

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA ULAT HONGKONG
(*Tenebrio molitor L.*) DI DESA BANYUMAS, KECAMATAN STABAT,
KABUPATEN LANGKAT**

SKRIPSI

Oleh :

AVRYA DHEA MAWADTRY

NPM : 1604300027

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA ULAT HONGKONG
(*Tenebrio molitor*-L.) DI DESA BANYUMAS, KECAMATAN STABAT,
KABUPATEN LANGKAT**

SKRIPSI

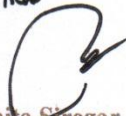
Oleh:

**AVRYA DHEA MAWADTRY
1604300027
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Komisi Pembimbing

Ka. Prodi AGR



Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si.
Ketua



Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si.
Anggota

**Disahkan Oleh:
Dekan**



Assoc Prof. Dr. Ir. Asmitanarni Munar, M.P

Tanggal Lulus : 30 April 2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Avrya Dhea Mawadtry

NPM : 1604300027

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat)” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, April 2021

Yang menyatakan



Avrya Dhea Mawadtry

RINGKASAN

Avrya Dhea Mawadtry (1604300027/AGRIBISNIS) “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA ULAT HONGKONG (*Tenebrio molitor* L.) Di Desa Banyumas, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat.

Penelitian ini dilakukan di desa Banyumas, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat yang dibimbing oleh Ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si. sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Juwita Rahmadani Manik, S.P, M.Si selaku Anggota Komisi Pembimbing. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis potensi ekonomi, kondisi lingkungan internal dan eksternal, serta strategi pengembangan usaha budidaya ulat hongkong di daerah penelitian. Pengambilan sampel yang diambil dengan metode studi kasus dengan jumlah sampel 1 orang yang semua pembudidaya ulat hongkong dijadikan sebagai sampel. Untuk analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Tingginya permintaan merupakan komponen penting dalam menjalankan usaha budidaya ulat hongkong yang dimana hal ini disebabkan oleh banyaknya pecinta burung kicau atau yang biasa disebut dengan julukan “Kicau Mania” yang mengakibatkan harga jual ulat hongkong cukup tinggi berkisar Rp. 100.000 s/d Rp. 130.000 per kg, dan potensi ekonomi yang dimiliki usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat dapat dilihat dari usaha yang dimiliki dimana pelaku usaha melakukan proses pemberian pakan ulat hongkong dengan bahan pakan buatan sendiri yaitu sayuran sayuran yang di dapatkan pelaku usaha di pasar yang secara tidak langsung menekan biaya produksi pada budidaya ulat hongkong.

Kata Kunci: Ulat Hongkong Budidaya Ulat Hongkong, Analisis SWOT

RIWAYAT HIDUP

Avrya Dhea Mawadtry lahir di Desa Limau Manis, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara pada tanggal 04 Juni 1998 sebagai anak pertama dari ayahanda Suriadi dan ibunda Suriani.

Pendidikan formal yang ditempuh penulis:

1. SD Negeri No. 010201 Limau Manis, Kabupaten Batu Bara (2004-2010).
2. Sekolah Menengah Pertama di Mts Negeri 1 Lima Puluh, Kabupaten Batu Bara (2010-2013).
3. Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Batangtoru, Kabupaten Tapanuli Selatan (2013-2016).
4. Tahun 2016 melanjutkan Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain:

1. Mengikuti Masa Penyambutan Mahasiswa Baru (MPMB)
2. Mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Pertanian UMSU 2016.
3. Mengikuti seminar di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Mengikuti Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Bagan Serdang Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang 2019.
5. Melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PTP Nusantara III Kebun Bandar Betsy, Kabupaten Simalungun 2019.
6. Tahun 2021 telah menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ulat Hongkong (*Tenebrio molitor L*) di Desa banyumas, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul penulis pada penelitian ini adalah “**Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ulat Hongkong (*Tenebrio molitor L.*) di Desa banyumas, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat**)”.

Atas tersusunnya Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Ibu Assoc Prof. Dr. Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
3. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing.
6. Ibu Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. selaku Anggota Komisi Pembimbing.
7. Seluruh Staff Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Administrasi selama proses perkuliahan.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua Ayahanda Suriadi dan Ibunda Suriani yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta, kasih sayang, dan selalu memberikan dukungan moril maupun materi.

9. Keluarga Tercinta Kakanda Nurul Aulia Nirwana, dan Abangda Teuku Fatahillah yang telah mendukung penulis dalam menyusun proposal.
10. Teman tersayang Alif Hidayah yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan proposal.
11. Sahabat-sahabat Aderiska Damayanti,S.Pd., dan kelas agribisnis-1 stambuk 2016 yang telah mendukung penulis dalam menyusun proposal.

Penyusunan proposal dari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, serta tidak luput dari adanya kekurangan baik isi maupun kaidah penulisan.Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat konstruktif dari semua pihak untuk kesempurnaan proposal ini.

Medan, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN	i
RINGKASAN	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian.....	3
Kegunaan Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA	5
Tinjauan Umum Ulat Hongkong.....	5
Sistem Budidaya Ulat Hongkong.....	5
Pengertian Strategi	6
Perumusan Strategi.....	8
Analisis SWOT	11
Pengembangan Usaha	12
Analisis Lingkungan Internal	13
Analisis Lingkungan Eksternal	15
Penelitian Terdahulu	18
Kerangka Pemikiran.....	20
METODE PENELITIAN	22
Metode Penelitian.....	22
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	22
Metode Penarikan Sampel.....	22
Metode dan Teknik Pengumpulan Data	22
Metode Analisis Data	23

Matriks SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>)	23
Metode Perbandingan Berpasangan	26
Analisis Matrik QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	28
Defenisi Operasional	30
Batasan Operasional	30
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	33
Letak dan Luas Daerah.....	33
Monografi Penduduk.....	34
Sarana dan Prasarana Umum.....	36
Karakteristik Sampel	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
Potensi Ekonomi Usaha Budidaya Ulat Hongkong	40
Analisis Lingkungan Internal Strategi “Usaha Budidaya Ulat Hongkong”.	40
Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan	41
Kekuatan.....	41
Kelemahan.....	42
Analisis Lingkungan Eksternal Strategi “Usaha Budidaya Ulat Hongkong”.	44
Identifikasi Peluang dan Ancaman.....	44
Peluang	44
Ancaman.....	45
Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ulat Hongkong.....	48
Tahap Keputusan Strategi dalam Analisis Matriks QSPM	54
KESIMPULAN DAN SARAN	57
Kesimpulan.....	57
Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Matriks SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Treats)	25
2.	Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal Eksternal	27
3.	Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks)	29
4.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Usia	35
5.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Keyakinan	35
6.	Distribusi Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan	36
7.	Distribusi Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan	37
8.	Sarana dan Prasarana Desa	38
9.	Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan Lama Usaha	39
10.	Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan Usia	39
11.	Jumlah Luas Lahan Pelaku Usaha	40
12.	Kekuatan dan kelemahan “Usaha Budidaya Ulat Hongkong” berdasarkan faktor Internal Usaha	42
13.	Peluang dan ancaman “Usaha Budidaya Ulat Hongkong” berdasarkan faktor Internal Usaha Budidaya Ulat Hongkong	45
14.	Matriks Faktor Internal dan Eksternal Pada “Usaha Budidaya Ulat Hongkong”	47
15.	Analisis SWOT untuk Usaha Budidaya Ulat Hongkong	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Diagram Analisis SWOT	11
2.	Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ulat Hongkong	21
3.	Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Data Internal Dan Eksternal	49

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden	61
2.	Penentuan Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat	62
3.	Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Strategi Internal dan Eksternal Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat.....	64
4.	Matriks Quantytative Strategic Planing Matriks (QSPM)	65
5.	Data Permintaan Ulat Hongkong Tahun 2018-2020	66
6.	Data Pemasaran Ulat Hongkong Tahun 2018-2020.....	69

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Indonesia, ulat hongkong dimanfaatkan sebagai pakan burung dan pakan ikan. Dengan meningkatnya bisnis ikan hias dan bisnis burung, baik burung hias maupun burung berkicau akhir-akhir ini. Jenis burung yang menyenangi ulat hongkong cukup banyak macamnya diantaranya adalah kaccer, jalak putih, cucak biru, culik-culik, kenari, cucakrawa, beo, murai daun, poksay, hwamei, murai batu, jalak bali dan jenis burung pemakan serangga lainnya.

Serangga merupakan golongan binatang dengan populasi terbesar bila dibandingkan dengan golongan binatang lain yaitu hampir 75% dari total binatang yang hidup di dunia (Partosoedjono, 1985). Jumlah tersebut terbagi lagi ke dalam beberapa spesies dengan variasi sifat yang berbeda. Beberapa spesies ada yang bersifat menguntungkan dan juga merugikan bagi makhluk hidup yang lain. Salah satu jenis serangga tersebut adalah *Tenebrio molitor*.

Ulat hongkong (*Tenebrio molitor* L.) merupakan larva dari kumbang beras yang memiliki potensi untuk dapat dikembangkan sebagai pakan alternatif sumber protein yang menjanjikan. Hal ini diakibatkan ulat hongkong mudah diproduksi serta memiliki kandungan nutrisi yang tinggi. Ulat hongkong memiliki kandungan protein kasar senilai 44.72%, lemak kasar 42.48%, kadar abu 3.69% (Farida, 2017).

Peternakan ulat hongkong merupakan salah satu upaya yang potensial untuk dikembangkan menjadi usaha peternakan rakyat. Selain karena cara budidaya yang mudah, peternakan ulat hongkong juga mempunyai peluang bisnis yang cukup menjanjikan mengingat pangsa pasar yang sangat kondusif.

Selain kandungan nutrisi yang tinggi, ulat hongkong memiliki karakteristik daya tumbuh yang cepat walaupun dengan keterbatasan pemberian pakan pada ulat. (Asri, 2019). Bisnis budidaya ulat hongkong sebenarnya cukup mudah dan tidak memerlukan tenaga dan modal yang besar. Selain itu, budidaya ulat hongkong bisa dilakukan sebagai usaha sampingan. Usaha budidaya ulat hongkong ini telah ditekuni oleh beberapa warga di Kabupaten Langkat khususnya di desa Banyumas. Dengan memanfaatkan sebagian ruangan dalam rumah, mereka menekuni usaha sampingan budidaya ulat hongkong.

Dalam hal ini, usaha peternakan ulat hongkong di Kabupaten Langkat Kecamatan Stabat Desa Banyumas menjadi satu satunya tempat yang melakukan budidaya ulat hongkong dengan begitu perlu ditingkatkan baik kuantitas maupun kualitasnya. Dari segi kuantitas, berarti peternakan ulat hongkong perlu disebarluaskan pada masyarakat umum dan dari segi kualitas, berarti teknik peternakan baik yang menyangkut pakan, maupun pemeliharaan harus ditingkatkan dan diperbaiki dengan merumuskan strategi yang dapat membuat usaha budidaya ulat hongkong meningkat.

Oleh karena itu, dengan melihat dan memperhatikan uraian-uraian tersebut ,maka peneliti akan melakukan peneliitian dengan judul "**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA ULAT HONGKONG (*Tenebrio molitor L*) DI DESA BANYUMAS, KECAMATAN STABAT, KABUPATEN LANGKAT**"

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah potensi ekonomi usaha budidaya ulat hongkong di desa Banyumas di tempat penelitian?
2. Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal usaha budidaya ulat hongkong di desa Banyumas di tempat penelitian?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya ulat hongkong di desa Banyumas di tempat penelitian?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis potensi ekonomi usaha budidaya ulat hongkong di desa Banyumas di tempat penelitian.
2. Untuk menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal usaha budidaya ulat hongkong di desa Banyumas di tempat penelitian.
3. Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha budidaya ulat hongkong di desa Banyumas di tempat penelitian.

Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana Strategi pengembangan usaha budidaya ulat hongkong.

2. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pemerintah dan instansi yang terkait dalam merumuskan kebijakan dalam pengembangan ulat hongkong di Kabupaten Langkat.
3. Sebagai bahan referensi dan studi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Ulat Hongkong

Menurut Effri Arif Ichwanto (2018), ulat hongkong dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Filum : Arthropoda

Kelas : Insecta

Ordo : Coleoptera

Famili: Tenebrionidae

Genus : *Tenebrio molitor*

Ulat hongkong yang dimanfaatkan oleh manusia merupakan fase larva dari kumbang *Tenebrio molitor*. Kumbang ini berkembangbiak dengan siklus metamorphosis sempurna, yaitu telur, ulat (larva), kepompong (pupa), hingga menjadi kumbang. Ulat hongkong dan kumbang *Tenebrio molitor* tergolong sangat aktif, baik pada siang maupun malam hari. Selama hidupnya, serangga ini terus mencari makan dan berkembangbiak. Ulat hongkong bersifat kanibal, terutama jika kekurangan pakan. Ulat hongkong dewasa berukuran 3-4cm. Berikut fase hidup ulat hongkong, Telur (7 hari), Larva (60-90 hari), Pupa (7 hari), Kumbang muda (1 hari), Kumbang dewasa.

Sistem Budi Daya Ulat Hongkong

Budi daya ulat hongkong bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu menggunakan rak ataupun tanpa menggunakan rak (sistem tumpuk). Budi daya ulat hongkong menggunakan rak mempermudah pembudidaya dalam menjalankan pekerjaannya sehari-hari, karena hanya mengeluarkan dan memasukkan kotak budi daya dari dalam rak ketika pemberian pakan ataupun penggantian media.

Adapun kekurangan budi daya menggunakan rak, yaitu adanya biaya tambahan investasi berupa pembuatan atau pembelian rak dan kapasitas budi daya yang lebih sedikit dibandingkan dengan budidaya tanpa rak. Sementara itu, budi daya tanpa rak (sistem tumpuk) memiliki kelebihan berupa tidak adanya biaya investasi untuk pengadaan rak dan kapasitas budidaya nya yang lebih besar pada luasan tempat yang sama dibandingkan dengan budi daya menggunakan rak.

Budi daya sistem tumpuk menggunakan kotak budi daya berukuran 40 cm x 60 cm x 6 cm. Kotak dapat ditumpuk dengan posisi berseling hingga 35 buah kotak atau hampir mencapai plafon ruangan. Artinya, pada luasan 40 cm x 60 cm, dapat digunakan untuk 45 buah kotak budi daya. Untuk 100 buah kotak budi daya yang masing-masing ditumpuk 35 buah hanya membutuhkan luasan lahan 0,72 m². Hal itu berbeda ketika menggunakan rak, dengan rak berukuran 4,2 m x 60 cm x 80 cm hanya mampu diisi 100 buah kotak budi daya (Effri Arif Ichwanto, 2018).

Media dan pakan yang digunakan adalah *pollard* yang merupakan hasil sampingan dari penggilingan gandum. *pollard* merupakan bagian dalam kulit gandum yang mengandung pati dan protein yang tinggi. Penggunaan *pollard* sebagai media budi daya sejak fase produksi (perkawaninan kumbang), yaitu sebagai pakan utama kumbang (Bagus Harianto, 2018).

Pengertian Strategi

Dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk

memenangkan suatu peperangan". Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk "peperangan" tertentu. Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan (P. Siagian Sondang, 2004).

Istilah strategi, oleh manajer diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah strategi merupakan rencana permainan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu strategi mencerminkan kesadaran perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan tersebut berkompetisi; akan melawan siapa dalam kompetisi tersebut; dan untuk tujuan apa suatu perusahaan berkompetisi.

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda: dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program" yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.

Kata "program" dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam

merumuskan strategi perusahaan/organisasi. Dari perspektif yang kedua, strategi adalah "pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu". Dibutuhkan suatu pelaksanaan Program pemasaran yang tepat.

Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan. Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya (John A. Pearce II, 2014).

Perumusan Strategi

Manajemen strategi atau perencanaan strategi adalah proses penataan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Definisi strategi berfokus pada integrasi manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, riset dan pengembangan, dan informasi system dalam mencapai organisasi yang sukses (David, 2010).

Sedangkan definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler dalam (Rangkuti, 2014) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pengertian strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan : a) Kebijaksanaan pelaksanaan b) Penentuan tujuan yang hendak dicapai c) Penentuan cara - cara atau metode penggunaan sarana-sarana tersebut. Strategi selalu berkaitan dengan tiga hal utama, yaitu tujuan

(*ends*), sarana (*means*), cara (*ways*). Untuk menetapkan sasaran strategis digunakan metode SMART (sebagai singkatan dari *specific, measurable, achievable, relevant, dan timed*). Oleh karena itu, strategi perlu didukung oleh kemampuan (*capability*) untuk mengantisipasi kesempatan atau peluang yang ada.

Sementara menurut (Susanto, 2014) perumusan strategi adalah bagaimana menganalisis suatu kondisi dan arah mana yang harus dituju oleh para perencana strategi (manajer/manajemen) dalam menentukan sasaran sehingga pengambilan keputusan yang efektif dan efisien dapat dicapai.

(Suryono, 2013) Strategi juga merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence* tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage* kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya

Perumusan strategi sangat diperlukan setelah mengetahui sesuatu ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan. Menurut (Rachnat, 2014) perumusan strategi meliputi 4 bagian, yaitu:

- 1) Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan berdirinya suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasi tujuan mendasar dan yang membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.

2) Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan hal-hal yang akan diselesaikan, dan sebaiknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

3) Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan kemampuan bersaing.

4) Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterpretasi dan diimplementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing. Divisi-divisi kemudian akan mengembangkan kebijakannya, yang akan menjadi pedoman bagi wilayah fungsional yang diikutinya.

Analisis SWOT

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan organisasi. Dengan demikian, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis organisasi dalam kondisi yang ada saat ini yang disebut dengan analisis situasi (Ismail, 2015).



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat

dimanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus dilakukan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth orientted strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi deversiifikasi (Produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi lain pihak ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. (Rangkuti, 2014).

Pengembangan Usaha

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja (Marihhot Tua Efendi Hariandja, 2002).

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk

menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar (Sukiman, 2012).

Sementara menurut (Mulyadi Nitisusantro, 2013) pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.

Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal terdiri dari komponen-komponen atau variabel lingkungan yang berasal atau berada di dalam organisasi. Komponen-komponen dari lingkungan internal cenderung lebih mudah dikendalikan. David (2010) membagi lingkungan internal menjadi enam bagian, yakni manajemen pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen.

1) Manajemen

Fungsi manajemen terdiri dari lima aktivitas dasar, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penunjukan staf dan pengendalian. Perencanaan terdiri dari semua aktivitas manajerial yang berkaitan dengan persiapan menghadapi masa depan. Tugas spesifik perencanaan termasuk meramalkan, menetapkan sasaran, menetapkan strategi, dan mengembangkan kebijakan. Perencanaan berada dalam tahap perumusan strategi. Proses perencanaan harus melibatkan manajer dan karyawan di seluruh organisasi. Perencanaan dapat memberikan dampak positif pada prestasi organisasi dan individu. Perencanaan

memungkinkan organisasi mengenali dan memanfaatkan peluang eksternal dan meminimalkan dampak ancaman eksternal (David, 2010).

2) Pemasaran

Pemasaran dapat didekskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa. Ada tujuh fungsi pemasaran, yaitu : (1) analisis konsumen, (2) penjualan produk/jasa, (3) perencanaan produk dan jasa, (4) penetapan harga, (5) distribusi, (6) riset pemasaran, (7) analisis peluang.

3) Keuangan

Kondisi keuangan sering dianggap sebagai ukuran terbaik dari posisi bersaing organisasi dan daya tarik keseluruhan bagi investor. Menetapkan kekuatan keuangan organisasi dan kelemahan penting untuk merumuskan strategi secara efektif. Indikator keuangan yang sering digunakan adalah likuiditas, solvabilitas, modal kerja, profitabilitas, pemanfaatan harta, arus kas dan modal.

James Van Horne *dalam* David (2010), fungsi keuangan terdiri dari tiga keputusan, yakni keputusan investasi, keputusan finansial dan keputusan deviden. keputusan investasi juga disebut anggaran modal merupakan alokasi dan realokasi modal dan sumberdaya untuk proyek, produk, harta dan divisi dari suatu organisasi. Keputusan keuangan berkaitan dengan menggunakan struktur modal terbaik untuk organisasi dan termasuk meneliti berbagai metode yang dapat meningkatkan modal. Keputusan deviden berkaitan dengan isu seperti persentase penghasilan yang dibayarkan kepada pemegang saham, stabilitas deviden yang dibayarkan dalam periode tertentu, dan pembelian kembali atau penerbitan saham (David, 2010).

4) Produksi/ Operasi

Fungsi produksi/ operasi dari suatu usaha terdiri dari semua aktivitas yang mengubah masukan barang dan jasa. Roger Schroeder *dalam* David (2010) menyatakan bahwa manajemen produksi terdiri dari lima fungsi dasar, yaitu proses, kapasitas, persediaan, angkatan kerja dan kualitas.

5) Penelitian dan Pengembangan (Litbang)

Penelitian dan Pengembangan ditujukan untuk pengembangan produk baru, perbaikan kualitas, perbaikan efisiensi produksi dan memperdalam atau memperluas kemampuan teknologi organisasi. Banyak organisasi yang tidak memiliki litbang dan banyak juga organisasi lain yang tergantung pada kesuksesan aktivitas litbang agar dapat bertahan. Perusahaan/organisasi yang menjalankan strategi pengembangan produk harus mempunyai orientasi litbang yang kuat (David, 2010).

6) Sistem Informasi Manajemen

Informasi menghubungkan semua fungsi bisnis dan menyediakan landasan bagi semua keputusan manajerial. Informasi merepresentasikan sumber penting, keunggulan atau kelemahan manajemen kompetitif. Menilai kekuatan dan kelemahan sebuah perusahaan dalam sistem informasi adalah dimensi yang penting dari suatu analisis lingkungan internal (David, 2010).

Analisis Lingkungan Eksternal

Manajemen strategis eksternal terkadang disebut pemindaian lingkungan atau analisis industri. Audit eksternal berfokus pada upaya identifikasi atau evaluasi tren dan kejadian yang berada di luar kendali suatu perusahaan. Audit eksternal dapat mengungkap peluang-peluang dan ancaman-ancaman besar yang dihadapi suatu organisasi. Tujuan audit eksternal adalah untuk mengembangkan

sebuah daftar dari peluang yang dapat menguntungkan perusahaan dan ancaman yang harus dihindari. Kekuatan eksternal dapat dibagi menjadi: (1) kekuatan ekonomi; (2) kekuatan sosial, budaya, demografis, dan lingkungan; (3) kekuatan politik, pemerintahan, dan hukum; (4) kekuatan teknologi; dan (5) kekuatan kompetitif (David, 2010).

1) Kekuatan ekonomi

Kondisi ekonomi suatu daerah atau negara dapat mempengaruhi iklim berbisnis suatu perusahaan. Semakin buruk kondisi ekonomi, semakin buruk pula iklim berbisnis. Beberapa faktor kunci yang perlu diperhatikan dalam menganalisis ekonomi suatu daerah atau negara adalah siklus bisnis, ketersediaan energi, inflasi, suku bunga, investasi, harga-harga produk dan jasa, produktivitas, dan tenaga kerja.

2) Kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan

Kondisi sosial masyarakat yang berubah-ubah dapat mempengaruhi perusahaan. Aspek kondisi sosial seperti sikap, gaya hidup, adat-istiadat, dan kebiasaan dari orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan, sebagai yang dikembangkan misalnya dari kondisi kultural, ekologis, demografis, religius, pendidikan dan etnis.

3) Kekuatan politik, pemerintah dan hukum

Arah, kebijakan, dan stabilitas politik pemerintah menjadi faktor penting bagi para pengusaha untuk berusaha. Situasi politik yang tidak kondusif akan berdampak negatif bagi dunia usaha, begitu pula sebaliknya. Beberapa hal utama yang perlu diperhatikan dari faktor politik adalah undang-undang tentang lingkungan dan

perburuhan, peraturan tentang perdagangan luar negeri, stabilitas pemerintahan, peraturan tentang keamanan dan kesehatan kerja, dan sistem perpajakan.

4) Kekuatan teknologi

Dewasa ini perkembangan teknologi mengalami kemajuan yang pesat, baik dibidang bisnis maupun di bidang yang mendukung kegiatan bisnis. Teknologi tidak hanya mencakup penemuan-penemuan baru, tetapi juga meliputi cara-cara pelaksanaan atau metode-metode baru dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

5) Kekuatan kompetitif (Analisis Lingkungan Industri)

Model lima kekuatan porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Menurut Porter, Persaingan suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi atas lima kekuatan yaitu kemungkinan masuknya pesaing baru, kekuatan tawar-menawar penjual/pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli/konsumen, tekanan dari produk substitusi, dan persaingan antar perusahaan sejenis.

a) Masuknya pesaing baru

Kehadiran pendatang baru ke suatu industri akan membawa kapasitas baru dan keinginan untuk merebut bagian pasar. Besarnya ancaman masuk tergantung pada hambatan masuk yang ada.

b) Kekuatan tawar-menawar penjual/pemasok

Pemasok dapat memanfaatkan kekuatan tawar menawarnya dengan menaikkan harga atau menurunkan kualitas barang/ jasa yang dijual.

c) Kekuatan tawar-menawar pembeli

Pembeli atau pelanggan dapat menekan harga, menuntut kualitas atau pelayanan lebih baik, maupun mengadu-domba sesama industri sehingga dapat menurunkan laba industri.

d) Produk Substitusi

Produk pengganti yang perlu diperhatikan adalah produk yang kualitasnya mampu menandingi kualitas produk industri dan produk yang dihasilkan oleh industri yang menikmati laba tinggi.

e) Persaingan diantara anggota industry

(Pratama 2013)

Penelitian Terdahulu

Menurut hasil penelitian Siti Rabiatur Agustini (2019) meneliti tentang “Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Arwana oleh Masyarakat (studi kasus : Desa Nanga Suruk Kecamatan Bunut Hulu Kabupaten Kapuas hulu)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Teknik analisis data yaitu teknik analisis deskriptif dan teknik analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi pengembangannya. Teknik pembudidayaan Arwana memerlukan sistem kolam dan sistem suplai air yang baik sehingga dapat mempengaruhi faktor-faktor dalam membudidayakan Arwana seperti pemasaran dan distribusinya. Hasil analisis SWOT menunjukkan pengembangan budidaya Arwana yang dilakukan masyarakat Desa Nanga Suruk, memiliki kekuatan yang besar sekaligus memiliki peluang yang sangat baik dalam pengembangan budidaya di wilayah tepian air sungai Kapuas. Strategi pengembangan dalam matriks SWOT menunjukkan strategi Agresif berupa SO yaitu strengths sebesar

0,35 dan opportunities sebesar 0,29 sehingga grafiknya berada pada kuadran I. Strategi pengembangannya yaitu penyediaan sarana dan prasarana produksi budidaya ikan Arwana di wilayah tepian sungai, pengembangan budidaya Arwana Desa Nanga Suruk untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat, memperkuat keterkaitan kawasan pedesaan dengan perkotaan berbasis sumber daya di sektor perikanan.

Menurut hasil penelitian Farah Mutiara (2017) meneliti tentang “Strategi Pengembangan Agribisnis Ulat Sutera Pemakan Daun Singkong di Kabupaten Malang”. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis tingkat kelayakan dari usahatani agribisnis ulat sutera pemakan daun singkong di Kabupaten Malang, 2) mendeskripsikan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kelayakan ekonomis atau analisis biaya-pendapatan untuk menganalisis keuntungan usaha, NPV dan IRR. Hasil analisis menyatakan bahwa kegiatan budidaya ulat sutera yang terdapat di tempat penelitian adalah cukup menguntungkan, dengan nilai keuntungan sebesar 21.753.000,- per tahun; B/C ratio sebesar 1,074, nilai NPV sebesar Rp 144.287.115,- hingga tahun kelima aliran kas dan nilai IRR sebesar 2,896%. Strategi pengembangan yang dilakukan pada budidaya ulat sutera pemakan daun singkong sebaiknya berdasarkan atas analisis SWOT terhadap faktor internal dan eksternal S-O, S-T, W-O dan W-T.

Menurut hasil penelitian Hapsari (2018) meneliti tentang “Produktivitas Ulat Hongkong Pada Media Pakan yang Berbeda”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media makan terhadap pertumbuhan ulat hongkong. Perbandingan media pakan adalah 100% produk samping tahu kering sebagai

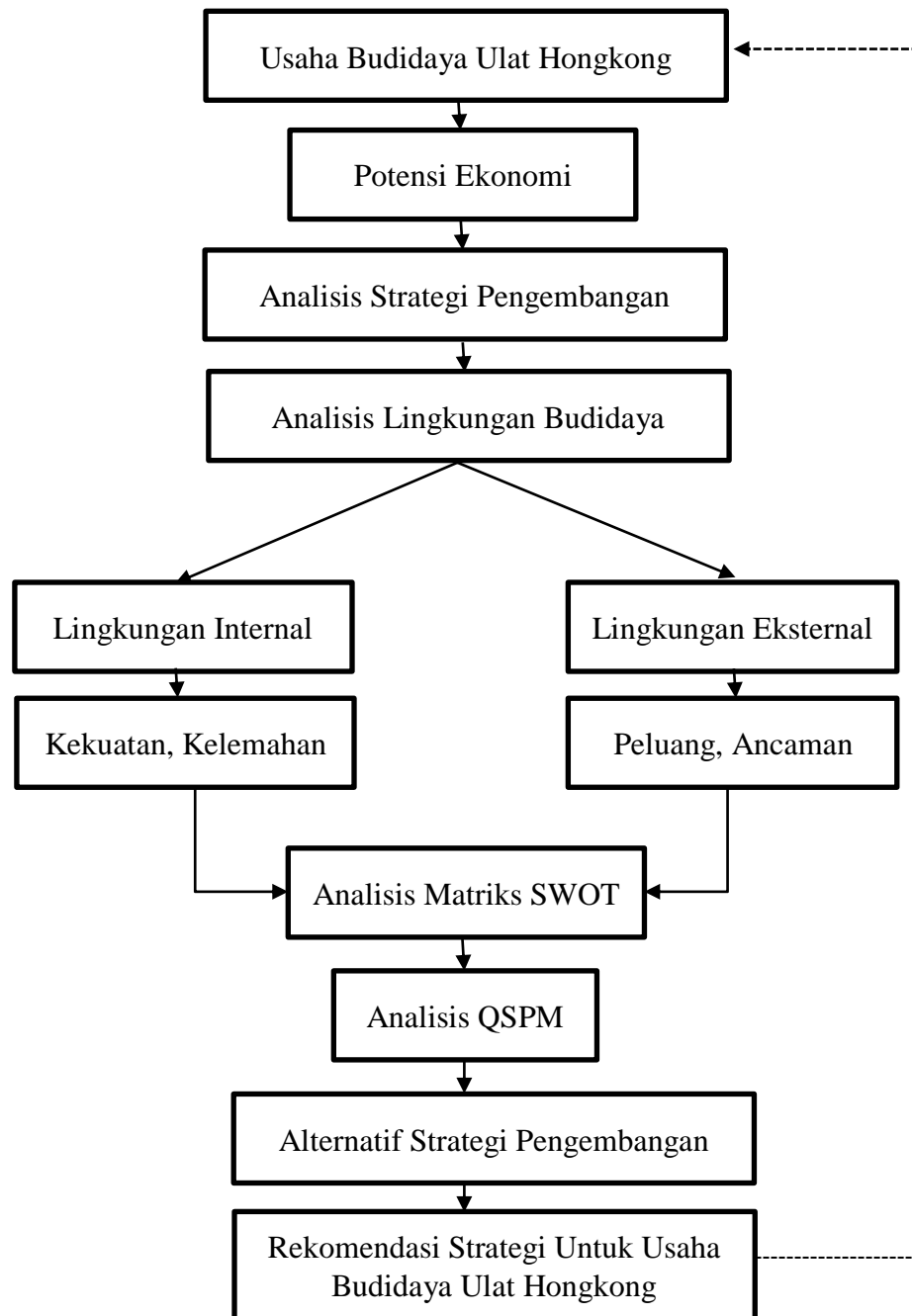
kontrol, 100% dedak padi, 100% beras sekam, 50% tahu kering produk sampingan + 50% dedak padi, 50% tahu kering produk sampingan + 50% sekam padi dan 50% sekam padi + 50% dedak padi. Rancangan Acak Lengkap digunakan sebagai desain eksperimen dengan 6 perawatan dengan 3 ulangan untuk setiap perlakuan. Hasil penelitian menunjukkan berat badan dan panjang badan tidak berbeda nyata ($P > 0,05$) antar media, tetapi mortalitas dan kepompong berbeda bermakna berbeda ($P < 0,05$). Lebih baik menggunakan media pakan dengan 50% produk sampingan tahu kering + 50% dedak padi karena dapat meningkatkan konsumsi pakan, persentase kepompong, dan menurunkan angka kematian.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran operasional budidaya ulat hongkong yang terdapat di desa banyu mas dimulai dari pengidentifikasian masalah yang ada pada pelaku usaha budidaya ulat hongkong. Berdasarkan hal tersebut maka harus mengetahui potensi ekonomi sehingga dapat mengetahui keadaan prekonomian pelaku usaha budidaya ulat hongkong kemudian diperlukan strategi pengembangan yang baru dengan melakukan pengkajian lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang ada pada usaha tersebut. Kajian mengidentifikasi faktor – faktor yang ada didalamnya yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Setelah diperoleh kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka dirumuskan alternatif strategi dalam matriks SWOT yang terdiri dari perumusan alternatif strategi yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha budidaya ulat hongkong dan alternatif strategi baru yang dirumuskan dalam matriks SWOT, terdapat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Tujuan utama dalam penelitian diharapkan mampu

untuk mengatasi permasalahan sehingga pelaku usaha budidaya ulat hongkong yang terdapat di desa banyu mas dapat lebih berkembang dibanding dengan para pesaing. Untuk lebih memperjelas alur dan proses perumusan strategi pengembangan tersebut maka dapat dilihat pada

Gambar 2.



Keterangan :

————→ = Dalam ruang lingkup penelitian

-----→ = Diluar ruang lingkup penelitian

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study). Studi kasus yang menjelaskan jenis penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul disuatu daerah dimana keadaanya belum tentu sama dengan daerah lain dalam kurun waktu tertentu. Menurut Hanafi (2010), metode ini dibatasi oleh kasus, lokasi, tempat, serta waktu tertentu dan tidak bisa disimpulkan pada daerah tertentu atau kasus lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian dilakukan di Desa Banyumas, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* yaitu pemilihan tempat berdasarkan kriteria tempat yang sesuai dengan penelitian yang dipilih secara sengaja.

Metode Penarikan Sampel

Sampel dari penelitian ini produsen ulat hongkong yang berada ditempat usaha ulat hongkong. Dari pra survey yang telah dilakukan diketahui bahwa jumlah populasi produsen ulat hongkong dilokasi penelitian sebanyak 1 produsen. Berdasarkan hal tersebut maka sampel ditentukan dengan metode sensus. Artinya seluruh populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 1 produsen ulat hongkong. Menurut Sugiyono (2016),satu orang pun dapat digunakan sebagai populasi, karena satu orang itu mempunyai karakteristik.

Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian merupakan tahapan yang diperlukan dalam pemecahan masalah, agar diketshui pokok persoalan yang sedang dihadapi, sehingga dapat

ditentukan pemecahan masalah yang tepat dalam menghadapi persoalan tersebut.

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini terdiri dari:

1. Data primer

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung dengan para responden melalui daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.

2. Data sekunder

Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dari perpustakaan, BPS dan juga dari instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Permasalahan penelitian dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan potensi ekonomi Usaha Budidaya Ulat Hongkong kemudian melakukan analisis SWOT dan analisis QSPM untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan menggunakan Matriks SWOT dan Matriks QSPM.

Matrik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pembuat keputusan untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (Kekuatan-Peluang), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan Ancaman) dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman). Identifikasi faktor-faktor eksternal dan internal dilakukan secara interaktif antara responden dan peneliti. Sehingga faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam matriks SWOT berdasarkan hasil kajian dari peneliti yang sudah

didiskusikan dengan responden yang dalam hal ini adalah Usaha Budidaya Ulat Hongkong.

Matrik SWOT digunakan untuk menyusun strategi perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST. Langkah-langkah menyusun matrik SWOT adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi peluang eksternal perusahaan yang menentukan
2. Mengidentifikasi ancaman eksternal perusahaan yang menentukan
3. Mengidentifikasi kekuatan internal perusahaan yang menentukan
4. Mengidentifikasi kelemahan internal perusahaan yang menentukan
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman

Tabel 1. Matriks SWOT (Strengths-Weakness-Opportunity-Treats)

IFAS EFAS	STRENGTH-S Faktor-Faktor Kekuatan Internal Perusahaan	WEAKNESS-W Kelemahan Internal perusahaan
OPPORTUNITIES-O Peluang Faktor Eksternal Perusahaan	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS-T Ancaman Faktor Eksternal Perusahaan	STRATEGI S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2014.

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan tersebut untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hasil dari matrik SWOT ini sendiri diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh pihak manajemen perusahaan agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan perusahaan dapat memberikan hasil yang maksimal. Dalam perumusan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan diperlukan diskusi lebih mendalam dengan pihak perusahaan sehingga dilakukan Tanya jawab secara *iterative*. Diskusi yang dilakukan dengan perusahaan bertujuan agar dalam penelitian ini dapat merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Pertimbangan perusahaan dan hasil analisis penelitian akan menjadi acuan utama dalam pembuatan matriks SWOT ini.

Metode Perbandingan Berpasangan

Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal dengan membandingkan setiap variabel pada baris (horizontal) dengan variabel pada kolom (vertikal). Untuk menentukan bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal. Tujuan utama dari metode perbandingan berpasangan ini adalah memberikan bobot untuk setiap faktor penentu yang akan digunakan dalam perhitungan Matriks QSPM.

Tahap-tahap untuk melakukan metode perbandingan berpasangan untuk melakukan pembobotan adalah sebagai berikut :

- 1) Langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting untuk aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan. Identifikasi faktor internal dengan mendaftarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi, dalam penyajiannya, daftar kekuatan terlebih dahulu ditulis, kemudian daftar kelemahan. Daftar harus spesifik menggunakan persentase, rasio atau angka perbandingan. Data bersifat eksternal berasal dari wawancara atau kuesioner dengan pihak yang mengetahui keadaan perusahaan. Identifikasi faktor eksternal organisasi dilakukan dengan mendaftarkan peluang dan ancaman yang dimiliki organisasi. Hasil kedua identifikasi faktor-faktor tersebut sebagai faktor penentu eksternal dan internal yang akan diberikan bobot
- 2) Penentuan bobot dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal kepada pihak manajemen perusahaan dengan menggunakan metode paired comparison atau metode perbandingan berpasangan (Masta, 2006).

Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2 dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

1. jika indikator horisontal kurang penting daripada indikator vertikal
2. jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
3. jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal

Tabel 2. Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal dan Internal

Faktor Penentu	A	B	C	D	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
....							
Total							

Sumber: Dewi (2018)

Bobot setiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor. Bobot yang diberikan pada setiap faktor berada pada kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Faktor-faktor yang dianggap mempunyai pengaruh terbesar pada prestasi perusahaan diberi bobot tertinggi, tanpa mempedulikan apakah faktor tersebut kunci kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel

dengan menggunakan rumus : $A_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$

dimana : A_i = bobot variabel ke-i

n = jumlah variabel

$i = 1,2,3,\dots,n$

X_i = nilai variabel ke-i

Total bobot yang diberikan sama dengan 1,0

Analisis Matrik QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Setelah mengembangkan sejumlah alternatif strategi, perusahaan harus mampu mengevaluasi dan kemudian memilih strategi yang terbaik dan paling cocok dengan kondisi internal perusahaan serta lingkungan eksternal. Penggunaan

QSPM dapat dilihat pada Tabel. Ada enam langkah yang harus diikuti untuk membuat matrik QSPM yaitu :

- 1) Menyusun daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sama dengan matrik SWOT.
- 2) Memberikan bobot untuk masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan pada metode perbandingan berpasangan.
- 3) Menyusun alternatif strategi yang akan dievaluasi.
- 4) Menetapkan nilai daya tarik (Attractiveness Scores - AS) yang berkisar antara 1 sampai 4. Nilai 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik. Bila tidak ada pengaruhnya terhadap alternatif strategi yang sedang dipertimbangkan tidak diberikan nilai (AS).
- 5) Menghitung total nilai daya tarik (Total Attractiveness Scores – TAS), kemudian mengalikan bobot dengan nilai daya tarik (AS).
- 6) Menghitung jumlah total nilai daya tarik (TAS). Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar merupakan strategi yang paling baik.

Tabel 3. Matrik QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Faktor-Faktor Sukses Strategi	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan -							
Kelemahan -							
Peluang -							
Ancaman -							
Total							

Sumber: Masta (2006)

Keterangan :

AS = Attractiveness Scores (Nilai Daya Tarik)

TAS = Total Attractiveness Scores (Total Nilai Daya Tarik)

Besaran total nilai dalam QSPM matrik inilah yang menjadi informasi kuantitatif yang menjadi dasar bagi perumusan strategi pengembangan. Rumus strategi dengan demikian menjadi rumusan hasil akhir dari penelitian ini.

Defenisi Operasional

1. Ulat hongkong adalah (*Tenebrio molitor* L.) merupakan larva dari kumbang beras yang memiliki potensi untuk dapat dikembangkan sebagai pakan alternatif sumber protein yang menjanjikan.
2. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu.
3. Lingkungan internal adalah semua sumber daya manusia dan fisik yang mempengaruhi organisasi.
4. Lingkungan eksternal adalah semua elemen diluar organisasi yang relevan untuk operasi.
5. SWOT adalah metode perancangan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau bisnis.
6. Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) merupakan alat analisis yang menentukan nilai daya tarik dari berbagai strategi yang

didasarkan akan seberapa jauh faktor-faktor keberhasilan kunci kritis eksternal dan internal dimanfaatkan.

Batasan Operasional

1. Tempat penelitian adalah di Desa Banyumas, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat.
2. Penelitian dilakukan pada Maret 2020 sd selesai.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Pemilihan lokasi adalah hal yang sangat penting dalam pelaksanaan sebuah penelitian. Daerah yang akan dijadikan sebagai lokasi penelitian harus memiliki kondisi yang sesuai dengan variabel penelitian. Misalnya penelitian dengan fokus bidang pertanian tidak relevan jika dilaksanakan di daerah kawasan industri, akan tetapi lebih sesuai jika dilaksanakan di daerah pedesaan.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini dilaksanakan di Desa Banyumas. Desa Banyumas merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Penduduk Desa Banyumas banyak yang berprofesi sebagai petani.

Desa Banyumas mempunyai batasan-batasan wilayah yaitu sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kelurahan Kwala Bingai
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Desa Perdamaian
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kelurahan Kwala Bingai
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Desa pertumbukan

Luas wilayah Desa Banyumas adalah : 424,50 Ha, dimana luas tanah sawah 172,00 Ha, luas tanah kering 245,34 Ha, luas tanah basah 0,00 Ha, luas tanah perkebunan 0,00 Ha, luas fasilitas umum 7,16 Ha, luas tanah hutan 0,00 Ha. Iklim di Desa Banyumas sebagaimana desa-desa lain di Indonesia yaitu iklim kemarau dan penghujan.

Monografi Penduduk

Berdasarkan Usia

Penduduk Desa Banyumas berasal dari daerah yang berbeda-beda dimana mayoritas penduduk adalah suku Jawa dan ada juga yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat. Desa Banyumas mempunyai jumlah penduduk sebanyak 5.834 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 2.915 dan perempuan sebanyak 2.919 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 1.818 KK. Untuk lebih jelasnya data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Distribusi Penduduk Berdasarkan Usia

No	Golongan (Thn)	Jumlah Penduduk	
		Laki-Laki	Perempuan
1	0-15	740	699
2	16-55	1.803	1.827
3	>55	372	393

Sumber: Kantor Kepala Desa Banyumas, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui golongan umur terbesar adalah antara 16-55 tahun yakni sebanyak 3.630 jiwa, sedangkan golongan terkecil adalah golongan penduduk umur >55 tahun yaitu sebanyak 765 jiwa.

Jumlah Penduduk Berdasarkan Keyakinan

Penduduk Desa Banyumas mayoritas adalah beragama Islam, penganut agama Islam di Desa Banyumas adalah sebanyak 5.826 jiwa atau 99% dari keseluruhan jumlah penduduk untuk lebih memperjelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Distribusi Penduduk Berdasarkan Keyakinan

No	Agama	Jumlah	Persentase (%)
1	Islam	5826	99,86
2	Kristen	7	0,11
3	Budha	1	0,01
Total		5.834	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Banyumas,2021

Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pada umumnya pendidikan yang ditamatkan oleh sebagian besar penduduk Desa Banyumas adalah SD, SMP, SMA ada sebagian yang menamatkan dijenjang perguruan tinggi . untuk lebih memperjelas dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 6. Distribusi Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	946	24,12
2	SMP	1.226	31,25
3	SMA	1.537	39,18
4	Akademi/D3-S1	213	5,43
Total		3.922	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Banyumas,2021

Dari tabel diatas dapat diketahui jumlah jenjang pendidikan terbanyak adalah lulusan pada tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 1.537 Jiwa atau sebesar 39,18% dari total keseluruhan jumlah penduduk.

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Penduduk Desa Banyumas mayoritas bekerja sebagai petani . Meskipun demikian masih terdapat beberapa penduduk lainnya yang memiliki profesi berbeda. Untuk lebih jelasnya jumlah penduduk dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis pekerjaannya, sebagai berikut.

Tabel 7. Distribusi Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan

No	Mata Pencarian	Jumlah	Persentase (%)
1	PNS	174	8,69
2	Pedagang	173	8,64
3	Wiraswasta	484	24,18
4	Petani	659	32,93
5	Buruh	477	23,83
6	Peternak	34	1,69
Total		2001	100

Sumber: kantor Kepala Desa Banyumas, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jenis pekerjaan masyarakat Desa Banyumas terbanyak adalah bekerja sebagai petani yaitu sebanyak 659 Jiwa atau 32,93%.

Sarana dan Prasarana Umum

Setiap desa memiliki sarana dan prasarana yang berebeda-beda antara satu sama lain. Sarana yang ada disesuaikan dengan kebutuhan topografi setiap desa. Tingkat perkembangan sebuah desa dapat diukur dengan kondisi sarana dan prasarana yang ada. Karena keberadaan sarana dan prasaranan tersebut laju pertumbuhan sebuah desa, baik dari sektor perekonomian maupun sektor-sektor lainnya.

Desa Banyumas memiliki beberapa sarana dan prasarana. Keadaan sarana dan prasarana akan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana pendukung maka akan mempercepat laju pembangunan baik di tingkat lokal maupun regional. Keadaan sarana dan prasarana di Desa Banyumas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Sarana dan Prasarana Desa

No	Jenis Saran dan Prasarana Desa	Jumlah (Unit)
1	Kepala Keluarga	1817
	Mushola	3
	Mesjid	13
2	Sarana Pendidikan	
	SD/ sederajat	2
	SMP/ sederajat	1
	TK	3
3	Sarana Kesehatan	
	Puskesmas Pembantu	1
	Posyandu	6
	Toko Obat	2
4	Sarana Umum	
	Kantor Kepala Desa	1
5	Sarana Olahraga	
	Lapangan Sepak Bola	1
	Lapangan Bulu Tangkis	2
	Lapangan Voli	8

Sumber: Kantor Kepala Desa Banyumas, 2021

Karakteristik Sampel

Sampel merupakan komponen yang paling penting dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan penulisan sebuah penelitian. Sesuai dengan judul maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah produsen ulat hongkong. Karakteristik sampel dibedakan menjadi beberapa golongan antara lain, pengalaman usaha, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan dan luas lahan. Berikut adalah penjabaran karakteristik sampel dari produsen ulat hongkong.

Lama Usaha

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan pengalaman dibedakan menjadi 1 satu golongan. Untuk lebih jelasnya datanya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 9. Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan Lama Usaha

No	Pengalaman	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	10 Tahun	1	100
Total		1	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui kelompok sampel berdasarkan pengalaman yang terbanyak berada pada kelompok 10 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau 100% dari total keseluruhan sampel. Karena dari pra survey yang telah dilakukan diketahui bahwa jumlah populasi produsen ulat hongkong dilokasi penelitian sebanyak 1 produsen. Berdasarkan hal tersebut maka sampel ditentukan dengan metode sensus atau sampel jenuh. Artinya seluruh populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 1 produsen ulat hongkong.

Usia

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan rentang usia dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut ini.

Tabel 10. Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	38	1	100
Jumlah		1	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terbanyak berada pada rentang usia 38 tahun, yakni 1 orang atau 100% dari keseluruhan jumlah sampel.

Luas lahan

Karakteristik sampel berdasarkan Luas Lahan yang dimiliki dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 11. Jumlah Luas Lahan Pelaku Usaha

No	Luas Lahan (m^2)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	180	1	100
	Jumlah	1	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terbanyak berada pada kelompok Luas lahan $180m^2$, yakni 1 orang atau 100% dari keseluruhan jumlah sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Ekonomi Usaha Budidaya Ulat Hongkong

Potensi ekonomi yang dimiliki usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat dapat dilihat dari usaha yang dimiliki dimana pelaku usaha melakukan proses pemberian pakan ulat hongkong dengan bahan pakan buatan sendiri yaitu sayuran sayuran yg di dapatkan pelaku usaha di pasar yang secara tidak langsung menekan biaya produksi pada budidaya ulat hongkong. Tingginya permintaan juga merupakan komponen penting dalam menjalankan usaha budidaya ulat hongkong yang dimana hal ini disebabkan oleh banyaknya pecinta burung kicau atau yang biasa di sebut dengan julukan “Kicau Mania” yang menakibatkan harga jual ulat hongkong cukup tinggi berkisar Rp. 100.000 s/d Rp. 130.000 per kg.

Usaha budidaya ulat hongkong yang ada di Desa Banyumas Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat juga merupakan pelaku usaha terbesar yang ada di Kabupaten Langkat dan sudah menguasai pasar Aceh untuk penjualan Ulut Hongkong. Selain itu event event perlombaan kicau burung seperti kejuaran presiden jokowi sangat banyak peserta sekaligus orang yang meminati dunia perburungan, hal ini jelas menunjukan potensi yang sangat baik bagi usaha budidaya ulat hongkong tersebut dan akan lebih baik lagi jika memiliki strategi pengembangan usaha tersebut.

Analisis Lingkungan Internal Strategi “Usaha Budidaya Ulut Hongkong”.

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh “ Usaha Budidaya Ulut Hongkong” dalam

menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanya jawab dan observasi atau pengamatan langsung

Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Tabel 12. Kekuatan dan kelemahan “Usaha Budidaya Ulat Hongkong” berdasarkan faktor Internal Usaha.

	Kekuatan	Kelemahan
Faktor Internal Usaha Budidaya Ulat Hongkong	a. Bahan pakan buat sendiri	d. Belum melakukan pembibitan ulat hongkong
	b. Harga jual tinggi	e. Kurangnya penerapan teknologi pemasaran
	c. Hubungan baik dengan mitra	f. Mahalnya bibit ulat hongkong

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2021

Dari Tabel diatas maka dapat dilihat beberapa faktor intenal kekuatan dan faktor kelemahan usaha budidaya ulat hongkong sebagai berikut :

Kekuatan

- a. Bahan pakan buat sendiri

Bahan pakan yang digunakan dalam proses budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki usaha tersebut, dimana bahan pakan yang digunakan merupakan sayuran-sayuran yang didapat dari pasar terdekat dan diolah menjadi bahan pakan ulat hongkong. Hal ini juga membuat penekanan terhadap biaya produksi yang dilakukan usaha budidaya ulat hongkong tersebut karena sudah tidak menggunakan bahan pakan buatan pabrikan yang cukup menguras biaya apabila di gunakan secara terus menerus

b. Harga jual tinggi

Tingginya harga jual ulat hongkong pada usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat menjadi poin penting bagi berjalannya usaha budidaya ulat hongkong tersebut yang sekaligus menjadi kekuatan dalam menjalankan usaha, harga jual berada pada kisaran harga Rp. 100.000 s/d Rp. 130.000 per kg

c. Hubungan baik dengan mitra

Hubungan Kemitraan yang terjalin baik antara pelaku usaha budidaya ulat hongkong yang di budidayakan di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat dengan para konsumen menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki dalam usaha budidaya ulat hongkong tersebut dimana dengan hubungan mitra yang baik tersebut maka hasil produksi ulat hongkong yang dibudidayakan selalu tersalurkan kepada para konsumen yang secara langsung memiliki dampak yang sangat baik bagi pelaku usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas

Kelemahan

a. Belum melakukan pembibitan ulat hongkong

Usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat belum melakukan pembibitan sendiri dimana kebutuhan bibit ulat hongkong untuk proses budidaya didapatkan dari Kota Medan dengan harga Rp, 70.000 per kg, dimana jika usaha tersebut sudah melakukan pembibitan sendiri seharusnya dapat menekan angka panen menjadi lebih besar dibandingkan proses budidaya dengan melakukan pembelian bibit ulat hongkong dari luar kota yang

mengakibatkan tingginya tingkat kematian bibit ulat hongkong tersebut, hal ini yang merupakan kelemahan dari usaha budidaya ulat hongkong tersebut.

b. Kurangnya penerapan teknologi pemasaran

Belum adanya teknologi pemasaran yang dilakukan oleh usaha budidaya ulat hongkong tersebut membuat terbatasnya jangkauan pemasaran hasil panen ulat hongkong tersebut, dimana hasil panen masih di jual di wilayah sekitar dan Propinsi Aceh saja yg berdekatan dengan Kabupaten Langkat padahal dengan adanya penerapan teknologi pemasaran seperti pemanfaat media sosial seperti facebook, instagram, shoope, dan lainnya sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran sampai seluruh penjuru Indonesia dengan begitu penjualan hasil panen ulat hongkong dapat meningkat, hal ini yang merupakan kelemahan dari usaha budidaya ulat hongkong tersebut.

c. Mahalnya bibit ulat hongkong

Harga bibit ulat hongkong sebesar Rp, 70,000 pr kg merupakan harga yang mahal atau tinggi menjadi kelemahan dalam menjalankan usaha dengan segala resiko yang cukup besar seperti rentan kematian pada saat proses pengangkutan ke lahan budidaya ulat hongkong yang ada di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat, dimana usaha budidaya ulat hongkong tersebut harusnya melakukan proses pembibitan budidaya ulat hongkong sendiri sehingga dapat menekan biaya produksi usaha budidaya ulat hongkong tersebut.

Analisis Lingkungan Eksternal Strategi “Usaha Budidaya Ulat Hongkong”.

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengevaluasi keadaan serta kejadian yang berada di luar lingkungan perusahaan. Analisis terhadap lingkungan eksternal merupakan tahap untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Identifikasi Peluang dan Ancaman

Tabel 13. Peluang dan ancaman “Usaha Budidaya Ulat Hongkong” berdasarkan faktor Internal Usaha Budidaya Ulat Hongkong

	Peluang	Ancaman
Faktor Eksternal Usaha Budidaya Ulat Hongkong	a. Tingginya minat konsumen b. Tersedianya pasar	a. Iklim dan cuaca tak menentu b. Pelaku usaha sejenis c. Tidak stabilnya biaya produksi

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2021

Dari Tabel diatas maka dapat dilihat beberapa faktor intenal peluang dan faktor ancaman usaha budidaya ulat hongkong sebagai berikut :

Peluang

- a. Tingginya minat konsumen

Minat konsumen yang tinggi terdapat pada Propinsi Aceh dimana Propinsi tersebut banyak pelaku usaha ternak burung kicau yang membutuhkan pasokan ulat hongkong untuk bahan pakan ternak mereka, Propinsi ini juga merupakan pasar tetap bagi usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat. Selain itu banyaknya pecinta burung kicau di Indonesia juga menjadi

kabar baik bagi pelaku usaha budidaya ulat hongkong tersebut dimana hal ini merupakan peluang yang dapat di manfaatkan oleh usaha budaya ulat hongkong di desa tersebut.

b. Tersedianya pasar

Tersedianya pasar bagi usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat untuk penjualan hasil panennya merupakan peluang bagi usaha tersebut terkhususnya di wilayah Kabupaten Langkat Sendiri, Aceh dan Seluruh penjuru Indonesia. Oleh karena itu pelaku usaha harus lebih jeli dalam melihat peluang yang ada dikarenakan pasar yang cukup mumpuni untuk penjualan hasil produksi usaha budidaya ulat hongkong yang terdapat di Desa Banyumas tersebut.

Ancaman

a. Iklim dan cuaca tak menentu

Iklim dan cuaca yang tak menentu menjadi ancaman besar bagi usaha budidaya ulat hongkong dimana ulat hongkong hanya mampu bertahan hidup pada kisaran 28 s/d 31 °C. Dalam proses budidaya sampai panen ulat hongkong pada usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat sering terjadi kematian ulat hongkong yang dikarenakan faktor alam. Selain itu proses pengiriman hasil panen yg sudah dibeli oleh konsumen juga sering mengalami kematian pada saat pengiriman hal ini dikarenakan faktor alam tersebut

b. Pelaku usaha sejenis

Pelaku usaha sejenis yang ada di Kota Medan juga menjadi

ancaman bagi usaha budidaya ulat hongkong yang ada di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat dimana pelaku usaha budidaya ulat hongkong dikedan lebih banyak dan besar selain itu juga sudah menerapkan pemasaran secara online yang merupakan hal yang belum dilakukan pada usaha budidaya ulat hongkong yang ada di Desa Banyumas. Oleh karena ini pelaku usaha harus lebih aktif lagi melihat bagaimana yang seharusnya dilakukan untuk menghadapi para pesaing atau pelaku usaha sejenis yaitu pelaku usaha budidaya ulat hongkong.

c. Tidak stabilnya biaya produksi

Biaya produksi yang dimiliki oleh usaha budidaya ulat hongkong yang ada di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat tidak stabil dikarenakan seringnya terjadi kematian bibit ulat hongkong pada saat pengiriman yang di beli dengan harga Rp. 70.000. Hal ini terjadi karena usaha budidaya ulat hongkong tersebut belum melakukan pembibitan ulat hongkong sendiri dalam proses budidayanya, dimana Ketika pelaku usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas melakukan pembibitan ulat hongkong maka kendala yang di hadapi Ketika biaya produksi tidak stabil tidak mempengaruhi proses berjalannya usaha budidaya ulat hongkong yang ada di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat.

Dari penjelasan berbagai faktor internal dan eksternal usaha budidaya ulat hongkong maka dapat dilakukan penentuan kuadran SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 14 sebagai berikut.

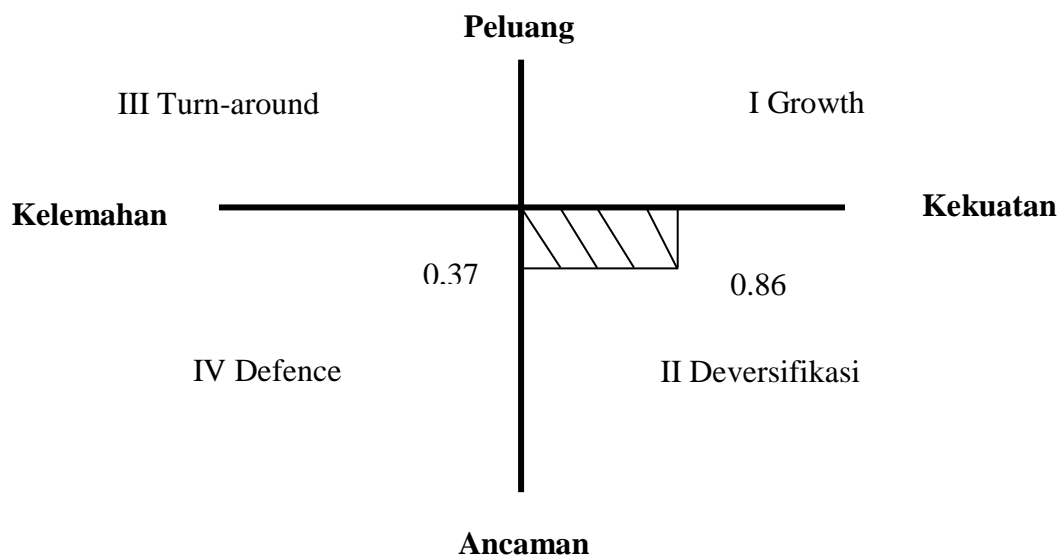
Tabel. 14. Matriks Faktor Internal dan Eksternal Pada “Usaha Budidaya Ulat Hongkong”

Faktor Internal	Bobot	Ranting	Bobot x Ranting
Kekuatan:			
Bahan pakan buat sendiri	0.21	3	0.63
Harga jual tinggi	0.15	4	0.6
Hubungan baik dengan mitra	0.13	4	0.52
Subtotal	0.49	11	1.75
Kelemahan:			
Belum melakukan pembibitan ulat hongkong	0.2	2	0.4
kurangnya penerapan teknologi pemasaran	0.18	2	0.36
mahalnya bibit ulat hongkong	0.13	1	0.13
Subtotal	0.51	5	0.89
TOTAL	1	16	2.64
Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Bobot x Ranting
Peluang:			
tingginya minat konsumen	0.15	4	0.6
tersedianya pasar	0.15	3	0.45
Subtotal	0.3	7	1.05
Ancaman:			
iklim dan cuaca tidak menentu	0.28	2	0.56
pelaku usaha sejenis	0.2	2	0.4
tidak stabilnya biaya produksi	0.23	2	0.46
Subtotal	0.71	6	1.42
TOTAL	1.01	13	2.47

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2021

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa faktor internal dengan skor tertinggi adalah Bahan pakan buat sendiri dengan nilai skor 0,63 yang merupakan kekuatan pada “Usaha Budidaya Ulat Hongkong”. Kemudian kelemahan dengan skor tertinggi belum melakukan pembibitan ulat hongkong dengan nilai skor 0,4. Sedangkan pada faktor eksternal pada peluang dengan skor tertinggi adalah tingginya minat konsumen dengan nilai skor 0,6. Dan skor tertinggi pada ancaman terdapat pada iklim cuaca tak menentu dengan nilai skor 0,56.

Dari hasil analisis dari Tabel 7 Matriks faktor internal mempunyai total nilai skor 2,64. Dan pada Tabel 0. Matriks faktor eksternal mempunyai total nilai skor 2,47. Selanjutnya nilai total skor dari masing- masing faktor dapat dirinci, kekuatan: 1,75, kelemahan: 0,89, Peluang: 1,05, ancaman: 1,42. Maka diketahui nilai dari kekuatan diatas nilai kelemahan selisih (+) 0,86 dan nilai peluang diatas nilai ancaman selisih (-) 0,37. Dari indentifikasi faktor- faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram analisis SWOT, dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar.3 Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Data Internal Dan Eksternal

Dari gambar diagram di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Usaha Budidaya Ulut Hongkong Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ulut Hongkong

Berdasarkan dari hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka dapat disusun matriks SWOT. Formulasi matriks SWOT akan memberikan berbagai alternatif strategi diantaranya strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T. Dalam perumusan matriks SWOT yang dilakukan untuk Usaha Budidaya Ulat Hongkong juga harus dapat merumuskan strategi yang dapat diterapkan kedalam Usaha Budidaya Ulat Hongkong. Analisis strategi pengembangan yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan strategi pengembangan bagi Usaha Budidaya Ulat Hongkong dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Dalam analisis SWOT yang dibuat ini terdapat beberapa strategi yang efektif untuk dijalankan yang belum pernah dilakukan oleh Usaha Budidaya Ulat Hongkong. Perumusan alternatif strategi dibuat berdasarkan persetujuan dan wawancara dengan pelaku usaha sehingga alternatif strategi yang dirumuskan dalam matriks SWOT merupakan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini. Formulasi strategi dengan menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel .

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan pakan buat sendiri 2. Harga jual tinggi 3. Hubungan baik dengan mitra 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Belum melakukan pembibitan ulat hongkong b. Kurangnya penerapan teknologi pemasaran c. Mahalnya bibit ulat hongkong
<p>Faktor eksternal</p> <p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingginya minat konsumen 2. Tersedianya pasar 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produksi ulat hongkong dengan memberikan bahan pakan yg sehat bagi ulat hongkong 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produksi ulat hongkong dengan memanfaatkan minat konsumen 2. Memberikan kenyamanan dalam transaksi jual beli ulat hongkong dengan konsumen
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iklim dan cuaca tak menentu 2. Pelaku usaha sejenis 3. Tidak stabilnya biaya produksi 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi – promosi pada penjualan ulat hongkong terkhusus pada dunia kicau mania 2. Menjalin hubungan kemitraan dengan konsumen dengan perjanjian jual beli ulat hongkong 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat pembibitan ulat hongkong guna mencegah biaya produksi tinggi 2. Memperluas pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi agar meningkatkan penjualan 3. Melakukan package yang lebih baik guna meminimalkan kematian ulat hongkong

Tabel 15. Analisis SWOT untuk Usaha Budidaya Ulat Hongkong

Dari Tabel di atas terdapat alternatif alternatif strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut. Keempat strategi tersebut dibahas lebih jelas dibawah ini.

Strategi S-O (Strength-Opportunities)

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna memaksimalkan

keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O adalah Bahan pakan buat sendiri, Harga jual tinggi serta hubungan baik dengan mitra

Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah Tingginya minat konsumen dan Tersedianya pasar dimana Strategi S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Budidaya Ulat Hongkong adalah Meningkatkan kualitas produksi ulat hongkong dengan memberikan bahan pakan yg sehat bagi ulat hongkong dengan begitu hasil produksi ulat hongkong dapat semakin meningkat dan menambah nilai ekonomi bagi pelaku usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat.

Strategi W-O (Weakness-Opportunities)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Budidaya Ulat Hongkong adalah Tingginya minat konsumen dan Tersedianya pasar. Kelemahan yang perlu di atasi adalah Belum melakukan pembibitan ulat hongkong, Kurangnya penerapan teknologi pemasaran dan mahalnya bibit ulat hongkong.. Strategi W-O yang dirumuskan dari analisis SWOT adalah optimalisasi Usaha Budidaya Ulat Hongkong dengan melakukan Meningkatkan produksi ulat hongkong dengan memanfaatkan minat konsumen, dimana tingginya minat konsumen menjadi point penting dalam budidaya ulat hongkong ketika saat produksi masal maka hasil dari produksi budidaya ulat hongkong dapat di pasarkan terhadap konsumen yang mayoritas konsumen berasal dari propinsi aceh.

Memberikan kenyamanan dalam transaksi jual beli ulat hongkong dengan konsumen karena ketika konsumen mendapatkan kenyamanan dari proses jual beli ulat hongkong maka konsumen akan timbulnya kepercayaan kepada usaha budidaya ulat hongkog yang terdapat di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat dan melakukan pembelian secara berkelanjutan ataupun menjadi langganan.

Strategi S-T (Strength-Threats)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah Bahan pakan buat sendiri, Harga jual tinggi dan Permintaan tinggi Serta ancaman yang harus dihadapi Usaha Budidaya Ulat Hongkong yaitu Iklim dan cuaca tak menentu, Pelaku usaha sejenis, dan tidak stabilnya biaya produksi. Diman Strategi S-T yang dirumuskan dari analisis SWOT untuk Usaha Budidaya Ulat Hongkong adalah Melakukan promosi – promosi pada penjualan ulat hongkong terkhusus pada dunia kicau mania karena dunia kicau mania merupakan target pasar yang cukup baik dimana terdapat banyak sekali komunitas kicau burung yang terdapat di Indonesia dengan begitu hasil produksi dari usaha budidaya ulat hongkong yang terletak di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat dapat di kenal oleh konsumen seluruh indonesia

Menjalin hubungan kemitraan dengan konsumen dengan perjanjian jual beli ulat hongkong dirasa perlu dilakukan agar dapat memiliki konsumen tetap dan mengatasi para pesaing usaha sejenis mengingat banyaknya peminat ulat

hongkong maka usaha ubidaya ulat hongkong yang terdapat di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat dapat berjalan dengan baik.

Strategi W-T (Weakness-Threats)

Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus di atasi oleh Usaha Budidaya Ulat Hongkong adalah Belum melakukan pembibitan ulat hongkong, Kurangnya penerapan teknologi pemasaran dan mahalnya bibit ulat hongkong.

. Ancaman yang harus dihindari Usaha Budidaya Ulat Hongkong adalah Iklim dan cuaca tak menentu, Pelaku usaha sejenis, dan tidak stabilnya biaya produksi. Sehingga strategi yang harus dilakukan adalah Membuat pembibitan ulat hongkong guna mencegah biaya produksi tinggi dimana ketika usaha masih belum melakukan pembibitan ulat hongkong maka pelaku usaha akan sangat sulit untuk mengontrol biaya produksi mengingat harga bibit ulat hongkong terbilang cukup mahal dengan harga Rp, 70,000/kg selain itu juga ketika tidak melakukan pembibitan sendiri, bibit ulat hongkong yang di beli lebih rentan mengalami kematian.

Memperluas pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi agar meningkatkan penjualan seperti facebook, instagram, shoope dan lain sebagainya demi menunjang penjualan ke wilayah yang lebih luas lagi mengingat hasil budidaya ulat hongkong yg terdapat di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat masih di jual di sekitaran wilayah langkat dan aceh saja.

Melakukan package yang lebih baik guna meminimalkan kematian ulat hongkong karena ketika pakage yang di gunakan untuk proses pengiriman ulat

hongkong ke konsumen tidak baik maka ulat hongkong akan mengalami kematian oleh karena itu package yang baik seperti dengan memberi lubang oksigen yang lebih banyak sangat di butuhkan pada saat proses pengiriman ulat hongkong kepada konsumen.

Tahap Keputusan Strategi dalam Analisis Matriks QSPM

Tahap selanjutnya adalah tahap pengambilan keputusan dalam menentukan prioritas strategi yang paling tepat untuk dilaksanakan oleh Usaha Budidaya Ulat Hongkong Terlebih dahulu, maka dilakukan analisis QSPM. Responden dari analisis ini adalah pelaku usaha Dengan pertimbangan pelaku usaha memiliki kekuasaan dalam pengambilan keputusan dalam penentuan strategi karena dianggap sebagai yang paling memahami Usaha Budidaya Ulat Hongkong .

Dalam membuat analisis QSPM diperlukan beberapa langkah seperti berikut ini:

1. Membuat daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan memberikan bobot pada setiap variabel sesuai dengan hasil dari kuesioner yang telah diberikan kepada responden (Lampiran 3). Pembobotan untuk setiap variabel yang ada di lingkungan internal dan eksternal menggunakan metode perbandingan berpasangan.

Nilai bobot diberi angka 1, 2, dan 3 dimana dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1 : jika indikator horisontal kurang penting dari pada indikator vertikal
- 2 : jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
- 3 : jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertikal

Menentukan bobot rata-rata dari masing-masing variabel (Lampiran 0). Bobot rata-rata diperoleh dengan cara merata-ratakan penilaian bobot dari masing-masing responden yang kemudian bobot tersebut yang dijadikan bobot perhitungan dalam masing-masing variabel.

Menetapkan nilai daya tarik (attractive score) pada masing-masing strategi dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah diperoleh pada analisis SWOT sesuai dengan hasil kuesioner yang telah diberikan pada responden (Lampiran 5).

Menghitung total nilai daya tarik (total attractive score) yang dituliskan dalam matriks QSPM dengan cara mengalikan bobot dari setiap variabel dengan nilai (AS) pada masing-masing strategi (Lampiran 5). Nilai daya tarik merupakan ketertarikan responden yang merupakan pemegang keputusan tertinggi di Usaha Budidaya Ulut Hongkong terhadap alternatif strategi yang dirumuskan. Nilai ketertarikan dilihat dari variabel-variabel yang diperoleh di analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Strategi dengan nilai (TAS) terbesar merupakan strategi prioritas yang cocok untuk direkomendasikan kepada Usaha Budidaya Ulut Hongkong Berdasarkan dari hasil QSPM pada Lampiran 5 maka dapat dilihat hasil dari analisis matriks SWOT menghasilkan alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T yang kemudian dihitung nilai daya tariknya berdasarkan pendapat dari responden. Penjabaran dari hasil strategi-strategi tersebut berdasarkan hasil analisis QSPM adalah sebagai berikut :

1. Membuat pembibitan ulat hongkong guna mencegah biaya produksi tinggi (TAS = 6,82)

2. Memperluas pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi agar meningkatkan penjualan (TAS = 6,97)
3. Melakukan package yang lebih baik guna meminimalkan kematian ulat hongkong (TAS = 7,48)
4. Meningkatkan produksi ulat hongkong dengan memanfaatkan minat konsumen (TAS = 7,53)
5. Memberikan kenyamanan dalam transaksi jual beli ulat hongkong dengan konsumen (TAS = 6)
6. Meningkatkan kualitas produksi ulat hongkong (TAS = 7,60)
7. Melakukan promosi pada penjualan ulat hongkong terkhusus pada dunia kicau mania (TAS = 7,20)
8. Menjalin hubungan kemitraan dengan konsumen dengan perjanjian jual beli ulat hongkong yang saling menguntungkan (TAS = 6,84)

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka alternatif strategi yang menjadi prioritas Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dimilikinya adalah strategi S-O dengan Meningkatkan kualitas produksi ulat hongkong.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Potensi ekonomi yang dimiliki usaha budidaya ulat hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat dapat dilihat dari usaha yang dimiliki dimana pelaku usaha melakukan proses pemberian pakan ulat hongkong dengan bahan pakan buatan sendiri. Tingginya permintaan juga merupakan komponen penting dalam menjalankan usaha budidaya ulat hongkong yang dimana hal ini disebabkan oleh banyaknya pecinta burung kicau atau yang biasa di sebut dengan julukan “Kicau Mania” yang menakibatkan harga jual ulat hongkong cukup tinggi berkisar Rp. 100.000 s/d Rp. 130.000 per kg
2. Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal Usaha Budidaya Ulat Hongkong terdapat tiga kekuatan yaitu Bahan pakan buat sendiri, Harga jual tinggi serta hubungan baik dengan mitra serta lingkungan eksternal Usaha Budidaya Ulat Hongkong terdapat peluang yaitu Tingginya minat konsumen dan Tersedianya pasar. Selain itu Analisis matriks QSPM strategi dengan nilai TAS terbesar pada strategi S-O yaitu Meningkatkan kualitas produksi ulat hongkong.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa pengembangan sangat penting pengaruhnya dalam suatu usaha, oleh karena itu saran yang dapat diberikan untuk Usaha Budidaya Ulat Hongkong adalah sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan kegiatan pemasarannya sesuai dengan prioritas alternatif strategi yang telah dirumuskan.
- 2) Lebih mengenalkan keberadaan Usaha Budidaya Ulat Hongkong kepada masyarakat sesuai dengan prioritas alternatif strategi yang telah dirumuskan.
- 3) Dapat mengimplementasikan alternatif strategi yang telah dirumuskan Usaha Budidaya Ulat Hongkong agar alternatif strategi dapat dijalankan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri Nur, dkk, 2019. Pemanfaatan sampah organik sebagai media pakan larva *Tenebrio molitor* (ulat hongkong). *Jurnal pendidikan Biologi*, ISSN: 2528-5726. Universitas Ahmad Dahlan.
- Bagus Harianto, 2018. *Budidaya Ulat Hongkong dan Ulat Jerman*, Malang: UD Multi Cahaya
- Dewi, A.T., 2018. Analisis Strategi Pemasaran Bouquet Bunga (Skripsi). Medan: Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- David, FR. 2010. *Manajemen Strategis : Konsep*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Farida, dkk, 2017. Peningkatan Produksi Ulat Hongkong di Peternak Rakyat Desa Patihan , Blitar Melalui Teknologi Modifikasi Ruang Menggunakan Exhaust dan Termometer Digital Otomatis. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, Vol 1 No 2: 39-48, 2017. Universitas Tribhuwana Tungadewi.
- Hanafiah., dan Suhana. 2010. *Konsep Strategi Pembelajaran*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ikhwanto, Effri Arif, 2018. *Mencetak Uang dengan Ulat Jerman*, Malang: UD Multi Cahaya
- Ismail, S., dan Saleh, Y., 2015. Strategi Pengembangan Koperasi Unit Desa (KUD) Berkat Telaga Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* Vol. 2 No. 4, April-Juni 2015. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo.
- John A.Pearce II, 2014. *Manajemen strategi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Masta, Hermawati, 2006. Analisis Manajemen Strategis PT. Anggrek Persada Indah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Anggrek Dendrobium (Skripsi). Bogor: Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Mulyadi Nitisusantro, 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta
- Prof.Dr.Sondang P, 2012. *Manajemen stratejik* ,Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Partosoedjono,S. 1985. Mengenal Serangga. Bogor: Agromedia.
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building
- Rachmat, 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Susanto, 2014. *Manajemen Strategi Komprehensif*, Jakarta: Erlangga dan Bumi Aksara

Sukiman, 2012. *Pengembangan Media Pembelajaran*, Jakarta: Kencana

Suryono. A., Dkk., 2013. Strategi Pengembangan Primer Koperasi Studi di Primer Koperasi Produsen Tempe Dan tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol 1, No.2, hal. 257-264. Universitas Brawijaya Malang.

Sugiyono, 2016. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*", ALFABETA, Bandung.

Lampiran 1. Karakteristik Sampel (Responden)

No	Indikator	Keterangan
1	Nama	Jumaidi
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Status	Menikah
4	Alamat	Desa banyumas
5	Usia	38
6	Pendidikan Terakhir	SMA
7	Pekerjaan	Penyuluh Pertanian
8	Jumlah Tanggungan	3

Lampiran 2. Penentuan Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat

Cara membaca perbandingan dimulai dari variabel pada baris 1 (huruf cetak miring) terhadap kolom 1 (huruf cetak tegak), lalu variabel pada baris 2 terhadap kolom 1, dan seterusnya secara konsisten.

Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2 dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

1 : jika indikator horisontal kurang penting daripada indikator vertikal

2 : jika indikator horisontal sama penting dibandingkan indikator vertikal

3 : jika indikator horisontal lebih penting dibanding indikator vertical

Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	Total	Bobot
(A)		3	3	1	3	3	13	0.21
(B)	1		3	1	3	1	9	0.15
(C)	1	1		1	3	2	8	0.13
(D)	3	3	1		2	3	12	0.20
(E)	1	3	3	2		2	11	0.18
(F)	1	2	3	1	1		8	0.13
							61	1

Keterangan

Kekuatan

- a. Bahan pakan buat sendiri
- b. Harga jual tinggi
- c. Hubungan baik dengan mitra

Kelemahan

- d. Belum melakukan pembibitan ulat hongkong
- e. Kurangnya penerapan teknologi pemasaran
- f. Mahalnya bibit ulat hongkong

Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	Total	Bobot
(A)		2	1	1	2	6	0.15
(B)	2		1	2	1	6	0.15
(C)	3	3		3	2	11	0.28
(D)	3	2	1		2	8	0.20
(E)	2	3	2	2		9	0.23
Total						40	1

Keterangan

Peluang

- a. Tingginya minat konsumen
- b. Tersedianya pasar

Ancaman

- a. Iklim dan cuaca tak menentu
- b. Pelaku usaha sejenis
- c. Tidak stabilnya biaya produksi

Lampiran 3. Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Strategi Internal dan Eksternal Usaha Budidaya Ulat Hongkong di Desa Banyumas Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat

Strategi Internal & Eksternal		Faktor - faktor strategi internal & Eksternal	Responden	Jumlah
Strength	S1	Bahan pakan buat sendiri	3	3
	S2	Harga jual tinggi	4	4
	S3	permintaan tinggi	4	4
Weaknes	W1	Belum melakukan pembibitan ulat hongkong	2	2
	W2	kurangnya penerapan teknologi pemasaran	2	2
	W3	mahalnya bibit ulat hongkong	1	1
Opportunity	O1	tingginya minat konsumen	4	4
	O2	tersedianya pasar	3	3
Threats	T1	iklim dan cuaca tidak menentu	2	2
	T2	pelaku usaha sejenis	2	2
	T3	tidak stabilnya biaya produksi	2	2

Lampiran 4. Matriks Quantytative Strategic Planing Matriks (QSPM)

Fakto Kunci		Bobot	Matriks QSPM															
			STRATEGI 1		STRATEGI 2		STRATEGI 3		STRATEGI 4		STRATEGI 5		STRATEGI 6		STRATEGI 7		STRATEGI 8	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS		TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan	Bahan pakan buat sendiri	0.21	3.00	0.63	3.00	0.63	4.00	0.84	3.00	0.63	3.00	0.63	3.00	0.63	4.00	0.84	3.00	0.63
	Harga jual tinggi	0.15	4.00	0.60	4.00	0.60	4.00	0.60	3.00	0.45	3.00	0.45	4.00	0.60	4.00	0.60	4.00	0.60
	permintaan tinggi	0.13	4.00	0.52	4.00	0.52	4.00	0.52	4.00	0.52	3.00	0.39	4.00	0.52	3.00	0.39	3.00	0.39
Kelemahan	Belum melakukan pembibitan ulat hongkong	0.2	3.00	0.60	3.00	0.60	4.00	0.80	4.00	0.80	3.00	0.60	4.00	0.80	3.00	0.60	3.00	0.60
	kurangnya penerapan teknologi pemasaran	0.18	3.00	0.54	4.00	0.72	4.00	0.72	4.00	0.72	3.00	0.54	4.00	0.72	4.00	0.72	4.00	0.72
	mahalnya bibit ulat hongkong	0.13	4.00	0.52	4.00	0.52	3.00	0.39	4.00	0.52	3.00	0.39	4.00	0.52	4.00	0.52	3.00	0.39
Peluang	tingginya minat konsumen	0.15	4.00	0.60	4.00	0.60	4.00	0.60	4.00	0.60	3.00	0.45	4.00	0.60	4.00	0.60	3.00	0.45
	tersedianya pasar	0.15	4.00	0.60	3.00	0.45	4.00	0.60	3.00	0.45	3.00	0.45	4.00	0.60	4.00	0.60	3.00	0.45
Ancaman	iklim dan cuaca tidak menentu	0.28	4.00	1.12	3.00	0.84	4.00	1.12	4.00	1.12	3.00	0.84	4.00	1.12	3.00	0.84	4.00	1.12
	pelaku usaha sejenis	0.2	2.00	0.40	4.00	0.80	3.00	0.60	4.00	0.80	4.00	0.80	4.00	0.80	4.00	0.80	4.00	0.80
	tidak stabilnya biaya produksi	0.23	3.00	0.69	3.00	0.69	3.00	0.69	4.00	0.92	2.00	0.46	3.00	0.69	3.00	0.69	3.00	0.69
Jumlah				6.82		6.97		7.48		7.53		6.00		7.60		7.20		6.84

Lampiran 5. Data Pemasaran Ulat Hongkong Tahun 2018-2020

DATA PENJUALAN ULAT HONGKONG									
TAHUN 2018									
BULAN		JUMLAH (KG)	HARGA/kg	TOTAL	BULAN		UMLAH (KG)	HARGA/kg	TOTAL
Januari	Minggu ke 1	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000	Juli	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 2	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000		Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 3	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000		Minggu ke 3	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000
	Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 4	100	Rp 110.000	Rp 11.000.000
Februari	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000	Agustus	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 3	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
	Minggu ke 4	250	Rp 130.000	Rp 32.500.000		Minggu ke 4	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
Maret	Minggu ke 1	250	Rp 130.000	Rp 32.500.000	September	Minggu ke 1	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
	Minggu ke 2	250	Rp 130.000	Rp 32.500.000		Minggu ke 2	180	Rp 110.000	Rp 19.800.000
	Minggu ke 3	200	Rp 120.000	Rp 24.000.000		Minggu ke 3	180	Rp 110.000	Rp 19.800.000
	Minggu ke 4	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000		Minggu ke 4	150	Rp 120.000	Rp 18.000.000
April	Minggu ke 1	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000	Oktober	Minggu ke 1	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000
	Minggu ke 2	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000		Minggu ke 2	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000
	Minggu ke 3	150	Rp 120.000	Rp 18.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 4	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000		Minggu ke 4	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
Mei	Minggu ke 1	100	Rp 110.000	Rp 11.000.000	November	Minggu ke 1	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 3	250	Rp 110.000	Rp 27.500.000
	Minggu ke 4	200	Rp 130.000	Rp 26.000.000		Minggu ke 4	250	Rp 110.000	Rp 27.500.000
Juni	Minggu ke 1	200	Rp 130.000	Rp 26.000.000	Desember	Minggu ke 1	250	Rp 120.000	Rp 30.000.000
	Minggu ke 2	200	Rp 120.000	Rp 24.000.000		Minggu ke 2	200	Rp 130.000	Rp 26.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 3	200	Rp 130.000	Rp 26.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 4	200	Rp 130.000	Rp 26.000.000

DATA PENJUALAN ULAT HONGKONG									
TAHUN 2019									
BULAN		JUMLAH (KG)	HARGA/kg	TOTAL	BULAN		JUMLAH (KG)	HARGA/kg	TOTAL
Januari	Minggu ke 1	150	Rp 120.000	Rp 18.000.000	Juli	Minggu ke 1	180	Rp 130.000	Rp 23.400.000
	Minggu ke 2	100	Rp 120.000	Rp 12.000.000		Minggu ke 2	180	Rp 130.000	Rp 23.400.000
	Minggu ke 3	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 3	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000
	Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 4	150	Rp 120.000	Rp 18.000.000
Februari	Minggu ke 1	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000	Agustus	Minggu ke 1	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000
	Minggu ke 2	200	Rp 120.000	Rp 24.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 3	200	Rp 130.000	Rp 26.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 4	180	Rp 130.000	Rp 23.400.000		Minggu ke 4	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
Maret	Minggu ke 1	180	Rp 130.000	Rp 23.400.000	September	Minggu ke 1	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 2	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000		Minggu ke 2	250	Rp 130.000	Rp 32.500.000
	Minggu ke 3	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000		Minggu ke 3	250	Rp 130.000	Rp 32.500.000
	Minggu ke 4	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000		Minggu ke 4	250	Rp 120.000	Rp 30.000.000
April	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000	Oktober	Minggu ke 1	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 2	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 3	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 4	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000
Mei	Minggu ke 1	250	Rp 130.000	Rp 32.500.000	November	Minggu ke 1	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000
	Minggu ke 2	250	Rp 130.000	Rp 32.500.000		Minggu ke 2	150	Rp 110.000	Rp 16.500.000
	Minggu ke 3	250	Rp 120.000	Rp 30.000.000		Minggu ke 3	100	Rp 110.000	Rp 11.000.000
	Minggu ke 4	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000		Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
Juni	Minggu ke 1	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000	Desember	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 2	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000		Minggu ke 2	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
	Minggu ke 3	150	Rp 120.000	Rp 18.000.000		Minggu ke 3	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000
	Minggu ke 4	150	Rp 130.000	Rp 19.500.000		Minggu ke 4	200	Rp 110.000	Rp 22.000.000

DATA PENJUALAN ULAT HONGKONG									
TAHUN 2020									
BULAN		JUMLAH (KG)	HARGA/kg	TOTAL	BULAN		JUMLAH (KG)	HARGA/kg	TOTAL
Januari	Minggu ke 1	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000	Juli	Minggu ke 1	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
Februari	Minggu ke 1	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000	Agustus	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 4	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
Maret	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000	September	Minggu ke 1	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 4	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
April	Minggu ke 1	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000	Oktober	Minggu ke 1	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 4	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
Mei	Minggu ke 1	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000	November	Minggu ke 1	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 4	300	Rp 110.000	Rp 33.000.000
Juni	Minggu ke 1	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000	Desember	Minggu ke 1	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000
	Minggu ke 2	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 2	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000
	Minggu ke 3	300	Rp 130.000	Rp 39.000.000		Minggu ke 3	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000
	Minggu ke 4	300	Rp 120.000	Rp 36.000.000		Minggu ke 4	300	Rp 100.000	Rp 30.000.000

Lampiran 6. Data Permintaan Ulat Hongkong Tahun 2018-2020

DATA PERMINTAA ULAT HONGKONG					
TAHUN 2018					
BULAN		JUMLAH (KG)	BULAN		JUMLAH (KG)
Januari	Minggu ke 1	150	Juli	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	150		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	150		Minggu ke 3	150
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	100
Februari	Minggu ke 1	300	Agustus	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	200
	Minggu ke 4	250		Minggu ke 4	200
Maret	Minggu ke 1	250	September	Minggu ke 1	200
	Minggu ke 2	250		Minggu ke 2	180
	Minggu ke 3	200		Minggu ke 3	180
	Minggu ke 4	200		Minggu ke 4	150
April	Minggu ke 1	200	Oktober	Minggu ke 1	150
	Minggu ke 2	150		Minggu ke 2	150
	Minggu ke 3	150		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	150		Minggu ke 4	300
Mei	Minggu ke 1	100	November	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	250
	Minggu ke 4	200		Minggu ke 4	250
Juni	Minggu ke 1	200	Desember	Minggu ke 1	250
	Minggu ke 2	200		Minggu ke 2	200
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	200
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	200

DATA PERMITAAN ULAT HONGKONG					
TAHUN 2019					
BULAN		JUMLAH (KG)	BULAN		JUMLAH (KG)
Januari	Minggu ke 1	150	Juli	Minggu ke 1	180
	Minggu ke 2	100		Minggu ke 2	180
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	150
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	150
Februari	Minggu ke 1	200	Agustus	Minggu ke 1	150
	Minggu ke 2	200		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	200		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	180		Minggu ke 4	300
Maret	Minggu ke 1	180	September	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	150		Minggu ke 2	250
	Minggu ke 3	150		Minggu ke 3	250
	Minggu ke 4	150		Minggu ke 4	250
April	Minggu ke 1	300	Oktober	Minggu ke 1	200
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	200
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	200
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	150
Mei	Minggu ke 1	250	November	Minggu ke 1	150
	Minggu ke 2	250		Minggu ke 2	150
	Minggu ke 3	250		Minggu ke 3	100
	Minggu ke 4	200		Minggu ke 4	300
Juni	Minggu ke 1	200	Desember	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	200		Minggu ke 2	200
	Minggu ke 3	150		Minggu ke 3	200
	Minggu ke 4	150		Minggu ke 4	200

DATA PERMINTAAN ULAT HONGKONG					
TAHUN 2020					
BULAN		JUMLAH (KG)	BULAN		JUMLAH (KG)
Januari	Minggu ke 1	300	Juli	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	300
Februari	Minggu ke 1	300	Agustus	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	300
Maret	Minggu ke 1	300	September	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	300
April	Minggu ke 1	300	Oktober	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	300
Mei	Minggu ke 1	300	November	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	300
Juni	Minggu ke 1	300	Desember	Minggu ke 1	300
	Minggu ke 2	300		Minggu ke 2	300
	Minggu ke 3	300		Minggu ke 3	300
	Minggu ke 4	300		Minggu ke 4	300