

ANALISIS SWOT : MODEL STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN NILA

Aji Septian Tricahya^{1*}, Hartono², Hani Damayanti Aprilia³

^{1,2,3}Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung

*Korespondensi : ajiseptian691@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model strategi pengembangan usaha yang tepat dalam pengembangan usaha budidaya ikan nila 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, strategi SO adalah strategi yang memaksimalkan kekuatan dalam memanfaatkan peluang. 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

This research aims to formulate an appropriate business development strategy model in developing tilapia cultivation businesses 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 appropriate strategy model for alkalam fisheries is the SO strategy, the SO strategy is a strategy that maximizes strength in exploiting opportunities. 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.

Key words: IFAS, EFAS, SWOT, Decision Making, Strategy.

PENDAHULUAN

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).

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.

Perikanan Alkalam merupakan usaha yang bergerak di bidang budidaya ikan nila yang berada di Kecamatan Tanjung Raja, tepatnya di desa Tulung Balak yang sudah berdiri sejak tahun 2016 dengan luas lahan 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.

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).



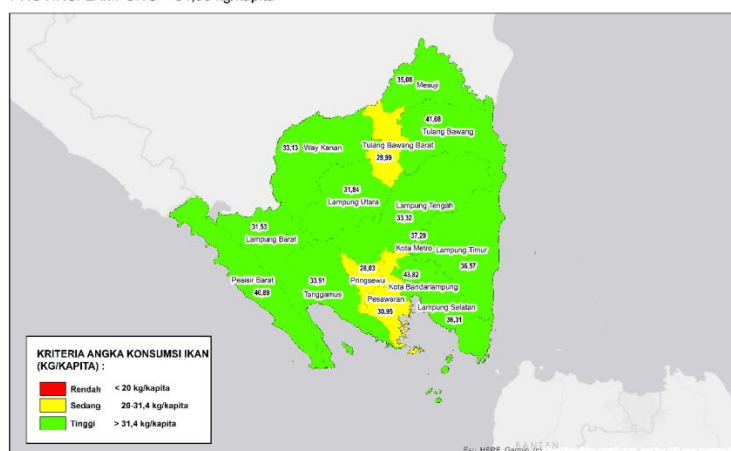
Gambar 1.1 Perkembangan Angka Konsumsi Ikan Provinsi Lampung

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung (2021)

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



Gambar 1.2 Angka Konsumsi Ikan di Provinsi Lampung

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung (2021).

Berdasarkan gambar 1.2 diketahui bahwa angka konsumsi ikan di kabupaten Lampung Utara tergolong tinggi di provinsi Lampung 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.

Penelitian ini akan berfokus pada pengamatan dalam perumusan model 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya adalah sumber data primer. Data primer diperoleh dari informan yaitu owner Perikanan Alkalam. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan tiga cara, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data dianalisis dengan menerapkan model interaktif milik Miles dan Huberman yang terdiri dari empat alur kegiatan yang berjalan secara bersamaan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Adapun objek dalam penelitian ini adalah perikanan alkalam yang berada di desa Tulung Balak.

Uji kredibilitas data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan triangulasi sumber yaitu, 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..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perikanan Alkalam didirikan pada tahun 2003 di desa Tulung Balak, kecamatan Tanjung Raja, Kabupaten Lampung Utara. Semula perikanan alkalam adalah usaha budidaya yang dikelola secara tradisional oleh kedua orang tua pak arif dan pada tahun 2013 perikanan alkalam mulai di kelola oleh pak Arif, perikanan Alkalam mulai berkembang tepatnya pada tahun 2015 perikanan alkalam melebarkan sayapnya dengan menjual benih ikan nila hasil budidaya tidak hanya itu pada tahun 2016 perikanan alkalam mulai melakukan kerjasama (mitra) dengan perusahaan pakan yaitu CV. Prima.

Pengelolaan benih yang baik dan juga hasil panen yang melimpah membuat perkembangan perikanan alkalam semakin pesat setelah menjalin kerjasama perikanan alkalam yang sebelumnya menggunakan sistem tradisional bertransisi menjadi perikanan semi modern dan mulai mendistribusikan hasil panen dan bibit ikan nila ke seluruh wilayah di provinsi Lampung. Tidak hanya itu jumlah kolam yang semula hanya berjumlah 10 kini telah ada lebih dari 60 termasuk kolam pembibitan dan pembesaran. Sebelumnya pada tahun 2016 luas perikanan alkalam hanya sebesar 1500 M persegi dan pada tahun 2023 luas perikanan alkalam mencapai 7500 M persegi dan menjadi pusat distribusi bibit ikan nila di provinsi lampung.

A. Identifikasi Faktor Internal (IFAS) Perikanan Alkalam**a. Kekuatan**

1. Pendapatan penjualan bibit dan hasil panen stabil
2. Biaya operasional rendah karena menggunakan sistem budidaya semi intensif dan tenaga kerja harian
3. Metode pembayaran beragam
4. Pelayanan yang ramah dan respon yang cepat
5. Menggunakan kincir tenaga air sebagai penambah *supply* oksigen pada kolam
6. Pengelolaan sistem perairan yang baik
7. Penggunaan jenis pakan yang beragam sesuai ukuran ikan
8. Manajemen kesehatan ikan yang baik dan rutin
9. Pengelolaan limbah air yang baik
10. Produksi pakan mandiri

b. Kelemahan

1. Pembukuan laporan keuangan secara manual
2. Tenaga kerja yang kurang produktif

B. Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS) Perikanan Alkalam**a. Peluang**

1. Pengembangan pangsa pasar ikan konsumsi
2. Pemasaran secara *offline* dan *online*
3. Penggunaan teknologi informasi dalam berbisnis

b. Ancaman

1. Adanya Pesaing di bidang yang sama
2. Persaingan harga yang kurang sehat oleh pesaing
3. Adanya produk substitusi

Dari hasil pengelompokkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perikanan alkalam. Peneliti melakukan pembobotan pada faktor internal dan eksternal tersebut sebagai berikut:

Tabel 2. Pembobotan Faktor Internal

FAKTOR - FAKTOR STRATEGIS INTERNAL PERIKANAN ALKALAM				
NO	KEKUATAN USAHA	BOBOT	RATING	SKOR
1	Pendapatan penjualan dan hasil panen stabil	0,10	4	0,40
2	Biaya operasional rendah karena menggunakan sistem budidaya semi intensif dan tenaga kerja harian	0,07	4	0,28
3	Metode pembayaran beragam	0,11	3,5	0,385
4	Pelayan yang ramah dan respon yang cepat	0,08	3	0,24
5	Menggunakan kincir tenaga air sebagai penambah <i>supply</i> oksigen pada kolam	0,09	3	0,27
6	Pengelolaan sistem perairan yang baik	0,04	3	0,12
7	Penggunaan jenis pakan yang beragam sesuai ukuran ikan	0,04	3,5	0,14
8	Manajemen kesehatan yang baik dan rutin	0,12	3,6	0,432
9	Pengelolaan limbah air yang baik	0,10	3,5	0,35\
10	Produksi pakan mandiri	0,15	4	0,6
TOTAL KEKUATAN				3,217
NO	KELEMAHAN USAHA	BOBOT	RATING	SKOR
1	Pembukuan laporan keuangan secara manual	0,05	3	0,15
2	Tenaga kerja kurang produktif	0,05	3,6	0,18
TOTAL KELEMAHAN				0,33
TOTAL				3,547

Sumber : diolah oleh peneliti (2023)

Tabel 3. Pembobotan Faktor Eksternal

FAKTOR - FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL PERIKANAN ALKALAM				
NO	PELUANG USAHA	BOBOT	RATING	SKOR
1	Pengembangan pangsa pasar ikan konsumsi	0,20	4	0,8
2	Pemasaran secara <i>offline</i> dan <i>online</i>	0,22	4	0,88
3	Menggunakan teknologi informasi dalam berbisnis	0,19	3,7	0,703
TOTAL PELUANG				2,383
NO	ANCAMAN USAHA	BOBOT	RATING	SKOR
1	Penjualan ikan hasil panen tidak maksimal	0,10	3,5	0,35
2	Adanya pesaing di bisang yang sama	0,14	3,7	0,518
3	Persaingan harga pesaing yang kurang sehat	0,12	4	0,48
4	Adanya produk substitusi	0,03	3	0,09
TOTAL ANCAMAN				1,438
TOTAL				3,821

Sumber : diolah oleh peneliti (2023)

C. Hasil Hipotesis

Dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS pada tabel diatas diperoleh total Strength, *Opportunities*, *Weaknesses*, dan *Threats* sebagai berikut :

Strength = 3,217

Opportunities = 2,383

Weaknesses = 0,33

Threats = 1,438

***Strength+Opportunities* = 5,6**

***Weaknesses+Threats* = 1,768**

Dapat diketahui bahwa,

Strength+Opportunities > Weaknesses+Threats

Maka faktor strategis, kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan keluar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan.

Tabel 4. Matriks SWOT

FAKTOR INTERNAL	Kekuatan (<i>Strengths</i>) 1. Produk dan bahan yang Pendapatan penjualan bibit dan hasil panen stabil 2. Biaya operasional rendah karena menggunakan sistem budidaya semi intensif dan tenaga kerja harian 3. Metode pembayaran beragam 4. Pelayanan yang ramah dan respon yang cepat 5. Menggunakan kincir tenaga air sebagai penambah <i>supply</i> oksigen pada kolam 6. Pengelolaan sistem perairan yang baik 7. Penggunaan jenis pakan yang beragam sesuai ukuran ikan 8. Manajemen kesehatan ikan yang baik dan rutin 9. Pengelolaan limbah air yang baik 10. Produksi pakan mandiri	Kelemahan (<i>Weakness</i>) 1. Adanya pembagian Pembukuan laporan keuangan secara manual 2. Tenaga kerja yang kurang produktif
FAKTOR EKSTERNAL Peluang (<i>Opportunities</i>) 1. Pengembangan pangsa pasar ikan konsumsi 2. Pemasaran secara <i>offline</i> dan <i>online</i> 3. Penggunaan teknologi informasi dalam berbisnis	Strategi S-O 1. Menjaga hubungan yang baik dan harmonis antara pemilik dengan karyawan, antara perusahaan dengan supplier, dan antara perusahaan dengan konsumen dengan adanya hubungan yang baik maka produktivitas kerja pun akan meningkat. (S1,S2,S4,O1) 2. Mengembangkan penggunaan teknologi dalam memproduksi pakan buatan sendiri apabila perikanan alkalam mampu mengembangkan teknologi dalam memproduksi pakan buatan sendiri maka hal ini dapat menekan biaya budidaya dan meningkatkan margin keuntungan. (S1,S7,S10,O3) 3. Menjaga kepercayaan pelanggan dengan	Strategi W-O 1. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan kemampuan karyawan sesuai dengan <i>passion</i> dan tugas mereka, seperti mengelola keuangan, mempelajari strategi pemasaran yang tepat dan terkini, dan lain-lain.(W1.W2,O3). 2. Memanfaatkan teknologi dalam penulisan laporan keuangan usaha.(W1,O3)

	meningkatkan kualitas dan mutu produk dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, peka terhadap perubahan keinginan dan pelanggan dan melakukan <i>quality control</i>. (S2,S4,O1,O2) 4. konsumen dapat melakukan pembayaran melalui e-wallet, dan transfer bank (S3,O3)	
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Adanya Pesaing di bidang yang sama 2. Persaingan harga yang kurang sehat oleh pesaing 3. Adanya produk substitusi	Strategi S-T 1. Menyediakan bahan baku pengganti jika bahan baku sedang kosong apabila bahan baku (pakan) mengalami kenaikan harga atau stok sedang kosong maka bahan baku pengganti dapat menjadi solusi seperti produksi secara mandiri sehingga tidak mengganggu proses produksi dan penjualan dan mampu menekan biaya yang dikeluarkan.(S1,S7,S10,T1,T3)	Strategi W-T 1. Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan, keahlian, keterampilan dan sikap tenaga kerja dalam melaksanakan tugas agar lebih produktif.(W2,T1,T2) 2. Melakukan pemasaran dengan intens terutama secara offline untuk meningkatkan brand awareness di lingkungan sekitar dan meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas pekerja serta produk.(W2,T1,T2,T3)

Sumber : diolah oleh peneliti (2023)

D. Strategi Pengembangan Usaha Alternatif Perikanan Alkalam

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel EFAS dan IFAS diatas menghasilkan nilai kekuatan dan peluang lebih besar dari kelemahan dan ancaman yang mendukung terlaksananya strategi, akan tetapi belum diketahui strategi apa yang dapat digunakan untuk mengimplementasi pengembangan usaha disertai peningkatan daya saing. Dalam menentukan arah strategi usaha peneliti sebelumnya akan melakukan analisis titik koordinat internal dan analisis titik koordinat eksternal yang digunakan untuk menentukan kuadran serta titik koordinat pada diagram matrik SWOT. Adapun untuk mencari koordinat internal dan eksternal menurut (Rangkuti, 2017) adalah sebagai berikut :

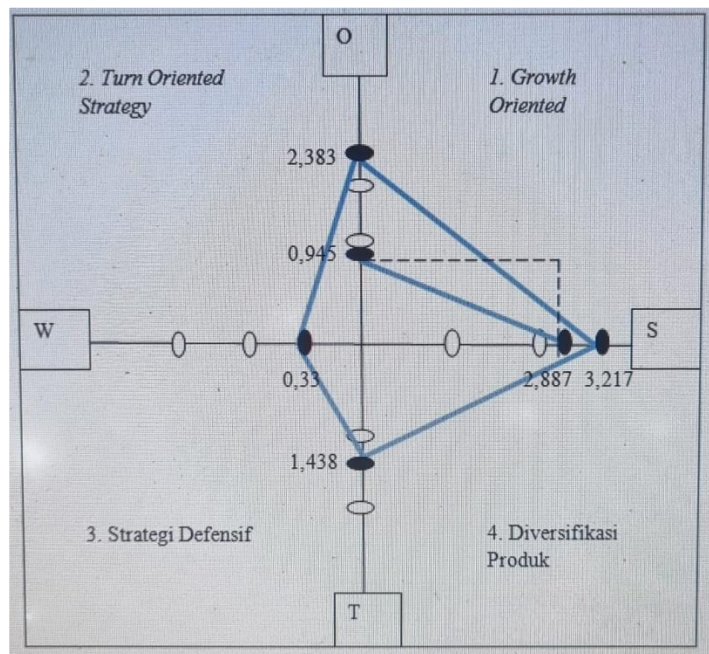
a. koordinat analisis internal

$$\begin{aligned}\text{sumbu } x &= (\text{Skor total kekuatan} - \text{skor total kelemahan}) \\ &= 3,217 - 0,33 \\ &= 2,887\end{aligned}$$

b. koordinat analisis eksternal

$$\begin{aligned}\text{sumbu } y &= (\text{Skor total peluang} - \text{skor total ancaman}) \\ &= 2,383 - 1,438 \\ &= 0,945\end{aligned}$$

Jadi titik koordinat terletak pada (2,887;0,945).



Gambar 4.1 Matriks SWOT

Sumber : diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 4.2 titik koordinat berada di area kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) yang berarti Perikanan Alkalam berada pada kuadran I. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Fokus pada strategi ini adalah menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan guna memanfaatkan berbagai peluang dalam mengimplementasikan strategi pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan daya saing adalah dengan cara melakukan strategi agresif, yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan guna memanfaatkan peluang secara maksimal untuk dapat mengembangkan usaha perikanan alkalam. Jika mengacu pada hasil analisis, perikanan alkalam sebaiknya melakukan strategi SO.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perumusan 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 memanfaatkan peluang secara maksimal untuk dapat mengembangkan usaha perikanan alkalam. Jika mengacu pada hasil analisis, perikanan alkalam sebaiknya melakukan strategi SO.

Saran

Meningkatkan kepuasan konsumen dimana peningkatan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang optimal kepada para konsumen dan juga lebih memperhatikan kinerja karyawan dengan melakukan pembekalan pada karyawan.

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
- 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
- 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%0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://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.depkip.go.id