontrol adalah elemen utama terakhir dari manajemen strategis, hal ini juga dapat menentukan kelemahan dalam rencana implementasi strategis sebelumnya dan dengan demikian merangsang proses keseluruhan untuk memulainya lagi.

2.1.4 Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi oleh perusahaan (David, 2004). Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen (Hunger and Wheelen, 2003). Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi menetapkan tujuan jangka panjang organisasi membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu :

1. Strategi manajemen
2. Strategi investasi
3. Strategi bisnis

2.2 Perikanan

Perikanan merupakan semua kegiatan yang berkaitan dengan ikan, termasuk memproduksi ikan, baik melalui penangkapan (perikanan tangkap) maupun budidaya (perikanan budidaya), atau mengolahnya untuk memenuhi kebutuhan manusia akan pangan sebagai sumber protein dan non pangan (pariwisata dan ikan hias). (Wiadnya, 2012), Ruang lingkup kegiatan usaha perikanan tidak hanya memproduksi ikan saja (*on farm*), tetapi juga mencakup kegiatan *off farm*, seperti pengadaan sarana dan prasarana produksi, pengolahan, pemasaran, pemodalan, riset dan pengembangan, perundang-undangan, serta faktor usaha pendukung lainnya. Jenis usaha perikanan dibagi menjadi tiga antara lain usaha melalui penangkapan, usaha melalui budidaya, dan usaha pengolahan ikan.

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal (1) ayat (1) Undang-Undang No. 31 Tahun 2004, perikanan dikatakan sebagai semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumberdaya ikan dan lingkungan, mulai dari pra-produksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. (Wiadnya, 2012), Aktivitas perikanan sangat beragam dan berbeda antara satu lokasi dengan lokasi lainnya. Sebagai aktivitas primer, perikanan dibedakan ke dalam aktifitas penangkapan (*capture fisheries*) dan budidaya (*culture fisheries* atau *aquaculture*) .

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah penentuan lokasi, kapasitas produksi, tata letak, dan proses produksi termasuk pemilihan teknologi, kelengkapan kajian teknis Kasmir dan Jakfar dalam Hasan (2020). Lokasi usaha budidaya ikan nila dari penyediaan sarana produksi cukup dekat. Lokasi usaha juga dekat dengan sumber air baik sungai maupun sumur bor.

2.3 SWOT

Menurut (Rangkuti, 2017), Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor-faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu :

a. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *Strengths dan Weaknesses* (S dan W). Di mana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di dalam perusahaan yang memengaruhi dalam pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional antara lain pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *Opportunities dan Threats* (O dan T). Di mana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang memengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dimana SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT ini akan dilakukan pada hasil budidaya ikan nila pada perikanan Alkalam. Hasil penelitian ini selain akan dianalisis menggunakan analisis SWOT penulis juga menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah analisis data yang tidak berbentuk angka, tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih merupakan data-data yang verbal atau masih dalam keterangan-keterangan saja. Data tersebut mempunyai peran untuk menjelaskan secara deskriptif suatu masalah. Dalam hal ini dengan

cara memaparkan informasi-informasi akurat yang diperoleh dari perikanan Akalam.

1. Tahapan dalam Analisis SWOT

a. Matriks *IFAS (Internal Factor Analysis Summary)*

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel *IFAS (Internal Factor Analysis Summary)* disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength dan weakness* perusahaan. tahapannya adalah : Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

- 1) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- 2) Berikan *rating* 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (*rating* = 1), kelemahan yang kecil (*rating* = 2), kekuatan yang kecil (*rating* = 3), dan kekuatan yang besar (*rating*= 4). Jadi sebenarnya, *rating* mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- 3) Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
- 4) Jumlahkan total *score* masing-masing variabel. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik *IFAS*, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 2.1 Matriks IFE

Faktor-faktor strategis internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan : 1. 2.			
Kelemahan 1. 2.			
TOTAL			

Sumber : Rangkuti (2017)

- b. Matriks *EFAS* (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Terdapat lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu :
- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
 - 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
 - 3) Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
 - 4) Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
 - 5) Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan total score perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Sudah tentu bahwa dalam *EFAS matrix*, kemungkinan nilai tertinggi total *score* adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total *score* 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-

ancaman di pasar industrinya. Total *score* 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 2.2 Matriks EFE

Faktor-faktor strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan : 1. 2.			
Kelemahan 1. 2.			
TOTAL			

Sumber : Rangkuti (2017)

- c. Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Analisis ini didasarkan pada kemampuan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), dengan bersamaan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Tabel 2.3 Matriks SWOT

IFE	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFE	Tentukan 5-10 faktor – faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor – faktor kekuatan eksternal
OPPORTUNITIES(O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 faktor –faktor peluang eksternal	Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang	Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 faktor –faktor peluang eksternal	Menciptkan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman eksternal	Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Suci (2015)

Menurut Suci (2015), terdapat empat set kemungkinan alternatif strategi yang dihasilkan oleh matriks SWOT yaitu :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang ada di dalam perusahaan serta memanfaatkan peluang yang diberikan oleh lingkungan luar perusahaan.

2. Strategi WO

Strategi ini dibuat berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada di luar perusahaan untuk meminimalkan kelemahan yang ada didalam perusahaan.

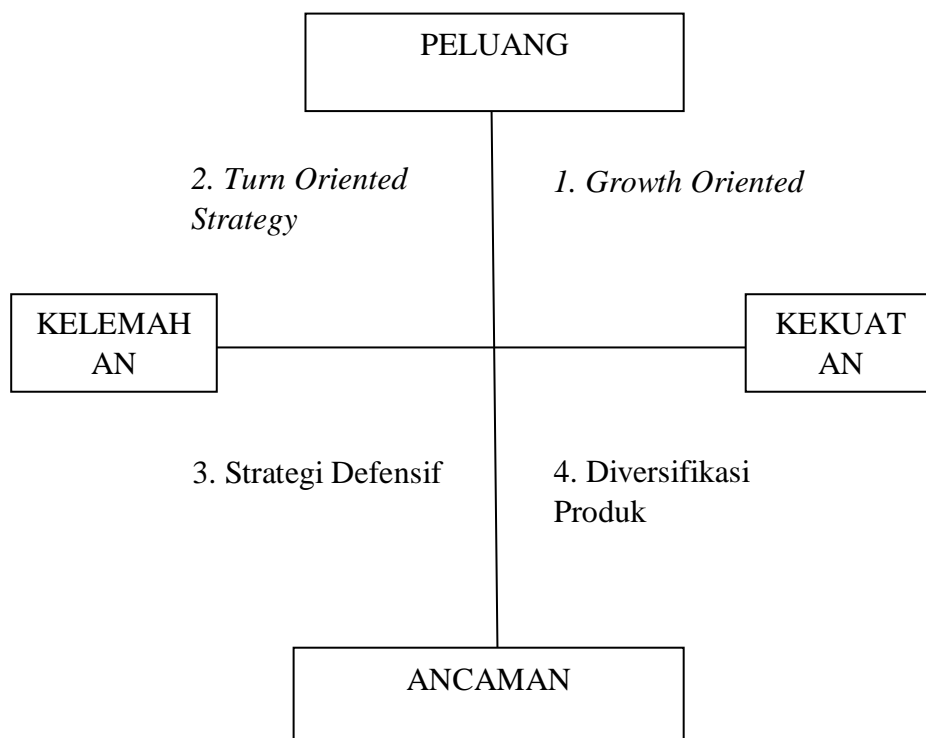
3. Strategi ST

Strategi ini dibuat dengan memaksimalkan kekuatan yang ada di dalam perusahaan untuk digunakan dalam mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada di luar perusahaan.

4. Strategi WT

Strategi ini digunakan dalam upaya meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada didalam perusahaan.

- d. Diagram SWOT Langkah selanjutnya adalah menganalisis melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X didapat dari selisih antara total *strength* dan total *weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total *opportunities* dan total *threats*.



Sumber : Suci (2015)

Gambar 2.1 Diagram SWOT

Kuadran 1 : Pada kuadran 1, perusahaan memiliki situasi yang paling menguntungkan di mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kondisi yang ada . Strategi yang sesuai ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Pada kuadran ini, perusahaan menghadapi ancaman tetapi masih memiliki kekuatan yang ada di dalam perusahaan. Strategi yang tepat untuk digunakan pada kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi.

Kuadran 3 : Pada kuadran ini, perusahaan dihadapkan pada peluang yang sangat besar, tetapi memiliki kendala kelemahan internal. Dengan kondisi tersebut, strategi yang tepat digunakan oleh perusahaan adalah *turn oriented strategy* dengan cara meminimalkan kelemahan sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

Kuadran 4 : Pada kuadran ini, perusahaan dihadapkan pada situasi yang kurang menguntungkan dengan ancaman dan kelemahan internal. Sehingga strategi yang tepat pada kuadran ini adalah strategi defensif (Suci, 2015).

2.4 Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu sangat penting sebagai dasar pemikiran dalam rangka penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu penulis telah mengambil beberapa contoh penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian yang telah dibuat. Hasil-hasil kajian terdahulu diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Syarafina, (2019)	Strategi Pemasaran Usaha kan Lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Temiang	Hasil dari penelitian ini, faktor-faktor internal yang mempengaruhi penjualan ikan lele adalah faktor kekuatan yaitu teknologi budidaya yang baik, Kolam yang digunakan praktis dan mempermudah teknik pembesaran, secara finansial usaha menguntungkan dan layak dijalankan, harga ikan lele yang terjangkau dan lokasi pembesaran dekat dengan target pasar. Sedangkan faktor kelemahannya ialah Keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha, Pengadaan benih yang sulit dan Tidak adanya inovasi olahan produk. Faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran ikan lele adalah peluang dan ancaman. Faktor peluang ialah Pinjaman modal usaha, Pemasaran syariah dengan menggunakan teknologi informasi, Permintaan pasar yang tinggi,

			<p>Hubungan baik dengan konsumen dan Adanya dukungan kebijakan pemerintah daerah. Sedangkan faktor ancaman ialah Perubahan iklim dan cuaca tidak menentu, Kenaikan harga pakan, Alih fungsi lahan menjadi pemukiman, Kurang amannya lingkungan pembesaran.</p>
2	Brier & lia dwi jayanti, (2020)	<p>Analisis Strategi Pemasaran Ikan Pada Kelomok Tani Sugoi's Kabupaten Sukabumi</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah, kendala yang dihadapi pada pemasaran produk Kelompok Tani Sugoi's disebabkan oleh segmentasi wilayah yaitu Kota Sukabumi dan Kabupaten Sukabumi, target pemasaran yang tidak luas dan posisi produk yang tidak tepat untuk masyarakat sekitar. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan strategi pemasaran dilakukan dengan cara mengadakan kontes ikan, melakukan pendekatan kepada kelompok budidaya ikan hias yang lebih dulu, dan memperkenalkan kualitas ikan yang dimiliki Kelompok Tani Sugoi's.</p>
3	Amelianny <i>et al.</i> , (2022)	<p>Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Lele pada UD Karya Tani di</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah, strategi pemasaran usaha ikan lele pada UD Karya Tani kurang efektif dan efisien dikarenakan identifikasi pelanggan UD Karya Tani yang</p>

		Kota Lhoksumawe	<p>tidak meningkat, lokasi usaha yang kurang strategis untuk pemasaran, media promosi dan pemasaran yang minim, hubungan dengan pelanggan yang terbatas. Dan kendala yang terjadi pada UD Karya Tani Yaitu meliputi rute dan distribusi yang masih dalam lokal belum bisa memenuhi kebutuhan permintaan konsumen yang diluar kota. Dikarenakan banyak permintaan pesanan lokal.tetapi yang di luar kota pemilik UD Karya Tani belum bisa terpenuhi. Dan belum masuk ke pasar pasar tradisional dan supermarket. Dan juga belum di ekspor ke luar negeri dan belum banyak kerja sama dengan rumah makan yang di lokal maupun luar kota.</p>
4	Kurniati & Jumanto, (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau	<p>Hasil dari penelitian ini adalah, usaha ini berada pada kuadran ketiga sehingga dapat menjalankan stratgi WO, diantaranya memberikan gambaran tentang usaha ikan nila seperti karakteristik dan profil usaha kepada pihak terkait (lembaga keuangan) agar mendapat penyaluran kreditdengan biaya angsuran yang lebih murah, memperluas jangkauan pemasaran</p>

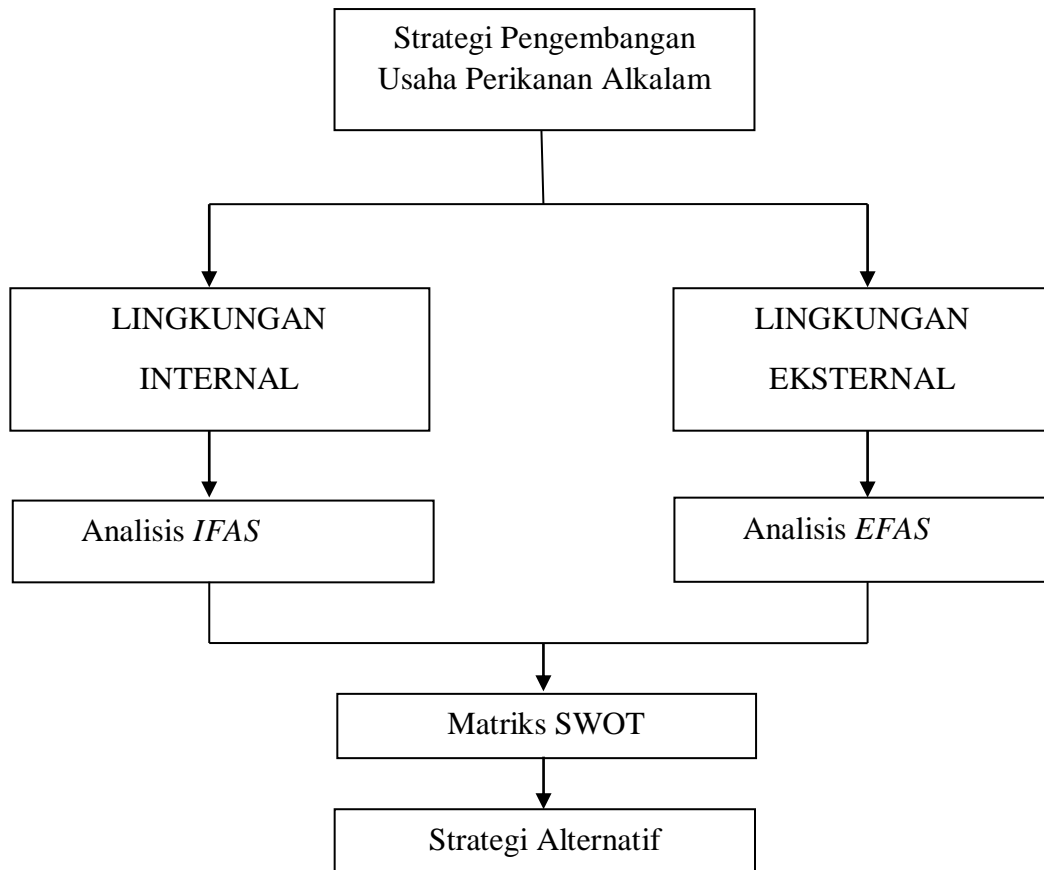
			tidak hanya untuk masyarakat sekitar lokasi budidaya dengan cara meningkatkan kualitas produk ikan nila yang dihasilkan, meningkatkan promosi produk unggulan untuk memenuhi permintaan pasar, seperti disaat peringatan hari kemerdekaan, ulang tahun daerah, kegiatan bazar ataupun pameran, dan memberikan bonus pada karyawan jika penjualan produksi meningkat untuk menambah semangat kerja karyawan.
5	Nugroho (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele Pada Usaha Perseorangan “TONI MAKMUR” Dikawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang Jawa Timur	Hasil dari penelitian ini adalah, pengembangan usaha budidaya ikan konsumsi dan ikan hias pada kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor merupakan hal yang sangat penting untuk di implementasikan. Ini dilihat dari nilai faktor IFE komoditas ikan konsumsi senilai 3,06 dan IFE komoditas ikan hias senilai 3,12 ini berarti secara internal sangat mendukung dalam pengembangan usaha budidaya kedepannya. Begitu juga dengan nilai EFE dari komoditas ikan konsumsi sebesar 3,017 dan komoditas ikan hias sebesar 2,873. Ini mengindikasikan bahwa masih banyak peluang-

			peluang yang belum dimanfaatkan dengan baik
--	--	--	---

Perbedaan dalam penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya ialah objek yang diteliti berupa ikan nila, serta metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif dimana penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif serta perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan pada Perikanan Alkalam di desa Tulung Balak Kecamatan Tanjung Raja. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan bantuan analisis SWOT. Metode ini mampu menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

2.5 Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian, berikut kerangka berpikir dalam penelitian ini :



Sumber : di olah oleh peneliti (2023)

Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Keterangan :

—————> = Menunjukkan hubungan

Kerangka berpikir pada penelitian, penulis ingin meneliti strategi pengembangan usaha yang ada pada Perikanan Alkalam, selain itu menganalisa faktor-faktor baik secara internal maupun eksternal yang memengaruhi terjadinya pemasaran produk dari perikanan tersebut, kemudian menganalisa *EFAS* dan *IFAS*, setelah itu analisa ke matriks SWOT untuk mencari solusi atau jalan keluar apabila usaha

memiliki kendala serta mencari cara untuk mengembangkan usaha untuk jangka waktu yang panjang.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif lebih berdasarkan pada fenomena, berusaha memahami dan menafsirkan suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti. Penelitian kualitatif adalah penelitian naturalistik karena dilakukan pada kondisi alamiah yang lebih menekankan pada pemahaman masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi atau natural setting yang holistik, kompleks, dan rinci (Sugiyono, 2011).

Kerangka teori tetap diperlukan dalam tipe penelitian deskriptif, tetapi bukan untuk menguji teori. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang menggambarkan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi atau praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan evaluasi, serta menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. Peneliti menggunakan tipe deskriptif analisis untuk menjawab bagaimana model strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Perikanan Alkalam.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 1 (satu) minggu. Penelitian ini dilaksanakan di Perikanan Alkalam yang merupakan pusat budidaya ikan nila di desa Tulung Balak Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Lampung Utara.

3.2.1 Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah di Perikanan Alkalam di desa Tulung Balak Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Lampung Utara. Pertimbangan pemilihan lokasi tersebut adalah karena Perikanan Alkalam tidak hanya membudidayakan dan menjual ikan hasil panen seperti perikanan yang berada di daerah yang sama namun juga menjual bibit ikan nila yang dibudidayakan serta pangsa pasar bibit ikan yang telah dicapai melingkupi seluruh wilayah di provinsi Lampung dan beberapa kota di wilayah luar provinsi Lampung. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut dikarenakan peneliti ingin mencari informasi tentang strategi pengembangan usaha yang ada pada perikanan alkalam.

3.3 Fokus Penelitian

(Sugiyono, 2011) mengatakan bahwa fokus penelitian merupakan batasan masalah dalam penelitian kualitatif, karena masalah pada penelitian kualitatif terlalu luas sehingga peneliti perlu membatasi penelitian dalam satu variabel atau lebih. Peneliti menegaskan dan memfokuskan penelitian pada model strategi pengembangan usaha pada perikanan Alkalam.

3.4 Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung berasal dari informan dengan tujuan memberikan data yang akurat kepada peneliti. Juga dapat diartikan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau tanpa perantara. Data primer diperoleh dari informan yaitu owner Perikanan Alkalam.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder juga dapat diartikan sebagai data yang diperoleh dari sumber lain berupa dokumen-dokumen. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari sumber lain berupa dokumen-dokumen diantaranya jurnal penelitian, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

3.5 Penentuan Informan

Informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2011) *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Informan ditentukan melalui sebuah Teknik penentuan yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. Penggunaan *purposive sampling* untuk menentukan anggota sampel yang dipilih khusus berdasarkan tujuan penelitian. Alasan penggunaan *purposive sampling* pada penelitian ini merujuk pada tujuan penelitian untuk mengetahui apa dan bagaimana penerapan strategi SWOT, maka informan ditujukan pada pihak yang terkait langsung dalam proses implementasi strategi yaitu pak arif S.Pi selaku owner dari perikanan alkalam.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.6.1 Observasi

Menurut Mukhadis, Ibnu, dan Dasna dalam Syamsudin (2021), mengatakan bahwa observasi dilakukan terhadap fakta-fakta kongkrit untuk mendapatkan informasi lebih mendalam yang dilakukan secara langsung di lapangan. Tujuan observasi yaitu mendapatkan informasi yang mungkin tidak diungkapkan oleh informan.

3.6.2 Wawancara

(Murdiyanto, 2020) menyatakan bahwa Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yaitu melalui percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur, tidak terstruktur, langsung ataupun tidak langsung. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur dan dilakukan secara langsung. Format wawancara yang fleksibel untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari informan, namun tetap berdasarkan panduan pertanyaan. Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi yang tidak dapat diamati atau tidak dapat diperoleh dengan alat lain. Wawancara dilakukan secara berkala, peneliti memerlukan waktu kurang lebih 1 minggu untuk melakukan wawancara dengan informan.

3.6.3 Dokumentasi

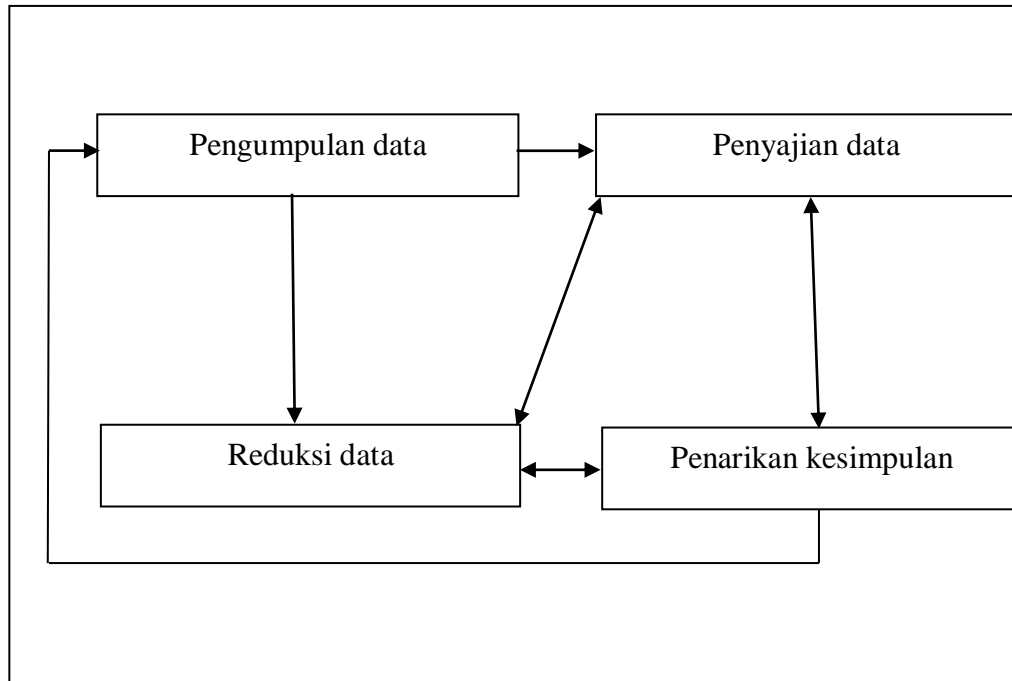
Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani, sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman (Murdiyanto, 2020) Penelitian ini menggunakan studi dokumentasi untuk melengkapi dan mempertegas data yang diperoleh dari wawancara.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2011) Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian peneliti berupaya untuk memaknai data, baik berupa teks atau gambar yang dilakukan secara menyeluruh. Oleh karena itu, peneliti harus mempersiapkan data tersebut agar dapat dianalisis, dipahami, disajikan, dan diinterpretasikan. Pada penelitian ini, Teknik analisis data kualitatif digunakan untuk mendapat penjelasan mengenai model strategi pengembangan usaha yang digunakan oleh Perikanan Alkalam. Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak awal hingga sepanjang proses penelitian berlangsung. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara bersamaan dengan proses pengumpulan

data, proses analisis yang dilakukan merupakan suatu proses yang cukup panjang dan melibatkan beberapa komponen.

Berikut gambar analisis data model interaktif menurut Miles dan Hubberman (2014) :



Sumber : Miles dan Hubberman (2014)

Gambar 3.1 Analisis Model Interaktif

3.7.1 Reduksi data

Reduksi data yaitu proses merangkum, menentukan hal-hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Reduksi data dilakukan peneliti dengan cara menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi oleh peneliti. Pada tahapan ini peneliti melakukan pemilihan beberapa data didasarkan kepentingan penelitian sehingga didapatkan pemisahan data yang penting dengan yang kurang penting. Jawaban dari informan pada penelitian ini masih berupa pernyataan yang belum tersusun sesuai indikator yang diinginkan, oleh karena itu peneliti melakukan pemisahan, pemilahan, dan penggolongan jawaban dari informan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.7.2 Display data

Display data atau penyajian data merupakan proses peneliti mengumpulkan informasi tersusun yang memberikan dasar pijakan kepada peneliti untuk melakukan suatu pembahasan dan pengambilan kesimpulan. Penyajian ini, kemudian untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang terpadu sehingga mudah diamati apa yang sedang terjadi kemudian menentukan penarikan kesimpulan secara benar. Data yang disajikan ini berupa deskriptif dan tabel juga gambar untuk memudahkan pembaca memahami isi.

3.7.3 Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Berbagai hal yang ditemui dalam proses pengumpulan data mengenai strategi pemasaran peneliti catat dan verifikasi. Penarikan kesimpulan peneliti lakukan dengan memahami hasil dari wawancara, dokumentasi, dan analisis yang dilakukan. Simpulan kemudian disajikan dalam poin-poin yang menjawab rumusan masalah. Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan dari konfigurasi utuh dimana kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung (Miles dan Hubberman, 2014). Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengambil intisari dan hasil observasi dan wawancara.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data atau kredibilitas data adalah cara menyelaraskan antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang terjadi pada obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan Teknik keabsahan data dengan cara uji kredibilitas melalui proses Triangulasi. (Sugiyono, 2011) mengartikan triangulasi dalam uji kredibilitas sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dibagi menjadi tiga, yaitu triangulasi sumber, triangulasi Teknik, dan triangulasi waktu.

Penelitian ini menggunakan Teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah Teknik menguji data dan informasi dengan cara mencari data yang sama dengan informan satu dan lainnya maupun dengan sumber lain seperti jurnal dan berita di

media. Data dari informan telah dikompilasikan dengan hasil dokumentasi yang memiliki kesamaan informasi. Triangulasi pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari jurnal, wawancara, dan dokumentasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Hasil dari penelitian ini, faktor-faktor internal yang mempengaruhi pengembangan usaha ikan nila adalah Pendapatan penjualan bibit dan hasil panen stabil, Biaya operasional rendah karena menggunakan sistem, budidaya semi intensif dan tenaga kerja harian, Metode pembayaran beragam, Pelayanan yang ramah dan respon yang cepat, Menggunakan kincir tenaga air sebagai penambah *supply* oksigen pada kolam, Pengelolaan sistem perairan yang baik, Penggunaan jenis pakan yang beragam sesuai ukuran ikan, Manajemen kesehatan ikan yang baik dan rutin, Pengelolaan limbah air yang baik, Produksi pakan mandiri. Kelemahannya yaitu, Pembukuan laporan keuangan secara manual, Tenaga kerja yang kurang produktif. Faktor eksternal antara lain, peluang; Pengembangan pangsa pasar ikan konsumsi, Pemasaran secara offline dan online, Penggunaan teknologi informasi dalam berbisnis. Ancaman; Adanya Pesaing di bidang yang sama, Persaingan harga yang kurang sehat oleh pesaing, Adanya produk substitusi.

2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai model pengembangan usaha budidaya ikan nila pada perikanan alkalam, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perikanan alkalam berada pada kuadran I dan strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang cepat dan agresif (*growth oriented strategy*). Dengan cara melakukan strategi agresif yaitu menggunakan kekuatan

perusahaan guna meraih peluang secara maksimal untuk dapat mengembangkan usaha perikanan alkalam. Jika mengacu pada hasil analisis, perikanan alkalam sebaiknya melakukan strategi SO.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan bahan ajar untuk menjelaskam bagaiman cara merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha.
2. Penelitian ini diharapkan menginspirasi para peneliti lain dalam melakukan kajian, khususnya di bidang perikanan yang bertujuan untuk mengembangkan penelitian dengan bidang dan objek yang sama atau menggunakan bidang dan objek kajian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ameliany, N., Ritonga, N., & Nisak, H. (2022). Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Lele Pada Ud Karya Tani Di Kota Lhoksuemawe. *Jesya*, 5(2), 1527–1534. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.709>
- Andrew, K.R. (1980). *The Concept Of Corporate Strategy*, Homewood, Rhicard D. Irwin
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Ikan Pada Kelompok Tani Sugoi"s Kabupaten Sukabumi. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Dailami, M. (2021). Budidaya Ikan Nila Terpadu. In *Brainy Bee*.
- Damayanti, R. (2017). Strategi Pasangan Incubent Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2017. 12–26.
- David, Fred R., (2003), Manajemen Strategis : Konsep-konsep, Edisi Kesembilan, Penerjemah Kresno Saroso, 2004, Penerbit PT Indeks, Jakarta Rangkuti, Freddy. (1997). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Estu Nugroho. (2013). Evaluasi Produksi Larva Produktivitas. *Evaluasi Produksi Larva Beberapa Varietas Induk Ikan Nila Unggul*, 115–118.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>
- Hasanah. (2010). Di Kabupaten Sukoharjo Skripsi Oleh: Rohmatun Nurul Hasanah 1307511 Fakultas Pertanian Rohmatun Nurul Hasanah. *Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah (Oreochromis Sp) di Kabupaten Sukoharjo*.
- Hunger, J. David and Thomas L. Wheelen. (2003). *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Irwandi, Redy Badrudin, dan M. S. (2015). *Ikan Nila (Oreochromis Niloticus) di Desa Mekar Mulya Kecamatan Penarik Kabupaten Muko-muko The*

Profitability and Efficiency of Tilapia Farming (Oreochromis Niloticus) in Desa Mekar Mulya Kecamatan Penarik Kabupaten Mukomuko. 15(2), 237–253.

Kurniati, S. A., & Jumanto, J. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Di Kabupaten Kuantan Singingi Propinsi Riau. *Jurnal Agribisnis, 19(1)*, 13–25. <https://doi.org/10.31849/agr.v19i1.890>

Lubis Nurbaity Arlina. (2004). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional, 1–14.* <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf> <http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal> <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001> <http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055> <https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006> <https://doi.org/10.1>

Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya.* http://www.academia.edu/download/35360663/Metode_Penelitian_Kualitatif.docx

Nugroho, Bagus Dwi, Hartrisari Hardjomidjojo, and Ma'mun Sarma. (2018). “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar Dan Ikan Hias Air Tawar Pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor.” *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah 12(2):127.* doi: 10.29244/mikm.12.2.127-136..

Pujadi, T., & Setiadi, R. (2010). Aplikasi E-marketing pada PT Buana Jaya Paperindo. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, 2010(Snati)*, 48–55.

Rangkuti. (2017). *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapai Abad 21.* Jakarta :Gramedia Pustaka Utama , 1997.

Setiorini, F. (2008). *Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Mas di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung.*

Suci. (2015). *Esensi Manajemen Strategi.* Sidoarjo : Zifatama Publisher

Sugiyono. (2011). prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro (PDFDrive).pdf. In *Bandung Alf* (p. 143).

Syamsudin, A. (2021). *Analisis Kesulitan Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Matematika Materi Kecepatan dan Debit di Kelas V Sekolah Dasar Negeri Bojong Becik.*

Syarafina, L. (2019). *Strategi pemasaran usaha ikan lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang.* [http://repository.uinsu.ac.id/6787/1/Skripsi FIX.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/6787/1/Skripsi%20FIX.pdf)

Umar, H. (2022). *Manajemen Strategik Konsep dan Analisis*. The Jakarta Business Research Center.

Wiadnya. (2012). Karakteristik Perikanan Laut Indonesia. *Wiadnyadgr.Lecture.Ub.Ac.Id*, 58–67.

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. www.depkop.go.id

Sumber Artikel :

Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Lampung. (2021). ANGKA KONSUMSI IKAN PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2021 - Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung (lampungprov.go.id) Di akses pada 14 Januari 2023