

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN  
KERAPU (*Epinephelus sp.*) PADA KERAMBA JARING APUNG  
(STUDI KASUS: DESA PULAU KAMPAI, KECAMATAN  
PANGKALAN SUSU, KABUPATEN LANGKAT)**

**S K R I P S I**

Oleh:

**ANNISA**

**NPM : 1504300232**

**Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN  
KERAPU (*Epinephelus sp.*) PADA KERAMBA JARING APUNG  
(STUDI KASUS: DESA PULAU KAMPAI, KECAMATAN  
PANGKALAN SUSU, KABUPATEN LANGKAT)

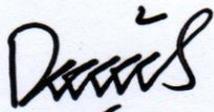
SKRIPSI

Oleh :

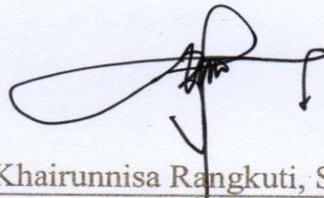
ANNISA  
1504300232  
AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing



Desi Novita, S.P., M.Si.  
Ketua



Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.  
Anggota

Disahkan Oleh :  
Dekan



Ir. Hj. Asritana M.P.

Tanggal Lulus : 07-08-2020

## PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Annisa

NPM : 1501300232

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu (*Epinephelus sp.*) pada Keramba Jaring Apung di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu 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 penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Agustus 2020

Yang menyatakan



  
Annisa

## RINGKASAN

**ANNISA** (1504300232/AGRIBISNIS) dengan judul skripsi “**Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu (*Epinephelus sp.*) pada Keramba Jaring Apung**”. Penelitian ini dilakukan di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat. Penelitian ini dibimbing oleh Ibu **Desi Novita, S.P., M.Si** sebagai ketua komisi pembimbing dan Ibu **Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si** sebagai anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pada usaha budidaya ikan kerapu dan untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan pada usaha budidaya ikan kerapu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal lalu menyusun faktor-faktor strategi dengan matriks SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi Agresif yang berfokus pada strategi SO (Strength – Opportunities). Strategi ini memaksimalkan dan memanfaatkan kekuatan dan peluang dengan baik untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman. Total skor untuk internal yaitu 0,741 yang merupakan selisih dari kekuatan (skor 1,798) dan kelemahan (skor 1,057). Untuk eksternal yaitu 0,742 yang merupakan selisih dari peluang (skor 1,776) dan ancaman (skor 1,024).

## SUMMARY

**ANNISA** (1504300232 / AGRIBUSINESS) with the title of thesis "**Strategy of Grouper (*Epinephelus* sp.) Cultivation Business Development in Floating Net Cages**". This research was conducted in the village of Pulau Kampai, Pangkalan Susu, Langkat Regency. This research was guided by Mrs. **Desi Novita, S.P., M.Si** as the head of the supervisory commission and Mrs. **Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si** as a member of the supervisory commission.

This research was conducted with the aim of knowing the internal and external factors in the grouper cultivation business and to determine the development strategy carried out in the grouper cultivation business. The method used in this research is descriptive analysis method by identifying internal and external factors and then compiling strategic factors with a SWOT matrix.

Based on the research results, it can be concluded that the strategy used is an aggressive strategy that focuses on the SO (Strength - Opportunities) strategy. This strategy maximizes and makes good use of strengths and opportunities to minimize weaknesses and threats. The total score for internal is 0.741, which is the difference between strengths (score 1.798) and weaknesses (score 1.057). For externals, it is 0.742 which is the difference between opportunities (score 1.776) and threats (score 1.024).

## RIWAYAT HIDUP

**Annisa** lahir di Medan, 14 November 1997. Anak ketiga dari tiga bersaudara dari ayahanda Irwansyah dan ibunda Hamidah. Pendidikan formal yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pada Tahun 2003 Masuk Sekolah Dasar (SD) Yaitu SD Negeri No.050757 Alur Dua dan Lulus Pada Tahun 2009.
2. Pada Tahun 2009 Masuk Sekolah Menengah Pertama (SMP) Yaitu SMP Negeri 1 Babalan Pangkalan Brandan dan Lulus Pada Tahun 2012.
3. Pada Tahun 2012 Masuk Sekolah Menengah Atas (SMA) Yaitu SMA Negeri 1 Brandan Barat dan Lulus Pada Tahun 2015.
4. Pada Tahun 2015 Diterima Sebagai Mahasiswa Pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Pada Tahun 2015 Mengikuti Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru (PKKMB).
6. Pada Tahun 2015 Mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA).
7. Pada Tahun 2018 Bulan Januari – Februari Tahun 2018 Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk (LONSUM) Bungara Estate.
8. Pada Mei 2019 Melaksanakan Peneletian dengan Judul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu (*Epinephelus sp.*) Pada Keramba Jaring Apung di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ayahanda Irwansyah dan Ibunda Hamidah tersayang yang telah memberikan dukungan berupa do'a dan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi. Serta Ibunda Malara Tina, S.Pd tersayang dan teristimewa, yang telah memberikan dukungan berupa do'a, semangat, materi, moral dan memberikan kasih sayang kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nenek tersayang dari penulis Hj. Nursiah yang selalu memberikan dukungan berupa doa, semangat, dan kasih sayang kepada penulis.
3. Kedua kakak kembar tersayang dari penulis, Ayudiya dan Ayuazura yang juga memberikan semangat.
4. Ibu Desi Novita, S.P., M.Si selaku Ketua Dosen Pembimbing Skripsi Agribisnis.
5. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si selaku Anggota Dosen Pembimbing Skripsi Agribisnis dan Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.
6. Ibu Ir. Hj. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Biro Fakultas Pertanian yang membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.

8. Sahabat tersayang dan seperjuangan Beller Uwu yaitu Abak, Biring, dan Mardiah yang telah memberikan semangat, motivasi, bantuan, dan menghibur ketika sedang susah.
9. Teman penulis Nadiah yang memberikan bantuan berupa tempat singgah dikala sedang butuh tempat beristirahat di sekitar kampus. Dan terima kasih juga untuk Shabrina yang selalu sedia memberikan informasi seputar perskripsian.
10. Teman-teman Agribisnis 6 tersayang yang telah memberikan banyak semangat dan memberikan motivasi.
11. Untuk kucing tersayang dari penulis Yelly yang selalu menemani bergadang untuk mengerjakan skripsi.
12. Terima kasih kepada IKON, X1 dan para lelaki tampan korea lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat kepada penulis melalui karyanya.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad Sallallahu ‘Alaihi Wasallam. Skripsi ini digunakan untuk memenuhi suatu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Studi Strata (S1) Fakultas Pertanian di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul penelitian ini, yang berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu (*Epinephelus sp.*) pada Keramba Jaring Apung”** di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga pembaca pada umumnya. Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Medan, Agustus 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>ii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Perumusan Masalah.....	4
Tujuan Penelitian.....	4
Kegunaan Penelitian .....	4
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
Kerapu ( <i>Epinephelus sp.</i> ).....	6
Keramba Jaring Apung .....	7
Strategi Pengembangan .....	8
Analisis SWOT .....	9
Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.....	11
Penelitian Terdahulu.....	12
Kerangka Pemikiran .....	15
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
Metode Penelitian.....	17
Metode Penelitian Lokasi Penelitian .....	17
Metode Penentuan Sampel.....	17
Metode Pengumpulan Data.....	18
Metode Analisis Data .....	18
Definisi dan Batasan Operasional .....	24
<b>DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
Gambaran Singkat Kabupaten Langkat .....	26

Letak Geografis dan Luas Wilayah .....	26
Gambaran Umum Secara Demografis .....	27
Letak dan Luas Daerah Pulau Kumpai .....	27
Sarana dan Prasarana Umum .....	29
Penggunaan Lahan .....	29
Karakteristik Sampel .....	30
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
Faktor Internal.....	32
Faktor Eksternal .....	35
Mengidentifikasi Faktor Internal dengan Matriks IFAS .....	38
Mengidentifikasi Faktor Eksternal dengan Matriks EFAS .....	40
Kuadran SWOT.....	44
Matriks SWOT .....	47
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
Kesimpulan .....	54
Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi Perikanan Budidaya .....	1
2.	IFAS (Internal Factors Analysis Strategy).....	20
3.	EFAS (Eksternal Factors Analysis Strategy) .....	21
4.	Matriks SWOT .....	23
5.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pekerjaan .....	28
7.	Sarana dan Prasarana Umum .....	29
8.	Luas Wilayah Menurut Jenis Penggunaan Lahan .....	29
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	31
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berbudidaya .....	31
13.	Matriks Internal Factor Analysis Strategy (IFAS) .....	39
14.	Matriks Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS) .....	41
15.	Penggabungan Matriks IFAS dan Matriks EFAS .....	43
16.	Matriks SWOT .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran .....	16
2.	Diagram Analisis SWOT .....	22
3.	Matriks Posisi SWOT .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Bobot Internal .....	57
2.	Bobot Eksternal.....	58
3.	Rating Internal.....	59
4.	Rating Eksternal .....	60
5.	Kuesioner Penelitian.....	61

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Subsektor perikanan di Indonesia memiliki peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi negara baik secara nasional maupun regional dan cukup potensial untuk dikembangkan. Indonesia yang memiliki sumberdaya perikanan dan kelautan yang cukup luas sudah selayaknya dapat menjadikan negara ini sebagai pemasok hasil perikanan di dunia. Jenis budidaya perikanan yang masih memiliki peluang yang cukup untuk dikembangkan yaitu budidaya perikanan. Dapat dilihat dari tabel di bawah ini bahwasanya produksi perikanan budidaya yang ada di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tabel 1. Produksi Perikanan Budidaya

Tahun	Produksi (Ton)
2015	3.221.912
2016	3.799.008
2017	4.332.357
2018	5.601.305

*Sumber : Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), 2018*

Industri perikanan di Indonesia yang awalnya didominasi oleh perikanan tangkap yaitu hanya mengandalkan hasil tangkapan di laut dikhawatirkan akan menimbulkan dampak lingkungan yang tidak seimbang, seperti terjadinya *over fishing* sehingga kelestarian sumber daya perikanan akan terus menurun. Untuk menjaga kelestarian sumber daya lautan, perikanan budidaya merupakan langkah strategis yang harus terus dikembangkan, sebab selain akan menghasilkan produksi yang terus meningkat dan kontinu, kelestarian sumber daya lautan juga akan tetap terjaga. Salah satu budidaya perikanan yang memiliki prospek usaha yang cukup baik untuk dikembangkan adalah budidaya ikan kerapu.

Ikan kerapu hasil budidaya memiliki keunggulan dibandingkan dengan hasil tangkapan langsung di laut. Keunggulannya yaitu ukuran ikan yang seragam, memungkinkan pembudidaya untuk memanen ikan pada saat ukuran panen/konsumsi yang memiliki nilai ekonomis paling tinggi dan mempunyai daging yang lezat, bergizi tinggi dan mengandung asam lemak tak jenuh. Lalu pasokan ikan kerapu hasil budidaya dapat terus menerus ada karena dapat diatur masa penanaman dan masa panen sesuai dengan kebutuhan pembudidaya/pasar. Budidaya ikan dengan keramba jaring apung merupakan bentuk/sistem kurungan yang banyak sekali dipakai dan bentuk serta ukurannya bervariasi sesuai dengan tujuan penggunaannya. Kata keramba jaring apung bisa dinamakan untuk menamai wadah pemeliharaan ikan yang terbuat dari jaring yang dibentuk segi empat dan diapungkan ke dalam permukaan air menggunakan pelampung dan kerangka kayu, bambu serta besi penjangkaran. Se jauh ini keramba jaring apung merupakan yang paling baik untuk budidaya ikan secara intensif dibandingkan cara lain dikarenakan perawatan pada keramba jaring apung lebih mudah dilakukan.

Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis tinggi serta peluang pasar dalam dan luar negeri yang sangat baik. Hal ini didukung oleh peningkatan permintaan pasar luar negeri terhadap konsumsi ikan hidup dikarenakan adanya perubahan selera konsumen dari ikan mati atau beku beralih ke ikan dalam keadaan hidup. Ikan kerapu sudah menjadi menu istimewa di hotel dan restoran terkemuka, baik di Indonesia, Hongkong, Taiwan, Jepang, dan negara lainnya. Permintaan pasar internasional akan ikan kerapu yang terus meningkat memberikan peluang besar bagi Indonesia untuk meningkatkan hasil produksinya.

Salah satu wilayah yang mempunyai kontribusi dalam produksi ikan kerapu yaitu di desa Pulau Kampai yang terletak di Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat. Budidaya ikan kerapu pada keramba jaring apung di desa Pulau Kampai ini merupakan bidang usaha yang masih baru (kurang dari lima tahun) yang bernaung di PT. SBM (PT. Sumatera Budidaya Marine). Budidaya ini bahkan sudah di ekspor ke pasar luar negeri tepatnya di Hongkong. Hasil budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai ini menghasilkan sekitar 20-30 ton per sekali panen untuk diekspor dan dapat meraup keuntungan hingga puluhan juta rupiah.

Dalam kasus ini peneliti melihat meskipun ikan kerapu yang dihasilkan ini memiliki nilai jual yang cukup tinggi namun dalam operasionalnya memerlukan biaya yang cukup besar, salah satunya hasil dari penjualan akan dibayarkan untuk membayar hutang dari membeli bibit ikan kerapu. Dan juga untuk produksi ikan kerapu ini memerlukan waktu yang cukup lama karena waktu panennya yakni antara enam sampai delapan bulan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan oleh petani kerapu sehingga budidaya ini tetap berjalan dengan baik dengan melihat dari faktor internal dan eksternal yang ada, sehingga peneliti melakukan penelitian ini dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu (*Epinephelus sp.*) pada Keramba Jaring Apung” di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat.

### **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat?
2. Bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat.

### **Kegunaan Penelitian**

1. Untuk memberikan masukan terhadap petani ikan kerapu dalam mengembangkan usahanya.
2. Dapat menambah wawasan bagi penulis dalam penerapan ilmu yang diperoleh pada saat proses perkuliahan dengan objek permasalahan yang diteliti.

3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti lainnya ataupun bagi pihak lain yang membutuhkan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Kerapu (*Epinephelus sp.*)**

Menurut Saanin dalam Amina 2017, secara taksonomi ikan kerapu dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom	: <i>Animalia</i>
Filum	: <i>Chordata</i>
Kelas	: <i>Actinopterygii</i>
Ordo	: <i>Perciformes</i>
Famili	: <i>Serranidaed</i>
Genus	: <i>Epinephelus</i>
Spesies	: <i>Epinephelus sp.</i>

Ikan kerapu (*Epinephelus sp.*) merupakan ikan asli air laut yang hidup diberbagai habitat tergantung dari jenisnya. Kebanyakan tinggal di terumbu karang dan sekitarnya, meskipun adapula yang hidup di pantai sekitar muara sungai, daerah berlumpur, berpasir, ataupun daerah yang dasar perairannya merupakan campuran antara patahan karang dan pasir. Ikan kerapu ditemukan diperairan pantai Indo-Pasifik sebanyak 110 spesies dan di perairan Filipina dan Indonesia sebanyak 46 spesies yang tercakup ke dalam 7 genus diantaranya *Aethaloperca*, *Anyperodon*, *Cephalopholis*, *Chromileptes*, *Epinephelus*, *Plectropomus*, dan *Variola*. Dari tujuh genus tersebut umumnya hanya genus *Chromileptes*, *Epinephelus*, dan *Plectropomus* yang termasuk komersial untuk pasar internasional (Amina, 2017).

Ikan kerapu tergolong dalam *serranidae*. Tubuhnya tertutup oleh sisik-sisik kecil. Memiliki ciri-ciri berbadan kekar, berkepala besar dan bermulut lebar. Seluruh tubuhnya ditutupi oleh sisik-sisik kecil. Pada pinggiran operculum bergerigi dan terdapat duri pada operculum tersebut. Dua sirip punggungnya yang pertama berbentuk duri-duri jarang berpisah. Semua jenis kerapu mempunyai tiga duri pada sirip dubur dan tiga duri pada pinggiran operculum. Ikan kerapu dikenal sebagai predator atau piscivorous yaitu pemangsa jenis ikan-ikan kecil, plankton hewani (zooplankton), udang-udangan, invertebrata dan hewan-hewan kecil lainnya (Setianto, 2013).

### **Keramba Jaring Apung**

Keramba jaring apung adalah suatu sarana yang menggunakan jaring untuk sarana pembiakan. Kata keramba jaring apung bisa dinamakan untuk menamai wadah pemeliharaan ikan yang terbuat dari jaring yang dibentuk segi empat dan diapungkan ke dalam permukaan air menggunakan pelampung dan kerangka kayu, bambu serta besi penjangkaran. Pembiakan ikan pada keramba jaring apung biasanya dilakukan di laut ataupun di air tawar seperti danau atau waduk dan kedalaman air yang dibutuhkan untuk keramba biasanya cukup dalam di mana kedalaman tersebut tidak tersedia di media air tawar lain seperti sungai atau tambak. Pengembangan budidaya ikan kerapu dengan keramba jaring apung menjadi alternatif untuk mengatasi kendala peningkatan produksi nelayan. Yang paling penting dengan pengembangan usaha ini yaitu bahwa harga jual produksi dari tahun ke tahun semakin baik dan sangat prospektif. Selain itu dengan adanya budidaya keramba jaring apung ini produksi ikan dapat dipasarkan dalam keadaan

hidup dimana untuk pasaran ekspor ikan hidup nilainya lebih mahal hingga mencapai 10 kali lipat dari pada ekspor ikan segar (Sayuti, 2014).

### **Strategi Pengembangan**

Strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Perencanaan strategi merupakan proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah terus menerus mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan. Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industry adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan (Nadhiroh, 2017).

Michael Porter mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Pendapat lain mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target). Strategi dapat pula dinyatakan sebagai suatu pola pendekatan bagi manajemen guna meraih keberhasilan dan kesuksesan. Dalam pembuatan strategi harus meninjau berbagai hal seperti adanya perubahan kondisi eksternal dan internal (Khair, 2016).

Menurut Rangkuti (2014) strategi dapat dikelompokkan atas tiga tipe, yaitu :

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

3. Strategi Bisnis

Strategi ini juga disebut dengan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen seperti strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan

pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan begitu perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2014).

Menurut David dalam Novianto 2017, berikut adalah penjelasan dari analisis SWOT :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut meliputi fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan penting seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

#### 4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi yang diinginkan oleh perusahaan.

Tujuan dari analisis SWOT yaitu untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan membuat kelemahan itu menjadi suatu kekuatan, serta mencoba menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang. Maka perlu diidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dalam merumuskan strategi serta mewujudkan visi dan misinya. Jika perusahaan menjalankan analisis SWOT untuk menyelesaikan masalah yang ada, maka hal tersebut bisa dijadikan dasar dalam membuat keputusan atau jawaban agar permasalahan dapat berjalan dengan baik (Jazuli, 2016).

#### **Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal**

Analisis lingkungan internal merupakan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah pada kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang terdapat dalam perusahaan. Perubahan pada lingkungan internal yang terjadi di dalam perusahaan dapat diawasi dikarenakan masih berada di dalam lingkungan perusahaan. Analisis lingkungan internal meliputi beberapa fungsi yang mendukung kelancaran aktivitas perusahaan, fungsi tersebut diantaranya produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen.

Analisis lingkungan eksternal merupakan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang mengarah pada peluang (*opportunities*) dan ancaman

(*threats*) produksi operasi yang berada di luar perusahaan. Lingkungan eksternal seperti persaingan, ekonomi, teknologi, informasi, politik, tuntutan konsumen, gangguan suplai, regulasi pemerintah, suku bunga, perubahan nilai tukar, budaya dan juga kondisi sosial yang dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Lingkungan eksternal harus lebih dicermati karena merupakan keadaan yang sulit untuk diprediksi (Khair, 2016).

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ditulis oleh Rismawan (2017) yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pendederan Ikan Gurami (*Osphronemus Gouramy*) studi kasus di Kelompok Mina Mukti Desa Sukatali Kecamatan Situraja Kabupaten Sumedang. Penelitian ini bertujuan menganalisis alternatif strategi bisnis yang dapat digunakan oleh pihak Kelompok Mina Mukti berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal kegiatan usaha ikan Gurami (*Osphronemus gouramy*). Metode yang digunakan adalah metode survey. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Parameter yang dianalisis adalah perumusan strategi bisnis ikan gurami yang dilakukan melalui tiga tahapan yaitu matriks EFE, matriks IFE, dan matriks SWOT. Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) utama yang dimiliki oleh Kelompok Mina Mukti adalah lokasi dan wilayah Mina Mukti yang strategis (skor 0,302), dan tidak dapat memenuhi permintaan yang tinggi (skor 0,213). Faktor eksternal (peluang dan ancaman) terbesar yang dimiliki oleh Kelompok Mina Mukti adalah kepercayaan pemasok dan permintaan ikan Gurami yang tinggi dengan nilai yang sama (skor 0,319), dan serangan hama dan penyakit (skor 0,273). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi Kelompok Mina Mukti berada pada kuadran I

dengan kordinat (2,615 : 2,922). Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, berupa (1) Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produksi, (2) Menambah jumlah kolam baru untuk meningkatkan kuantitas produksi ikan Gurami, (3) Meningkatkan kuantitas produksi ikan Gurami menggunakan induk yang berkualitas, dan (4) Meningkatkan dan menjaga loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu ditulis oleh Widagdo (2016) yang berjudul Strategi Pengembangan Budidaya Pembesaran Ikan Lele (*Clarias Sp.*) di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. Potensi usaha budidaya ikan lele di Gunung Pati mempunyai prospek baik karena sebagian besar penduduknya membudidayakan ikan lele dan memiliki luas wilayah sebesar 54,11 km<sup>2</sup> dengan luas areal budidaya yang ada sekitar 12,56 Ha. Konsumsi ikan lele yang semakin meningkat merupakan peluang untuk pengembangan budidaya pembesaran ikan lele. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi budidaya pembesaran ikan lele (*Clarias sp.*), untuk mengetahui potensi pasar budidaya pembesaran ikan lele (*Clarias sp.*), serta untuk mengetahui strategi pengembangan budidaya pembesaran ikan lele (*Clarias sp.*) di Kecamatan Gunung Pati Semarang. Metode pengambilan data yang digunakan adalah metode wawancara dan metode distribusi kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi budidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang dengan menggunakan metode semi intensif dapat dikembangkan dengan adanya potensi lahan yang tersedia dan Sumber Daya Manusia yang mendukung. Produksi

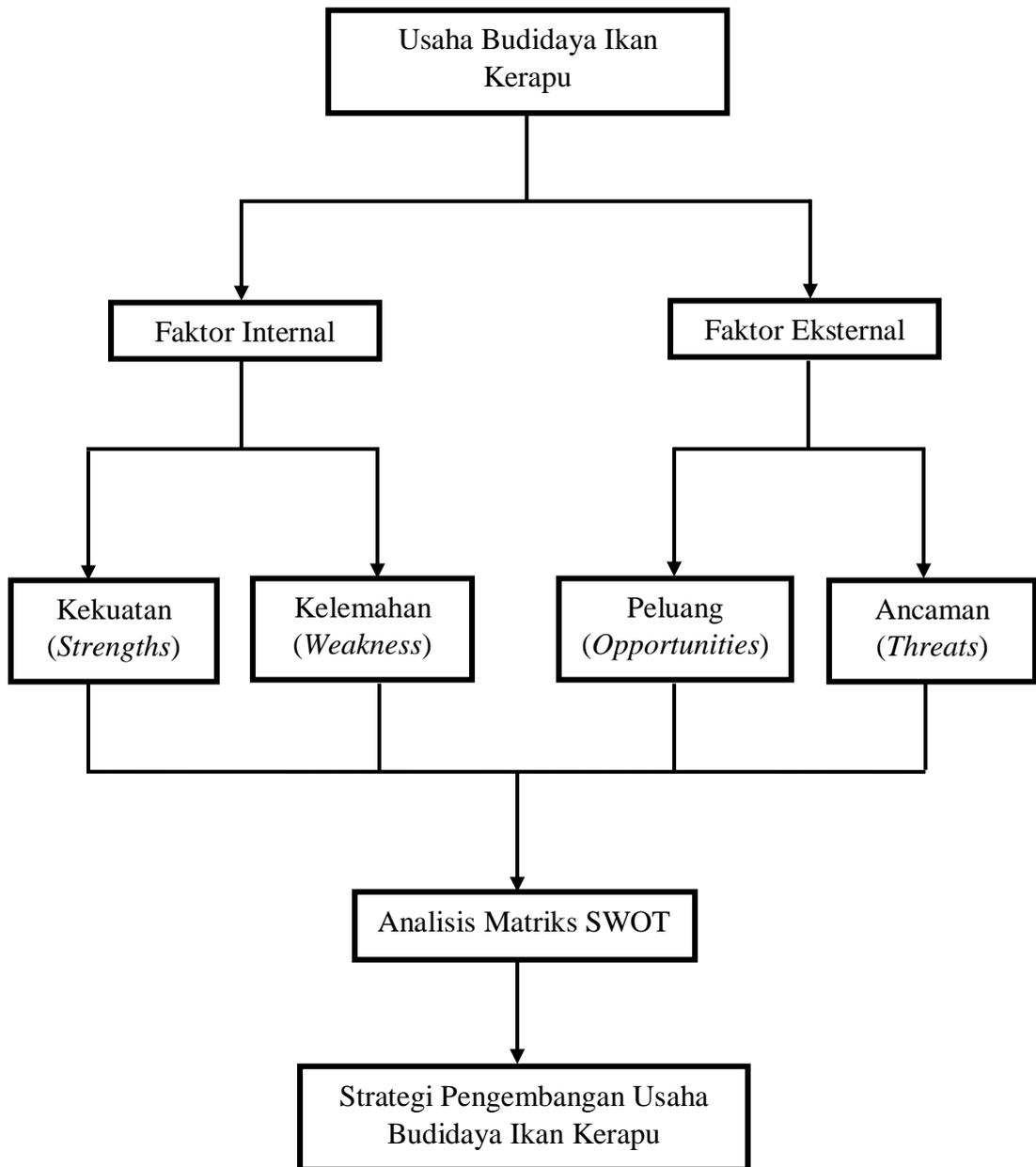
budidaya memberikan hasil 27 ton/tahun, luas lahan yang masih tersedia 5,35 Ha, potensi pasar pada tahun 2015 mencapai 355,8 ton/tahun. Berdasarkan analisis faktor internal, kekuatan terbesar yaitu luas lahan budidaya (0,42) dan analisis faktor eksternal yaitu luas lahan di kecamatan Gunung Pati (0,41). Alternatif strategi yang tepat adalah SO (*Strengths-Opportunities*) dengan skor 3,93 dan kuadran SWOT berada pada posisi I yaitu agresive dimana menggunakan kekuatan dan peluang yang dimanfaatkan untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman. Kesimpulan yang diperoleh bahwa potensi budidaya pada pembesaran ikan lele di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang cukup baik dengan menggunakan metode semi intensif; potensi pasar di Kecamatan Gunung Pati cukup tinggi karena konsumsi ikan lele meningkat; potensi pengembangan budidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Gunung Pati memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman dan kemungkinan dapat mengembangkan usaha budidaya pembesaran ikan lele untuk menjaga kontinuitas produksi; strategi yang digunakan yaitu strategi SO dengan memanfaatkan kebijakan pemerintah dalam pengembangan budidaya pembesaran ikan lele dan mengoptimalkan pemanfaatan lahan yang tersedia untuk meningkatkan hasil produksi.

Penelitian terdahulu ditulis oleh Sri Ayu Kurniati dan Jumanto (2017) yang berjudul Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) Karakteristik pengusaha dan profil usaha ikan nila, 2) Strategi pengembangan usaha ikan nila. Penelitian ini menggunakan metode survei di Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi dengan jumlah responden

60 orang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif analisis SWOT. Hasil penelitian menyatakan bahwa karakteristik pengusaha rata-rata berumur 49 tahun, lama pendidikan hanya 6 tahun, pengalaman berusaha ikan sekitar 4-8 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga umumnya 4 jiwa. Skala usaha umumnya skala kecil yang dikelola oleh pengusaha sendiri, dengan jumlah modal awal dan penggunaan tenaga kerja sedikit. Strategi pengembangan usaha ikan nila menyatakan bahwa usaha ini berada pada kuadran ketiga sehingga dapat menjalankan strategi WO, diantaranya memberikan gambaran tentang usaha ikan nila kepada pihak terkait agar mendapat penyaluran kredit, memperluas jangkauan pemasaran dengan cara meningkatkan kualitas produk ikan nila yang dihasilkan, meningkatkan promosi produk unggulan untuk memenuhi permintaan pasar, dan memberikan bonus pada karyawan jika penjualan produksi meningkat untuk menambah semangat kerja.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran operasional usaha budidaya ikan kerapu dimulai dari mengidentifikasi permasalahan yang ada. Untuk menyelesaikan masalah yang ada maka perlu diketahui dan diidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada pada usaha budidaya ikan kerapu tersebut. Setelah itu maka akan diketahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha budidaya ikan kerapu melalui analisis matriks SWOT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi apa yang paling tepat dan bisa digunakan oleh usaha budidaya ikan kerapu dalam memasarkan usahanya dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang ada di dalam usaha tersebut. Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan melihat langsung ke lapangan yaitu pada usaha budidaya ikan kerapu dikarenakan studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu, atau fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah penelitian lain.

### Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat terdapat beberapa usaha budidaya ikan kerapu sehingga memudahkan peneliti dalam mencari responden untuk diteliti serta dengan pertimbangan waktu dan kemampuan peneliti.

### Metode Penentuan Sampel

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, *sampling purposive*, sampling jenuh dan *snowball*. Responden yang akan diteliti yaitu enam pembudidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat. Oleh karena itu peneliti akan menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik sampling jenuh adalah teknik

penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Ini digunakan jika jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil (Sugiyono, 2016).

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan untuk penelitian ini didapatkan dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan menggunakan kuisioner yang diisi oleh responden ataupun dengan wawancara. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi literatur, instansi atau perusahaan, ataupun buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif yaitu dengan wawancara langsung kepada pedagang. Untuk menganalisis tujuan penelitian yaitu menyusun strategi pengembangan usaha dilakukan tiga tahapan diantaranya:

1. Tahap mengidentifikasi faktor-faktor internal dengan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*).

Langkah - langkah dalam menentukan nilai faktor internal adalah sebagai berikut:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut

kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).

- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 2. IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT RATING	X	KOMENTAR
KEKUATAN					
KELEMAHAN					
TOTAL					

2. Tahap mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dengan matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Langkah - langkah dalam menentukan nilai faktor eksternal adalah sebagai berikut:

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor

pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

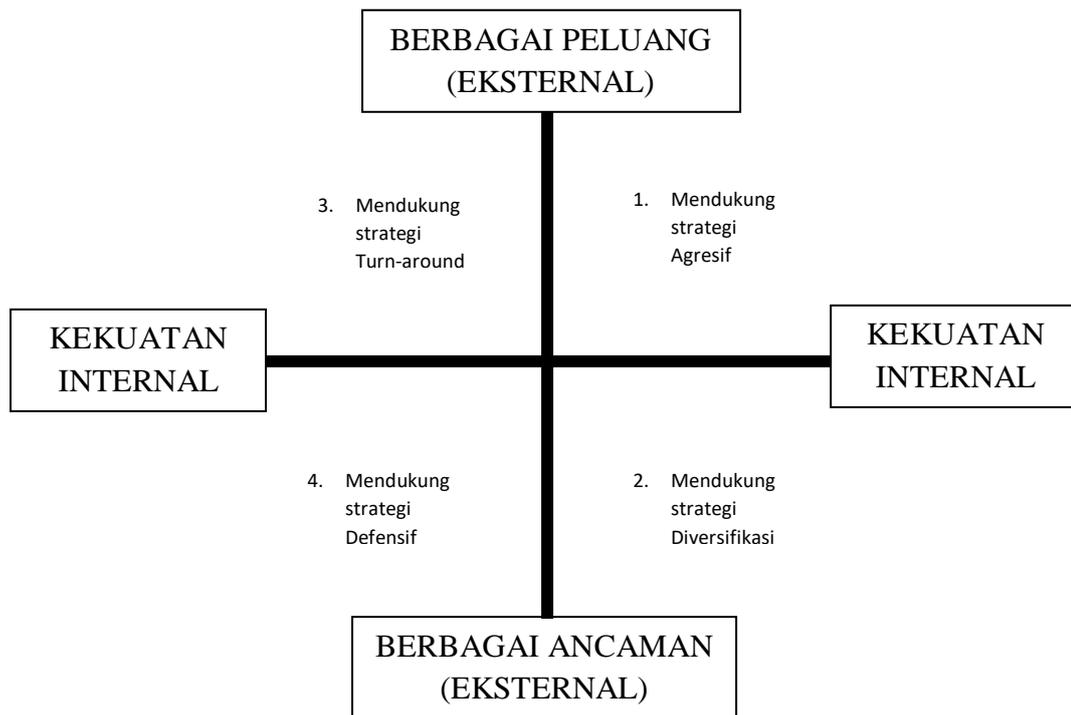
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT RATING	X	KOMENTAR
PELUANG					
ANCAMAN					
TOTAL					

### 3. Tahap Analisis Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2014), kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

**Kuadran 1:** Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented 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 cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

**Kuadran 3:** Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-

masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi adalah dengan matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang terdapat di lingkungan eksternal serta kekuatan dan kelemahan yang terdapat di lingkungan internal perusahaan.

Tabel 4. Matriks SWOT

	<b>STRENGTHS (S)</b>	<b>WEAKNESS (W)</b>
<b>IFAS</b>	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>		
<b>OPPORTUNITIES (O)</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREATS (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	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 untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam 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.

### **Definisi dan Batasan Operasional**

1. Lokasi yang akan dilakukan penelitian terdapat di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat.
2. Responden adalah petani ikan kerapu.
3. Keramba jaring apung adalah suatu sarana yang menggunakan jaring untuk sarana pembiakan.
4. Strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut.
5. Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang terdiri dari kekuatan

(*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

6. Kekuatan (*Strengths*) adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan.
7. Kelemahan (*Weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan.
8. Peluang (*Opportunities*) adalah situasi penting yang dapat menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
9. Ancaman (*Threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi yang diinginkan oleh perusahaan.

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Gambaran Singkat Kabupaten Langkat**

Kabupaten Langkat adalah sebuah Kabupaten yang terletak di Sumatera Utara, Indonesia yang berada di dataran tinggi Bukit Barisan. Secara geografis berbatasan dengan :

- Sebelah Utara dan Selat Malaka : Kabupaten Aceh Tamiang  
(Provinsi NAD)
- Sebeah Selatan : Kabupaten Karo
- Sebelah Timur : Kabupaten Deli Serdang
- Sebelah Barat : Kabupaten Aceh Tenggara

Kabupaten Langkat memiliki 23 Kecamatan dan 240 desa serta 37 kelurahan dengan Ibukotanya adalah Stabat, dengan luas 6.272 km<sup>2</sup> atau sekitar 8,74% dari luas Provinsi Sumatera Utara yang mencapai 7.168.000 Ha dan jumlah penduduknya 1.028.309 jiwa, Kecamatan Pangkalan Susu termasuk dalam bagian dari Kabupaten Langkat.

### **Letak Geografis dan Luas Wilayah Kecamatan Pangkalan Susu**

Kecamatan Pangkalan Susu terletak antara 4°06'46,56" Lintang Utara dan 98°13'03,18" Bujur Timur dan terletak 6 meter di atas permukaan laut. Luas wilayah Kecamatan Pangkalan Susu 15.135 Ha yang berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Selat Malaka dan Kec. Pematang Jaya
- Sebelah Selatan : Kec. Besitang dan Kec. Brandan Barat
- Sebelah Barat : Kec. Pematang Jaya
- Sebelah Timur : Selat Malaka

Wilayah Kecamatan Pangkalan Susu terdiri dari 11 Desa yaitu Pangkalan Siata, Sei Meran, Alur Cempedak, Paya Tampak, Sei Siur, Tanjung Pasir, Pintu Air, Beras Basah, Bukit Jengkol, Pulau Sembilan, dan Pulau Kampai.

### **Letak dan Luas Daerah Desa Pulau Kampai**

Secara geografi Pulau Kampai terletak di bagian Utara Selat Malaka di suatu teluk yaitu Teluk Aru yang menjadi tempat bermuaranya sejumlah sungai dari daratan Pulau Sumatera antara lain Sungai Besitang, Sungai Salahaji, dan Sungai Serangjaya. Pulau Kampai terpisahkan secara alami dari Pulau Sumatera oleh selat sempit yang berupa Sungai Serangjaya. Tepat di Selatannya terdapat Pulau Sembilan yang juga terletak di kawasan Teluk Aru. Diperlukan moda transportasi air untuk mencapai Pulau Kampai dari Pelabuhan Pangkalan Susu yang terletak di sisi Selatan Teluk Aru, selama sekitar 45 menit menggunakan perahu bermotor hingga mencapai dermaga Pulau Kampai yang terletak di sisi Selatan pulau. Luas wilayah yang dimiliki Pulau Kampai sekitar 42,42 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sebanyak 4.306 jiwa.

### **Gambaran Umum Secara Demografis**

Penduduk merupakan indikator penting dari perkembangan dan pembangunan suatu wilayah, sehingga laju pertumbuhan penduduk perlu diperhatikan dengan baik. Keadaan penduduk menurut jenis kelamin di desa Pulau Kampai dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Pulau Kampai

Tahun	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
2017	2.196	2.110	4.306

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah total penduduk di desa Pulau Kampai sebanyak 4.306 jiwa dengan laki-laki 2.196 jiwa dan perempuan 2.110 jiwa. Berikut jumlah penduduk berdasarkan tingkat pekerjaan di desa Pulau Kampai :

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pekerjaan di Desa Pulau Kampai

No.	Pekerjaan	Jumlah
1.	Pertanian	562
2.	Industri/Kerajinan	31
3.	PNS dan ABRI	41
4.	Perdagangan	83
5.	Angkutan	36
6.	Buruh	178
7.	Lainnya	-

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat*

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pekerjaan yang paling banyak ada pada bidang pertanian yaitu sebanyak 562 orang dan yang kedua yaitu sebagai buruh sebanyak 178 orang.

### Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana yang terdapat di desa Pulau Kampai dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Sarana dan Prasarana di Desa Pulau Kampai

No.	Sarana dan Prasarana	Unit
1.	Pendidikan	
	a. SD	4
	b. SLTP/Sederajat	1
	c. SLTA/Sederajat	1
2.	Kesehatan	
	a. Pustu	1
	b. Poskesdes	1
	c. Posyandu	5
3.	Tempat Ibadah	
	a. Mesjid	6
	b. Musholla	3
	c. Gereja	2
Jumlah		24

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat*

Dari tabel 7 terlihat bahwa terdapat 24 unit sarana dan prasarana yang ada di desa Pulau Kampai yang terdiri dari 6 unit sekolah, 7 unit sarana kesehatan, dan 11 unit tempat ibadah.

### Penggunaan Lahan

Desa Pulau Kampai memiliki total lahan sebesar 4242 Ha dengan perincian penggunaan lahan sebagai berikut :

Tabel 8. Luas Wilayah Menurut Jenis Penggunaan Lahan

Lahan	Luas Lahan (Ha)
Sawah	850
Bukan Sawah	2524
Non Pertanian	868
Jumlah	4242

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penggunaan lahan paling besar yaitu pada lahan bukan sawah sebanyak 2524 Ha dari jumlah keseluruhan lahan yang ada yaitu 4242 Ha.

## Karakteristik Sampel

### a. Jenis Kelamin

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	6	100
2.	Perempuan	-	-
Jumlah		6	100

*Sumber : Data diolah 2019*

Analisis dilakukan terhadap 6 orang responden, dilihat dari tabel di atas pada karakteristik sampel berdasarkan jenis kelamin dari 6 orang responden tersebut terdiri dari 6 orang laki-laki.

### b. Usia

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1.	30-40	2	33
2.	40-50	4	67
Jumlah		6	100

*Sumber : Data diolah 2019*

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 30-40 tahun sebanyak 2 orang (33%) dan yang berusia 40-50 tahun sebanyak 4 orang (67%). Data responden di atas menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak berada direntang umur 40-50 tahun.

### c. Pendidikan

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tidak Sekolah	1	17
2.	SD/Sederajat	2	33
3.	SMP/Sederajat	-	-
4.	SMA/Sederajat	2	33
5.	S1	1	17
Jumlah		6	100

*Sumber : Data diolah 2019*

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa responden yang tidak bersekolah terdapat 1 orang (17%), SD/ sederajat sebanyak 2 orang (33%), SMA/ sederajat sebanyak 2 orang (33%) dan tingkat pendidikan S1 terdapat 1 orang (17%).

### d. Pengalaman

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berbudidaya

No.	Lamanya Berbudidaya (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1.	1-3	2	33
2.	3-6	4	67
Jumlah		6	100

*Sumber : Data diolah 2019*

Karakteristik responden berdasarkan pengalaman berbudidaya menunjukkan bahwa lamanya responden berbudidaya dalam rentang 1-3 tahun sebanyak 2 orang (33%) dan dalam rentang 3-6 tahun sebanyak 4 orang (67%).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini akan dipaparkan secara jelas bagaimana faktor internal dan eksternal dan bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya ikan kerapu yang ada di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu.

### **Faktor Internal**

Analisis faktor internal ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu. Berikut penjelasan dari faktor internal yang telah diteliti :

#### Kekuatan

Kekuatan yang ada pada usaha budidaya ikan kerapu adalah sebagai berikut :

1. Produksi ikan kerapu sudah diekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT. SBM

Dengan adanya ekspor ini menjadikan sebuah keuntungan tersendiri bagi petani ikan kerapu yang sebelumnya hanya seorang nelayan yang menjual hasil tangkapannya disekitar pasar domestic. Permintaan dan minat negara luar akan ikan kerapu yang dihasilkan dari dalam negeri menjadikan harga ikan kerapu juga tinggi dan itu akan lebih menguntungkan bagi petani kerapu.

2. Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan.

Hal ini dapat menguntungkan bagi para petani kerapu dikarenakan pemeliharaan di keramba jaring apung ini minim resiko, tidak perlu

pengolahan tanah, tingkat produktivitasnya tinggi, serta tidak memerlukan pengelolaan air yang khusus sehingga dapat menekan input biaya produksi.

3. Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM

Dengan adanya pelanggan tetap maka para petani ikan kerapu tidak perlu merasa khawatir lagi untuk mencari pembeli ikan kerapu yang mereka sediakan.

4. Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kampai merupakan lokasi yang strategis.

Penempatan keramba jaring apung di desa Pulau Kampai berada di lingkungan yang lebih mendukung, dikarenakan lokasi keramba petani kerapu tidak jauh dari pelabuhan muat singgah tempat kapal pengangkut ikan dari Hongkong berlabuh yaitu di Pulau Sembilan.

5. Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas.

Menghasilkan kualitas ikan yang baik adalah suatu keharusan bagi setiap petani kerapu. Maka dari itu petani harus lebih menjaga kebersihan keramba dan memberikan pakan yang sesuai untuk menghasilkan ikan yang bagus. Harga ikan yang mahal harus sebanding dengan kualitas ikan yang nantinya akan diberikan kepada konsumen.

6. Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu

Transportasi tak kalah penting bagi para petani kerapu dikarenakan itu akan memudahkan untuk pengangkutan ikan serta untuk mencari pakan ke

laut. Mereka yang memiliki boat sendiri dapat mencari pakan sendiri ke laut yang membuat mereka dapat menghemat biaya produksi.

#### Kelemahan

Kelemahan yang ada pada usaha budidaya ikan kerapu adalah sebagai berikut :

1. Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM  
Surat perjanjian sangat dibutuhkan untuk setiap membuat suatu keputusan kerjasama, yang biasanya berisi aturan dan perjanjian bagi kedua belah pihak dan dapat dijadikan bukti jika suatu saat ada timbul permasalahan.
2. Petani kerapu hanya mengandalkan bibit yang diberikan oleh PT.SBM.  
Dikarenakan para petani belum ada yang dapat menghasilkan bibit ikan kerapu sendiri, maka mereka hanya bergantung pada bibit yang diberikan oleh PT.SBM tersebut.
3. Petani kerapu tidak memakai bantuan alat teknologi dalam proses pemeliharaan.  
Untuk membudidayakan ikan kerapu yang dilakukan mulai dari membersihkan keramba, proses pemanenan dan pengangkutan para pembudidaya masih mengerjakan secara manual (tenaga manusia) tanpa bantuan suatu alat tertentu.
4. Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan  
Sebagian petani kerapu hanya menjadikan ini pekerjaan sampingan dikarenakan mereka yang sudah dari awal memiliki pekerjaan tetap. Hal itu dapat mengakibatkan pemeliharaan ikan kerapu yang tidak maksimal.
5. Petani kerapu masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM.

Bibit ikan kerapu diperoleh dari PT. SBM (Sumatera Budidaya Marine) untuk dibudidayakan oleh para petani ikan kerapu. Ketika ikan kerapu tersebut sudah terjual maka hasil penjualan diberikan sebagian kepada perusahaan tersebut. Pembagian hasil yang dilakukan antara pembudidaya dan perusahaan ditentukan sesuai dengan kemampuan masing-masing dari pembudidaya tersebut.

6. Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru

Jika para petani ikan kerapu ingin memperluas area kerambanya agar menghasilkan produksi ikan kerapu yang lebih banyak, itu akan membutuhkan modal yang besar. Mulai dari membeli papan untuk membuat kerangka kerambanya, membeli drum sebagai alat untuk mengapungkan keramba, baut, jaring, serta upah tenaga kerja untuk membuat keramba tersebut.

### **Faktor Eksternal**

Analisis faktor eksternal ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa peluang dan ancaman yang ada pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu. Berikut penjelasan dari faktor eksternal yang telah diteliti :

#### **Peluang**

Peluang yang ada pada usaha budidaya ikan kerapu adalah sebagai berikut :

1. Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kampai untuk keramba para petani kerapu.

Ketersediaan lahan yang luas di pesisir desa Pulau Kampai dapat memudahkan para petani kerapu untuk berbudidaya dan menambah keramba ikan kerapu dalam mengembangkan usahanya yang akan menambah hasil produksi.

2. Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu  
Dengan adanya kepercayaan dan loyalitas yang diberikan pelanggan terhadap petani kerapu menunjukkan bahwa mereka memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan ikan kerapu berkualitas tinggi. Karena adanya rasa saling percaya antara petani kerapu dan pelanggan membuat pelanggan akan kembali membeli ikan kerapu tersebut.
3. Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor  
Dikarenakan ikan kerapu termasuk ikan yang memiliki harga yang mahal dan hanya dikonsumsi masyarakat menengah ke atas, maka dengan adanya peningkatan konsumsi tersebut berarti ada banyak peminat dari ikan kerapu dan dapat menjadi peluang bagi orang yang ingin memiliki usaha tersebut.
4. Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu  
Untuk pemberian pakan ikan kerapu, petani hanya memberikan ikan kerapu tersebut berupa ikan rucah. Beberapa petani mencari pakan tersebut ke laut untuk menghemat biaya produksi.
5. Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi pada pasar ekspor  
Ikan kerapu adalah jenis ikan yang digemari oleh pecinta seafood dan ikan kerapu dikenal dengan rasa dagingnya yang lezat. Ikan kerapu yang

diproduksi dari perairan Indonesia ini menjadi favorit konsumen luar negeri karena ikan yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik yang membuat permintaan akan ikan kerapu meningkat.

6. Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor

Para petani menjual ikan kerapu dalam keadaan hidup agar konsumen dapat menikmatinya dalam kondisi segar. Pada pasar luar negeri biasanya nilai penjualannya lebih besar dibandingkan penjualan di pasar lokal. Maka dari itu dapat meningkatkan keuntungan bagi para petani.

### Ancaman

Ancaman yang ada pada usaha budidaya ikan kerapu adalah sebagai berikut :

1. Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi

Cuaca dan iklim yang tidak menentu mengakibatkan kualitas ikan yang dihasilkan kurang baik.

2. Dampak limbah terhadap lingkungan

Lingkungan yang tercemar oleh limbah bisa mengakibatkan makhluk hidup disekitar lingkungan tersebut mati. Jika perairan tempat budidaya ikan kerapu tersebut tercemar maka ikan-ikan tersebut tidak akan hidup bertahan lama dan dapat mempengaruhi kualitas dari ikan kerapu.

3. Persaingan antar petani kerapu

Persaingan yang terjadi antar pembudidaya dapat dilihat dari seberapa luas keramba yang dimiliki untuk budidaya ikan kerapu dan hasil produksi. Pembudidaya yang memiliki keramba yang lebih luas akan mempengaruhi jumlah ikan kerapu yang diproduksi.

4. Serangan hama dan penyakit pada ikan

Jika ikan terserang hama dan penyakit maka nantinya akan berpengaruh pada hasil produksinya. Ikan yang dihasilkan juga tidak akan bagus.

5. Keamanan di sekitar area keramba

Di area sekitar keramba juga perlu diperhatikan keamanannya. Para pembudidaya biasanya akan tinggal di rumah jaga untuk memperhatikan keamanan di sekitar area keramba.

6. Peran Pemerintah dalam usaha budidaya

Peran Pemerintah sangat diperlukan dalam kegiatan usaha budidaya ini khususnya pada hal ekspor dikarenakan semua kegiatan ekspor barang membutuhkan perizinan dari Pemerintah.

### **Mengidentifikasi Faktor Internal dengan Matriks IFAS**

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan matriks Internal Factor Analysis Strategy (IFAS). Untuk menentukan bobot dan rating yaitu dari hasil wawancara dengan petani kerapu. Dan untuk penilaian skor kalikan rata-rata bobot dengan rata-rata rating.

Tabel 13. Matriks *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS) Usaha Budidaya Ikan Kerapu

Strategi Internal	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai	
Strength (Kekuatan)	S1	Produksi ikan kerapu yang sudah di ekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT.SBM	0,104	4	0,416
	S2	Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan	0,083	3,33	0,276
	S3	Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM	0,090	3,33	0,299
	S4	Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kampai merupakan lokasi yang strategis	0,076	3	0,228
	S5	Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas	0,083	3	0,249
	S6	Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu	0,090	3,67	0,330
<b>Jumlah</b>				<b>1,798</b>	
Weakness (Kelemahan)	W1	Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM	0,087	1,83	0,159
	W2	Petani kerapu hanya mengandalkan bibit yang diberikan oleh PT.SBM	0,083	2	0,166
	W3	Petani kerapu tidak memakai bantuan teknologi dalam proses pemeliharaan	0,062	2,83	0,175
	W4	Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan	0,069	2,67	0,184
	W5	Petani kerapu masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM	0,083	2,16	0,179
	W6	Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru	0,090	2,16	0,194
<b>Jumlah</b>				<b>1</b>	
<b>Total</b>				<b>2,855</b>	

Sumber : Data diolah 2019

Dapat diketahui dari tabel di atas perhitungan hasil matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) menerangkan bahwa total nilai faktor sebesar 2,855 dengan nilai kekuatan sebesar 1,798 dan nilai kelemahan sebesar 1,057 dengan kata lain nilai kekuatan lebih besar dari nilai kelemahan. Hal ini menerangkan bahwa posisi internal usaha budidaya ikan kerapu dapat memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan internalnya.

### **Mengidentifikasi Faktor Eksternal dengan Matriks EFAS**

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan matriks *Eksternal Factor Analysis Strategy* (EFAS). Untuk menentukan bobot dan rating yaitu dari hasil wawancara dengan petani kerapu. Dan untuk penilaian skor kalikan rata-rata bobot dengan rata-rata rating.

Tabel 14. Matriks *Eksternal Factor Analysis Strategy* (EFAS) Usaha Budidaya Ikan Kerapu

Strategi Eksternal	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai	
Opportunities (Peluang)	O1	Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kampai untuk keramba para petani kerapu	0,107	4	0,428
	O2	Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu	0,089	3,16	0,281
	O3	Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor	0,085	3	0,255
	O4	Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu	0,093	3	0,279
	O5	Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi di pasar ekspor	0,085	3	0,255
	O6	Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor	0,085	3,16	0,268
<b>Jumlah</b>				<b>1,766</b>	
Threats (Ancaman)	T1	Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi	0,064	2,67	0,170
	T2	Dampak limbah terhadap lingkungan	0,064	2	0,128
	T3	Persaingan antar petani kerapu	0,089	2	0,178
	T4	Serangan hama dan penyakit	0,093	2,16	0,200
	T5	Keamanan disekitar area keramba	0,068	2,83	0,192
	T6	Peran Pemerintah dalam usaha budidaya	0,078	2	0,156
<b>Jumlah</b>				<b>1,024</b>	
<b>Total</b>				<b>2,79</b>	

Sumber : Data diolah 2019

Dapat diketahui dari tabel di atas perhitungan hasil matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*) menerangkan bahwa total nilai faktor sebesar 2,79 dengan nilai peluang sebesar 1,766 dan nilai ancaman sebesar 1,024 dengan kata lain nilai peluang lebih besar dari nilai ancaman. Hal ini menerangkan bahwa posisi eksternal usaha budidaya ikan kerapu dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman eksternalnya.

Dari hasil tersebut, maka dapat dipastikan bahwa usaha budidaya ikan kerapu ini berada diposisi Strategi Agresif. Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dalam analisis SWOT dikarenakan kekuatan yang diperoleh usaha tersebut didapat dari memanfaatkan peluang yang ada. Strategi dalam kondisi ini mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi agresif ini mendominankan pada strategi SO, yaitu menggunakan kekuatan dan peluang. Dari segi internal kekuatan lebih besar dari kelemahan dapat dilihat dari hasil perhitungannya yaitu nilai kekuatan sebesar 1,798 dan nilai kelemahan 1,057. Kemudian dari segi eksternal peluang lebih besar dari pada ancaman dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu nilai peluang sebesar 1,766 dan nilai ancaman sebesar 1,024.

Tabel 15. Penggabungan Matriks IFAS dan Matriks EFAS

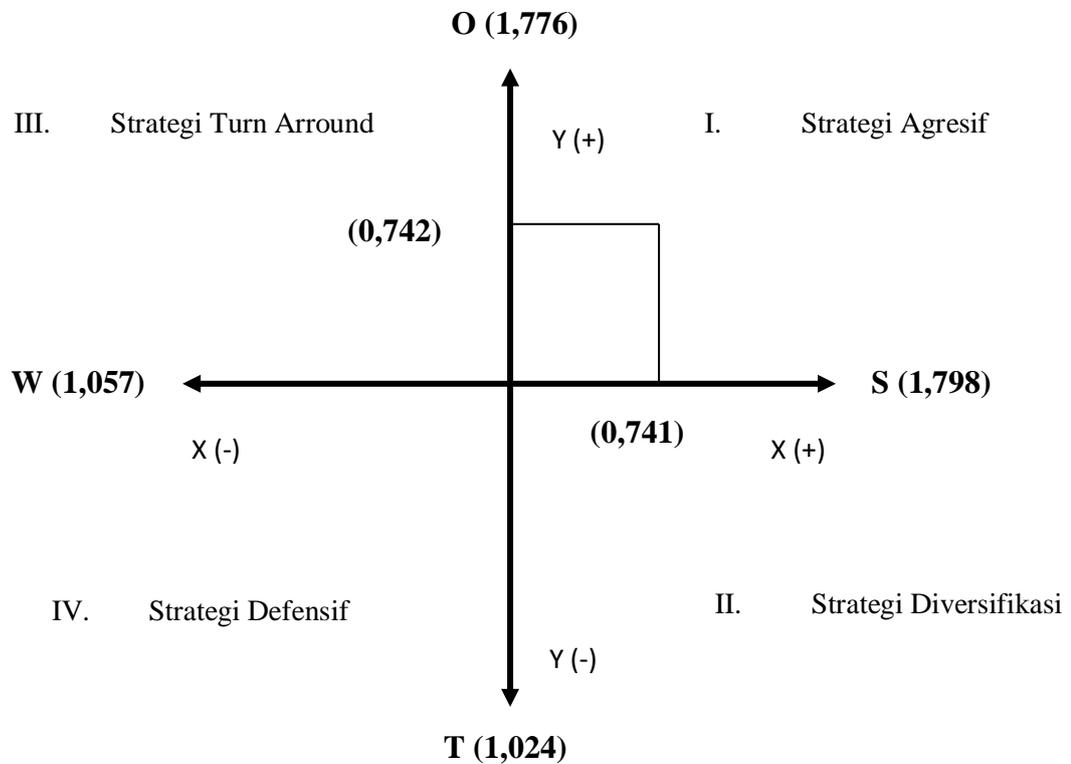
Strategi Internal	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai	
Strength (Kekuatan)	S1	Produksi ikan kerapu yang sudah di ekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT.SBM	0,104	4	0,416
	S2	Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan	0,083	3,33	0,276
	S3	Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM	0,090	3,33	0,299
	S4	Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kampai merupakan lokasi yang strategis	0,076	3	0,228
	S5	Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas	0,083	3	0,249
	S6	Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu	0,090	3,67	0,330
<b>Jumlah</b>				<b>1,798</b>	
Weakness (Kelemahan)	W1	Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM	0,087	1,83	0,159
	W2	Petani kerapu hanya mengandalkan bibit yang diberikan oleh PT.SBM	0,083	2	0,166
	W3	Petani kerapu tidak memakai bantuan teknologi dalam proses pemeliharaan	0,062	2,83	0,175
	W4	Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan	0,069	2,67	0,184
	W5	Petani kerapu masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM	0,083	2,16	0,179
	W6	Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru	0,090	2,16	0,194
<b>Jumlah</b>				<b>1</b>	
<b>Selisih Kekuatan-Kelemahan</b>				<b>0,741</b>	

Strategi Eksternal	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Opportunities (Peluang)	O1 Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kampai untuk keramba para petani kerapu	0,107	4	0,428
	O2 Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu	0,089	3,16	0,281
	O3 Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor	0,085	3	0,255
	O4 Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu	0,093	3	0,279
	O5 Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi di pasar ekspor	0,085	3	0,255
	O6 Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor	0,085	3,16	0,268
<b>Jumlah</b>				<b>1,766</b>
Threats (Ancaman)	T1 Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi	0,064	2,67	0,170
	T2 Dampak limbah terhadap lingkungan	0,064	2	0,128
	T3 Persaingan antar petani kerapu	0,089	2	0,178
	T4 Serangan hama dan penyakit	0,093	2,16	0,200
	T5 Keamanan disekitar area keramba	0,068	2,83	0,192
	T6 Peran Pemerintah dalam usaha budidaya	0,078	2	0,156
<b>Jumlah</b>				<b>1</b>
<b>Selisih Peluang-Ancaman</b>				<b>0,742</b>

*Sumber : Data diolah 2019*

### **Kuadran SWOT**

Setelah melakukan perhitungan bobot dari masing-masing faktor internal dan eksternal kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan matriks posisi. Matriks ini digunakan untuk melihat posisi strategi pengembangan usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai. Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh nilai  $X > 0$  yaitu 0,741 dan nilai  $Y > 0$  yaitu 0,742. Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada (Koodinat Cartesius) sebagai berikut :



Gambar 3. Matriks Posisi SWOT

Dari hasil matriks internal dan eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai adalah untuk internal bernilai 0,741 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan di mana kekuatan lebih besar dari kelemahan. Untuk faktor eksternal bernilai 0,742 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman di mana peluang lebih besar dari pada ancaman.

Hal ini menunjukkan bagaimana usaha budidaya ikan kerapu ini berada pada posisi I (Strategi Agresif). Situasi posisi I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy). Strategi agresif ini lebih memaksimalkan antara kekuatan dan peluang sehingga semua kekuatan dan peluang bisa dimanfaatkan dengan baik dan efektif bagi petani kerapu.

## Matriks SWOT

Tabel 16. Matriks SWOT Usaha Budidaya Ikan Kerapu

<b>IFAS</b>          <b>EFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produksi ikan kerapu yang sudah di ekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT.SBM</li> <li>2. Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan</li> <li>3. Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM</li> <li>4. Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kumpai merupakan lokasi yang strategis</li> <li>5. Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas</li> <li>6. Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu</li> </ol>	<b>WEAKNESS (W)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM</li> <li>2. Petani kerapu hanya mengandalkan bibit yang diberikan oleh PT.SBM</li> <li>3. Petani kerapu tidak memakai bantuan teknologi dalam proses pemeliharaan</li> <li>4. Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan</li> <li>5. Petani masih melakukan pembagian hasil dengan PT.SBM</li> <li>6. Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru</li> </ol>
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kumpai untuk keramba para petani kerapu</li> <li>2. Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu</li> <li>3. Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor</li> <li>4. Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu</li> <li>5. Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi di pasar ekspor</li> <li>6. Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor</li> </ol>	<b>STRATEGI SO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan lahan yang tersedia di pesisir desa Pulau Kumpai untuk membudidayakan ikan kerapu</li> <li>2. Memanfaatkan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dengan menjadikan pelanggan tetap</li> <li>3. Memanfaatkan ketersediaan pakan alami berupa ikan yang ada di laut yang tidak jauh dari lokasi keramba</li> <li>4. Memanfaatkan permintaan ikan kerapu yang tinggi serta harga yang mahal dari ikan kerapu untuk ikut membuka usaha budidaya ikan kerapu melalui kemitraan dengan PT.SBM</li> </ol>	<b>STRATEGI WO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan kepercayaan yang ada untuk melakukan kerjasama dalam budidaya ikan kerapu antara petani dengan PT.SBM</li> <li>2. Memanfaatkan lahan yang tersedia di pesisir desa Pulau Kumpai untuk membuat keramba baru tanpa bantuan teknologi apapun</li> <li>3. Memanfaatkan kepercayaan yang diberikan PT.SBM untuk meminjam modal usaha dari mereka</li> </ol>

THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi 2. Dampak limbah terhadap lingkungan 3. Persaingan antar petani kerapu 4. Serangan hama dan penyakit 5. Keamanan disekitar area keramba 6. Peran Pemerintah dalam usaha budidaya	1. Meningkatkan kebersihan di sekitar lingkungan keramba untuk menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas 2. Mencegah terjadinya hama dan penyakit pada ikan kerapu dengan memaksimalkan pemeliharaan dan perawatan keramba 3. Memanfaatkan pelanggan tetap yang dimiliki untuk menghindari persaingan antar petani kerapu	1. Memaksimalkan pemeliharaan ikan kerapu agar area keramba tetap aman 2. Memaksimalkan pemeliharaan ikan kerapu dan menjaga kebersihan keramba untuk mencegah ikan kerapu terkena hama dan penyakit 3. Memanfaatkan peran Pemerintah untuk mendapatkan saluran dana dalam pembuatan keramba

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

### 1. Strategi SO

Strategi ini merupakan strategi yang menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- a) Memanfaatkan lahan yang tersedia di pesisir desa Pulau Kampai untuk membudidayakan ikan kerapu.

Membudidayakan kerapu pada keramba jaring apung sangat mudah dilakukan. Untuk memulai usaha tersebut tidak perlu mencari lahan serta mengeluarkan biaya untuk mendapatkan lahan, mereka yang ingin membuat keramba cukup membuat keramba di sekitar pesisir laut di desa Pulau Kampai secara gratis, hanya saja harus meminta izin pemakaian lahan dari aparat yang bersangkutan.

- b) Memanfaatkan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dengan menjadikan pelanggan tetap.

Kepercayaan yang didapat para petani kerapu harus benar-benar dipertahankan dikarenakan itu adalah sebuah bukti bahwa mereka yang

menjadi pelanggan menghargai dan menyukai ikan kerapu yang dihasilkan oleh para petani.

- c) Memanfaatkan ketersediaan pakan alami berupa ikan yang ada di laut yang tidak jauh dari lokasi keramba.

Untuk menghemat biaya produksi biasanya para petani mencari pakan ke laut untuk mencari pakan berupa ikan segar. Mereka biasanya mencari pakan setiap hari.

- d) Memanfaatkan permintaan ikan kerapu yang tinggi serta harga yang mahal dari ikan kerapu untuk ikut membuka usaha budidaya ikan kerapu melalui kemitraan dengan PT.SBM.

Untuk sekarang ini membudidayakan kerapu adalah suatu hal yang cukup menjanjikan dan akan mendapatkan keuntungan lebih besar dikarenakan penjualan untuk di pasar ekspor akan lebih menguntungkan dibandingkan menjualnya di pasar domestik.

## **2. Strategi WO**

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

- a) Memanfaatkan kepercayaan yang ada untuk melakukan kerjasama dalam budidaya ikan kerapu antara petani dengan PT.SBM.

Kerjasama yang dilakukan oleh petani kerapu dan PT.SBM tidak memiliki keterikatan kontrak ataupun surat perjanjian kerjasama, namun hanya mengandalkan rasa saling percaya.

- b) Memanfaatkan lahan yang tersedia di pesisir desa Pulau Kampai untuk membuat keramba baru tanpa bantuan teknologi apapun.

Pembuatan keramba jaring apung hanya dengan membangun keramba di atas perairan laut dan memanfaatkan lahan yang tersedia di sekitar pesisir laut desa Pulau Kampai, tidak memerlukan mesin air seperti membuat tambak.

- c) Memanfaatkan kepercayaan yang diberikan PT.SBM untuk meminjam modal usaha dari mereka.

Bagi para petani kerapu yang bekerja sama dengan PT.SBM, jika ingin membuat keramba baru para petani dapat meminjam modal kepada perusahaan tersebut yang nantinya akan dibayar dengan persen yang sudah ditentukan.

### **3. Strategi ST**

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki pembudidaya ikan kerapu untuk mengatasi ancaman.

- a) Meningkatkan kebersihan di sekitar lingkungan keramba untuk menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas.

Untuk menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas, maka para petani kerapu harus benar-benar menjaga kebersihan keramba dan juga di sekitar lingkungan keramba.

- b) Mencegah terjadinya hama dan penyakit pada ikan kerapu dengan memaksimalkan pemeliharaan dan perawatan ikan kerapu.

Hama dan penyakit akan timbul jika perawatan tidak maksimal, apalagi dikala cuaca sedang tidak bagus, maka dari itu perawatan keramba maupun ikan kerapu harus lebih diperhatikan.

- c) Memanfaatkan pelanggan tetap yang dimiliki untuk menghindari persaingan antar petani kerapu.

Jika sudah memiliki pelanggan tetap, maka para petani tidak perlu merasa khawatir lagi akan adanya persaingan dikarenakan pendapatan mereka hanya dihasilkan dari pelanggan mereka.

#### **4. Strategi WT**

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

- a) Memaksimalkan pemeliharaan ikan kerapu agar area keramba tetap aman.  
Pemeliharaan yang maksimal perlu dilakukan untuk setiap para petani kerapu untuk keamanan disekitar area keramba.

- b) Memaksimalkan pemeliharaan ikan kerapu dan menjaga kebersihan keramba untuk mencegah ikan kerapu terkena hama dan penyakit.

Memelihara ikan kerapu harus secara maksimal dan tidak boleh setengah-setengah karena ikan kerapu sangat memerlukan perawatan khusus dan rentan terhadap hama dan penyakit jika keadaan keramba dan lingkungannya tidak terawat.

- c) Memanfaatkan peran Pemerintah untuk mendapatkan saluran dana dalam pembuatan keramba.

Selain izin ekspor yang didapat oleh Pemerintah, Pemerintah juga dapat memberikan bantuan dana untuk para petani dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi.

Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT seperti pada gambar 3, maka strategi yang diutamakan pada usaha budidaya ikan kerapu ini berada pada posisi I (Strategi Agresif) yang merupakan strategi SO. Strategi agresif ini lebih memaksimalkan antara kekuatan dan peluang sehingga semua kekuatan dan peluang bisa dimanfaatkan dengan baik dan efektif bagi para pembudidaya kerapu. Strategi tersebut antara lain :

1. Memanfaatkan lahan yang tersedia di pesisir desa Pulau Kampai untuk membudidayakan ikan kerapu. Membudidayakan kerapu pada keramba jaring apung sangat mudah dilakukan. Untuk memulai usaha tersebut tidak perlu mencari lahan serta mengeluarkan biaya untuk mendapatkan lahan, mereka yang ingin membuat keramba cukup membuat keramba di sekitar pesisir laut di desa Pulau Kampai secara gratis, hanya saja harus meminta izin pemakaian lahan dari aparat yang bersangkutan.
2. Memanfaatkan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dengan menjadikan pelanggan tetap. Kepercayaan yang didapat para petani kerapu harus benar-benar dipertahankan dikarenakan itu adalah sebuah bukti bahwa mereka yang menjadi pelanggan menghargai dan menyukai ikan kerapu yang dihasilkan oleh para petani.
3. Memanfaatkan ketersediaan pakan alami berupa ikan yang ada di laut yang tidak jauh dari lokasi keramba. Untuk menghemat biaya produksi biasanya para petani mencari pakan ke laut untuk mencari pakan berupa ikan segar. Mereka biasanya mencari pakan setiap hari.

4. Memanfaatkan permintaan ikan kerapu yang tinggi serta harga yang mahal dari ikan kerapu untuk ikut membuka usaha budidaya ikan kerapu melalui kemitraan dengan PT.SBM. Untuk sekarang ini membudidayakan kerapu adalah suatu hal yang cukup menjanjikan dan akan mendapatkan keuntungan lebih besar dikarenakan penjualan untuk di pasar ekspor akan lebih menguntungkan dibandingkan menjualnya di pasar domestik.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu (*Epinephelus* sp.) pada Keramba Jaring Apung disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil matriks internal dan eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha budidaya ikan kerapu di desa Pulau Kampai adalah untuk internal yaitu 0,741 yang merupakan selisih dari kekuatan (skor 1,798) dan kelemahan (skor 1,057). Untuk eksternal yaitu 0,742 yang merupakan selisih dari peluang (skor 1,776) dan ancaman (skor 1,024).
2. Strategi yang diutamakan pada usaha budidaya ikan kerapu ini berada pada posisi I (Strategi Agresif) yang merupakan strategi SO (Strength – Opportunities). Strategi ini memaksimalkan dan memanfaatkan kekuatan dan peluang dengan baik untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman. Strategi tersebut antara lain : Memanfaatkan lahan yang tersedia di pesisir desa Pulau Kampai untuk membudidayakan ikan kerapu, memanfaatkan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dengan menjadikan pelanggan tetap, memanfaatkan ketersediaan pakan alami berupa ikan yang ada di laut yang tidak jauh dari lokasi keramba, dan memanfaatkan permintaan ikan kerapu yang tinggi serta harga yang mahal dari ikan kerapu untuk ikut membuka usaha budidaya ikan kerapu melalui kemitraan dengan PT.SBM.

**Saran**

1. Kepada para pembudidaya kerapu kiranya dapat lebih meningkatkan penggunaan teknologi untuk mempermudah proses pemeliharaan.
2. Kepada Pemerintah setempat agar memberikan bantuan berupa permodalan bagi para pelaku usaha budidaya kerapu agar dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih besar lagi dikarenakan untuk membuat keramba baru membutuhkan modal yang besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amina. 2017. Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ikan Kerapu (*Ephinephelus* sp.) di Pulau Badi [skripsi]. Sekolah Pascasarjana. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Jazuli, S. 2016. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada BMT-El Syifa Ciganjur [skripsi]. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Khair, dkk. 2016. Manajemen Strategi. UMSU Press. Medan.
- Kurniati, S.A. dan Jumanto. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. ISSN P: 1412-4807 ISSN O: 2503-4375 Vol 19 No. 1. Jurnal Agribisnis. Universitas Islam Riau.
- Muhammad, M. 2018. Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (*Hylocereus costaricensis*) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. ISSN : 1979-6072 Vol. 11 No. 1 : 28-37. Jurnal Agribisnis Perikanan. Universitas Maluku Utara.
- Nadhiroh, A. 2017. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Agrowisata di Wisata Tengah Sawah Desa Gubug Kabupaten Grobogan [skripsi]. Program Studi Ekonomi Syariah. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Novianto, A. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building: Jakarta.
- Rismawan, dkk. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pendederan Ikan Gurami (*Ospbronemus Gouramy*) Studi Kasus di Kelompok Mina Mukti Desa Sukatali Kecamatan Situraja Kabupaten Sumedang. Jurnal Perikanan dan Kelautan. No. 1 (88-91). Universitas Padjadjaran.
- Sanusi, A. 2016. Metode Penelitian Bisnis. Salemba Empat: Jakarta.
- Setianto, D. 2013. Usaha Budidaya Ikan Kerapu. Pustaka Baru Press: Yogyakarta.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Bisnis. CV.Afabeta: Bandung.
- Widagdo, dkk. 2016. Strategi Pengembangan Budidaya Pembesaran Ikan Lele (*Clarias* sp.) di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Diponegoro.

## Lampiran 1. Bobot Internal

Strategi Internal	Faktor-Faktor Strategi Internal	No. Sampel						Bobot		Nilai	
		1	2	3	4	5	6	Jumlah	Rata-Rata		
Strength (Kekuatan)	S1	Produksi ikan kerapu yang sudah di ekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT.SBM	5	5	5	5	5	5	30	5	0,104
	S2	Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan	4	4	4	4	4	4	24	4	0,083
	S3	Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM	5	5	4	4	4	4	26	4,33	0,09
	S4	Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kampai merupakan lokasi yang strategis	4	4	4	4	3	3	22	3,66	0,076
	S5	Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas	4	4	4	4	4	4	24	4	0,083
	S6	Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu	5	5	4	4	4	4	26	4,33	0,09
Weakness (Kelemahan)	W1	Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM	5	4	4	4	4	4	25	4,16	0,087
	W2	Petani kerapu hanya mengandalkan bibit yang diberikan oleh PT.SBM	4	4	4	4	4	4	24	4	0,083
	W3	Petani kerapu tidak memakai bantuan teknologi dalam proses pemeliharaan	3	3	3	3	3	3	18	3	0,062
	W4	Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan	3	3	4	4	3	3	20	3,33	0,069
	W5	Petani kerapu masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM	3	4	4	4	4	5	24	4	0,083
	W6	Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru	4	4	4	4	5	5	26	4,33	0,09
<b>Jumlah</b>								<b>289</b>	<b>1</b>		

Sumber : Data Primer Diolah 2019

## Lampiran 2. Bobot Eksternal

Strategi Eksternal	Faktor-Faktor Strategi Internal	No. Sampel						Bobot		Nilai	
		1	2	3	4	5	6	Jumlah	Rata-Rata		
Opportunities (Peluang)	O1	Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kampai untuk keramba para petani kerapu	5	5	5	5	5	5	30	5	0,107
	O2	Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu	5	4	4	4	4	4	25	4,16	0,089
	O3	Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor	4	4	4	4	4	4	24	4	0,085
	O4	Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu	5	5	4	4	4	4	26	4,33	0,093
	O5	Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi di pasar ekspor	4	4	4	4	4	4	24	4	0,085
	O6	Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor	4	4	4	4	4	4	24	4	0,085
Threats (Ancaman)	T1	Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi	3	3	3	3	3	3	18	3	0,064
	T2	Dampak limbah terhadap lingkungan	3	3	3	3	3	3	18	3	0,064
	T3	Persaingan antar petani kerapu	3	4	4	4	5	5	25	4,16	0,089
	T4	Serangan hama dan penyakit	5	5	4	4	4	4	26	4,33	0,093
	T5	Keamanan disekitar area keramba	4	3	3	3	3	3	19	3,16	0,068
	T6	Peran Pemerintah dalam usaha budidaya	4	4	4	4	3	3	22	3,66	0,078
		<b>Jumlah</b>							<b>281</b>		<b>1</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2019

## Lampiran 3. Rating Internal

Strategi Internal	Faktor-Faktor Strategi Internal	No. Sampel						Peringkat		
		1	2	3	4	5	6	Jumlah	Rata-Rata	
Strength (Kekuatan)	S1	Produksi ikan kerapu yang sudah di ekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT.SBM	4	4	4	4	4	4	24	4
	S2	Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan	4	4	3	3	3	3	20	3,33
	S3	Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM	4	4	3	3	3	3	20	3,33
	S4	Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kampai merupakan lokasi yang strategis	3	3	3	3	3	3	18	3
	S5	Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas	3	3	3	3	3	3	18	3
	S6	Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu	3	3	4	4	4	4	22	3,67
Weakness (Kelemahan)	W1	Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM	1	2	2	2	2	2	11	1,83
	W2	Petani masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM	2	2	2	2	2	2	12	2
	W3	Petani kerapu tidak memakai bantuan teknologi dalam proses pemeliharaan	1	2	3	3	4	4	17	2,83
	W4	Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan	4	2	3	3	2	2	16	2,67
	W5	Petani kerapu masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM	4	3	2	2	1	1	13	2,16
	W6	Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru	4	3	2	2	1	1	13	2,16
<b>Jumlah</b>								<b>204</b>		

Sumber : Data Primer Diolah 2019

## Lampiran 4. Rating Eksternal

Strategi Eksternal	Faktor-Faktor Strategi Internal	No. Sampel						Bobot		
		1	2	3	4	5	6	Jumlah	Rata-Rata	
Opportunities (Peluang)	O1	Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kampai untuk keramba para petani kerapu	4	4	4	4	4	4	24	4
	O2	Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu	4	3	3	3	3	3	19	3,16
	O3	Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor	3	3	3	3	3	3	18	3
	O4	Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu	3	3	3	3	3	3	18	3
	O5	Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi di pasar ekspor	3	3	3	3	3	3	18	3
	O6	Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor	4	4	3	3	3	2	19	3,16
Threats (Ancaman)	T1	Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi	4	3	3	3	2	1	16	2,67
	T2	Dampak limbah terhadap lingkungan	2	2	2	2	2	2	12	2
	T3	Persaingan antar petani kerapu	4	2	2	2	1	1	12	2
	T4	Serangan hama dan penyakit	3	2	2	2	2	2	13	2,16
	T5	Keamanan disekitar area keramba	2	3	3	3	3	3	17	2,83
	T6	Peran Pemerintah dalam usaha budidaya	2	2	2	2	2	2	12	2
<b>Jumlah</b>								<b>198</b>		

Sumber : Data Primer Diolah 2019

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN KERAPU (*Epinephelus sp.*) PADA KERAMBA JARING APUNG (Studi Kasus : Desa Pulau Kampai Kecamatan Pangkalan Susu Kabupaten Langkat)**

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa  
NPM : 1504300232  
Jurusan/Fakultas : Agribisnis/Pertanian

Bersamaan dengan surat ini saya mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i dapat mengisi kuesioner ini secara lengkap, objektif dan benar adanya, karena jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi. Demikian surat ini saya sampaikan, terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

### A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :  Laki-laki                       Perempuan

Pendidikan :

Pekerjaan :

Sifat Usaha :  Utama                       Sampingan

### B. Identitas dan Karakteristik Usaha

1. Berapa luas tambak yang dimiliki untuk membudidayakan ikan kerapu?

.....

2. Sudah berapa lama melakukan usaha budidaya ikan kerapu?

.....

3. Berapa hasil produksi persekali panen?

.....

4. Jenis ikan kerapu apa yang dibudidayakan?

.....

5. Harga jual ikan kerapu (Rp/kg)?

.....

6. Berapa jumlah tenaga kerja?

.....

7. Berapa biaya tenaga kerja?

.....

8. Biaya lainnya?

.....

## PENENTUAN BOBOT

### **Petunjuk Umum:**

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden
3. Dalam pengisian kuesioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari ketidakkonsistenan atas jawaban.
4. Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuesioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya atau dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

### **Petunjuk Khusus :**

1. Bobot mengindikasikan tingkat kepentingan relatif dari setiap faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam bisnis otomotif.
2. Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang tersedia:
  - 1 = tidak penting
  - 2 = kurang penting
  - 3 = biasa saja
  - 4 = penting
  - 5 = sangat penting

Pemberian bobot masing-masing faktor strategis dilakukan dengan memberikan tanda ( X ) pada tingkatan (1-5) yang paling sesuai menurut responden.

**PENENTUAN BOBOT FAKTOR STRATEGI INTERNAL (IFAS)**

Faktor Internal		Bobot				
		1	2	3	4	5
<b>Kekuatan (Strenght)</b>						
1	Produksi ikan kerapu yang sudah di ekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT.SBM					
2	Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan					
3	Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM					
4	Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kampai merupakan lokasi yang strategis					
5	Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas					
6	Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu					

Faktor Internal		Bobot				
		1	2	3	4	5
<b>Kelemahan (Weakness)</b>						
1	Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM					
2	Petani kerapu hanya mengandalkan bibit yang diberikan oleh PT.SBM					
3	Petani kerapu tidak memakai bantuan teknologi dalam proses pemeliharaan					
4	Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan					
5	Petani kerapu masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM					
6	Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru					

**PENENTUAN BOBOT FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL (EFAS)**

Faktor Eksternal		Bobot				
		1	2	3	4	5
<b>Peluang (Opportunities)</b>						
1	Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kampai untuk keramba para petani kerapu					
2	Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu					
3	Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor					
4	Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu					
5	Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi di pasar ekspor					
6	Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor					

Faktor Eksternal		Bobot				
		1	2	3	4	5
<b>Ancaman (Threats)</b>						
1	Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi					
2	Dampak limbah terhadap lingkungan					
3	Persaingan antar petani kerapu					
4	Serangan hama dan penyakit					
5	Keamanan disekitar area keramba					
6	Peran Pemerintah dalam usaha budidaya					

## PENENTUAN PERINGKAT

### Petunjuk Umum :

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden
3. Dalam pengisian kuesioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari ketidakkonsistenan atas jawaban.
4. Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuesioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya atau dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

### Petunjuk Khusus :

1. Alternatif pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategis internal

Kekuatan:

1 = Sangat kecil

2 = Kecil

3 = Besar

4 = Sangat besar

Kelemahan:

4 = Sangat kecil

3 = Kecil

2 = Besar

1 = Sangat besar

2. Alternatif pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategis eksternal

Peluang:

1 = Sangat kecil

2 = Kecil

3 = Besar

4 = Sangat besar

Ancaman:

4 = Sangat kecil

3 = Kecil

2 = Besar

1 = Sangat besar

**PENENTUAN RATING FAKTOR STRATEGI INTERNAL (IFAS)**

<b>Faktor Internal</b>		<b>Rating</b>			
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Kekuatan (Strenght)</b>					
1	Produksi ikan kerapu yang sudah di ekspor ke Hongkong melalui kemitraan dengan PT.SBM				
2	Proses pembudidayaan dan pemeliharaan ikan kerapu di keramba jaring apung mudah dilakukan dan menguntungkan				
3	Memiliki pelanggan tetap yang diperoleh dari kerja sama terhadap kemitraan dengan PT.SBM				
4	Lokasi keramba jaring apung di desa Pulau Kampai merupakan lokasi yang strategis				
5	Petani kerapu menghasilkan ikan kerapu yang berkualitas				
6	Adanya transportasi berupa boat bagi petani kerapu				

<b>Faktor Internal</b>		<b>Rating</b>			
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>					
1	Tidak adanya surat perjanjian kerjasama antara petani kerapu dan PT.SBM				
2	Petani kerapu hanya mengandalkan bibit yang diberikan oleh PT.SBM				
3	Memiliki konsumen tetap Petani kerapu tidak memakai bantuan teknologi dalam proses pemeliharaan				
4	Sebagian petani kerapu menjadikan ini pekerjaan sampingan				
5	Petani kerapu masih melakukan pembagian hasil penjualan dengan PT.SBM				
6	Dibutuhkan modal yang besar untuk membuat keramba baru				

**PENENTUAN RATING FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL (EFAS)**

Faktor Eksternal		Rating			
		1	2	3	4
<b>Peluang (Opportunities)</b>					
1	Tersedianya lahan di sekitar pesisir desa Pulau Kampai untuk keramba para petani kerapu				
2	Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap petani kerapu				
3	Adanya peningkatan konsumsi ikan kerapu di pasar ekspor				
4	Ketersediaan pakan dari alam berupa ikan yang dicari sendiri oleh petani kerapu				
5	Permintaan ikan kerapu yang cukup tinggi di pasar ekspor				
6	Ikan kerapu memiliki nilai ekonomis yang tinggi di pasar ekspor				

Faktor Eksternal		Rating			
		1	2	3	4
<b>Ancaman (Threats)</b>					
1	Dampak pengaruh cuaca dan iklim terhadap produksi				
2	Dampak limbah terhadap lingkungan				
3	Persaingan antar petani kerapu				
4	Serangan hama dan penyakit				
5	Keamanan disekitar area keramba				
6	Peran Pemerintah dalam usaha budidaya				