

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN
HIAS KOI (*Cyprinus carpio*) DI DESA KARANG ANYAR
KECAMATAN BERINGIN**

SKRIPSI

Oleh:

**SYARIFUL AKHYAR PASARIBU
NPM : 1504300314
Program Studi : AGRIBISNIS**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN
HIAS KOI (*Cyprinus carpio*) DI DESA KARANG ANYAR
KECAMATAN BERINGIN**

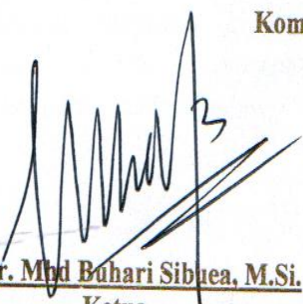
SKRIPSI


Oleh:

**SYARIFUL AKHYAR PASARIBU
1504300314
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) Pada
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si.
Ketua


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

Disahkan Oleh :

Dekan



Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 13 Agustus 2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Syariful Akhyar Pasaribu

NPM : 1504300314

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias Koi (*Cyprinus carpio*) di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin” berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata di temukan adanya 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, 15 Agustus 2020

Yang menyatakan



Syariful Akhyar Pasaribu

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1). Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam usaha budidaya ikan hias koi di daerah penelitian. 2). Menganalisis strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias koi di daerah penelitian.

Dari penelitian diperoleh hasil sebagai berikut: 1). Faktor internal yang terdapat dalam kegiatan usaha budidaya ikan hias koi meliputi: Keaneka ragaman jenis warna ikan hasil produksi, Input produksi dapat dihasilkan sendiri, adanya kerja sama dengan pihak pedagang dan modal sendiri sedangkan untuk factor kelemahan meliputi: pengalaman yang masih minim, kurang mengetahui teknik budidaya ikan koi, pemasaran ikan koi yang masi melalui agen dan modal yang terbatas. Faktor eksternal yang terdapat pada kegiata usaha bididaya ikan koi, dari segi peluang meliputi: jenis ikan koi yang diminati dipasaran, adanya komunitas hobies dan pecinta, lokasi budidaya yang strategis dan perkembangan teknologi sedangkan untuk faktor ancaman meliputi: harga input produksi yang fluktuatif, trend pasar yang berubah-ubah, masuknya produk lain dan serangan penyakit. 2). Bentuk Strategi yang digunakan dalam usaha pengembangan usaha budidaya ikan koi di daerah penelitian menggunakan Strategi S O (Strength and Opportunities). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

Kata Kunci : Strategi. Budidaya Ikan Koi. Analisis SWOT

SUMMARY

The objectives of this study are: 1). This is to determine the internal and external factors involved in the cultivation of koi ornamental fish in the research area. 2). Analyzing the strategy for the development of ornamental koi fish farming in the research area.

From the research, the following results were obtained: 1). Internal factors contained in the koi ornamental fish cultivation business activities include: The diversity of color types of fish produced, production inputs can be produced independently, cooperation with traders and own capital, while weakness factors include: minimal experience, lack of knowledge of techniques Koi fish farming, koi fish marketing which is still through agents and limited capital. External factors contained in koi aquaculture business activities, in terms of opportunities include: types of koi fish that are in demand in the market, the existence of hobby and lover communities, strategic cultivation locations and technological developments while threat factors include: fluctuating production input prices, market trends changes, the entry of other products and disease attacks. 2). The form of strategy used in the development of koi fish farming in the research area uses the SO Strategy (Strength and Opportunities). This strategy uses the strength of the company to overcome threats. The SO strategy uses the company's internal strengths to avoid or reduce the impact of external threats.

Keywords: Strategy. Koi Fish Cultivation. SWOT analysis

RIWAYAT HIDUP

SYARIFUL AKHYAR PASARIBU, lahir di Kampung Lalang pada tanggal 20 Januari 1996 dari pasangan Bapak Syukur Saleh Pasaribu dan Ibu Sri Atun. Penulis merupakan anak pertamadari tiga bersaudara.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2008, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di MI Negeri Desa Gunung Melayu.
2. Tahun 2011, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTs Negeri Kualu Hulu.
3. Tahun 2014, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Kualu Selatan.
4. Tahun 2015, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2018, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN III Unit Kebun Mambang Muda.
6. Tahun 2020, melakukan Penelitian Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias Koi (*Cyprinus carpio*) di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin”.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Kepada kedua orang tua tercinta yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Kemudian terima kasih banyak untuk adik tercinta **Nur Akmalia** dan **Habibatul Ummi** yang telah memberikan dukungan serta perhatian kepada peneliti.
3. Kepada Ibu **Ir. Asritanarni Munar, M.P.** selaku dekan fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu **Khairunnisa Rangkuti S.P. M.Si** selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Kepada Bapak **Dr. Ir. Mhd Buhari Sibuea, M.Si.** selaku ketua komisi pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dorongan dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terlaksana.
6. Kepada Ibu **Desi Novita, S.P. M.Si.** selaku anggota komisi pembimbing yang selalu memberikan dukungan, perhatian, dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terlaksana.
7. Segenap dosen dan seluruh staf akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Kepada para pembudidaya ikan hias koi di daerah penelitian yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melangsungkan penelitian.
9. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan banyak masukan serta dukungan kepada peneliti.
10. Sahabat-sahabat tercinta **Irpan Muhammar Hsb, Anggi Kharisma, Rio Andrian Baru, Sarnaidi, Tri Wika, Iwan Munarah, Ananda Sinaga, dan Nanda Murdian** terimakasih telah menjadi sahabat terbaik baik peneliti yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta doa hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga tetap menjadi sahabat.
11. Adinda **Karina Rasmaita Ginting** yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan perhatian terhadap penulis. Leefyuu lah pokoknya:*
12. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca. Skripsi ini masih banyak kekurangan untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal ini dengan baik. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad Salallahu 'Alaihi Wasallam. Proposal ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul Proposal yang akan dibahas oleh penulis adalah “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias Koi (*Cyprinus Carpio*) Di Desa Karang Anyar Beringin ”

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bertujuan untuk penyempurnaan Proposal ini kearah yang lebih baik. Semoga kita semua dalam lindungan Allah subhana Walata'ala.

Medan, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
RINGKASAN	ii
SUMMARY	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xli
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Landasa Teori	6
Penelitian Terdahulu	19
Kerangka Pemikiran.....	21
METODE PENELITIAN	24
Metode Penelitian.....	24
Metode Penentuan Lokasi	24
Metode Penarikan Sampel.....	24
Metode Pengumpulan Data	25
Metode Analisis Data	25
Definisi Dan Batasan Operasional	31
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	33
Letak dan Luas Daerah.....	33
Keadaan Penduduk	34
Sarana dan Prasarana Umum.....	35

Karakteristik Sampel	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
Analisis Faktor internal Dan Eksternal	43
Analisis SWOT	49
Perumusan Strategi.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN	58
Kesimpulan.....	58
Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

1. Matriks SWOT	12
2. Jumlah Responden Penelitian	25
3. Matriks Penggabungan EFAS+IFAS	27
4. Matriks SWOT	29
5. Luas Penggunaan Tanah di Desa Karang Anyar.....	34
6. Distribusi Penduduk Desa Karang Anyar Baru Berdasarkan Jenis Kelamin	34
7. Distribusi Penduduk Desa Karang Anyar Berdasarkan Jenis Pekerjaan	35
8. Sarana dan Prasarana Desa Karang Anyar.....	36
9. Distribusi Sampel Pembudidya Berdasarkan Jenis Kelamin	37
10. Distribusi Sampel Pembudidya Berdasarkan Usia.....	38
11. Jumlah Tanggungan Responden Pembudidya	38
12. Jumlah Luas Lahan Responden	39
13. Distribusi Sampel Pedagang Agen Jenis Pengalaman	40
14. Distribusi Sampel Pedagang Agen Berdasarkan Usia	40
15. Jumlah Tanggungan Responden Pedagang	41
16. Distribusi Sampel Total Melakukan Pembelian	41
17. Distribusi Sampel Konsumen Berdasarkan Usia	42
18. Analisis Faktor Internal budidaya ikan hias koi di Desa Karang Anyer	49
19. Analisis Faktor Eksternal budidaya ikan hias koi di Desa Karang Anyer (EFAS)	50
20. Matriks SWOT	53

DAFTAR GAMBAR

1. Skema Kerangka Pemikiran	23
2. Diagram Analisis SWOT	28
3. Diagram Delph	52

DAFTAR LAMPIRAN

1. Karakteristik Responden	61
2. Rekap Kuisisioner Strategi Usaha Budidaya Ikan Koi Kekuatan(4321).....	62
3. Rekap Kuisisioner Strategi Strategi Usaha Budidaya Ikan Koi Kelemahan (1234).....	63
4. Rekap Kuisisioner Strategi Pengembangan Strategi Usaha Budidaya Ikan Koi Peluang(4321).....	64
5. Rekap Kuisisioner Strategi Pengembangan Strategi Usaha Budidaya Ikan Koi Ancaman (1234).....	65
6. Tabel Scoring	66
7. Tabel IFE Strategi Pengembangan Usaha Strategi Usaha Budidaya Ikan Koi	67
8. Tabel EFAS Strategi Usaha Budidaya Ikan Koi	68
9. Kuisisioner Penelitian	69

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perikanan merupakan salah satu sub sistem agribisnis yang mempunyaipotensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pembangunanperikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peranan sektorperikanan dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinyasebagai penyedia bahan baku pendorong agroindustri, peningkatan devisa melaluipenyediaan ekspor hasil perikanan, penyedia kesempatan kerja, peningkatanpendapatan nelayan atau pembudidya ikan dan pembangunan daerah, serta peningkatankelestarian sumberdaya perikanan dan lingkungan hidup (Lesmana, 2012).

Peranan perikanantersebut dapat dilihat dari kontribusi sub sektor perikanan terhadap ProdukDomestik Bruto (PDB) dari tahun 2014 sampai tahun 2012 mengalamipertumbuhan rata-rata sebesar 21.55 persen. Salah satu sektor perikanan yangmempunyai potensi cukup besar untuk dikembangkan adalah ikan hias. Ikan hiasmerupakan salah satu komoditas perikanan yang belakangan ini menjadikomoditas perdagangan yang potensial untuk dikembangkan baik di dalammaupun di luar negeri.Ikan hias memiliki keanekaragaman spesies yaitu ikan hias air laut dan airtawar. Ikan hias air laut merupakan ikan hias hasil usaha perikanan tangkap, sedangkan ikan hias air tawar yaitu ikan hias yang telah dibudidayakan sehinggaketersediaannya tidak tergantung dari alam.

Jumlah ikan hias air tawar duniaadalah 1 100 jenis spesies, Indonesia memiliki 400 jenis sedangkan untuk ikanhias air laut lebih dari 700 jenis spesies. Ikan hias air tawar merupakan salah satukomoditas ekspor yang memiliki nilai

ekonomis yang tinggi. Hal ini dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan devisa negara karena nilai eksportnya yang cukup tinggi. Menurut pernyataan dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (Lesmana, 2012).

Ikan hias memiliki daya tarik tersendiri bagi para pecinta ikan hias (hobiis) maupun masyarakat yang kini mulai tertarik pada usaha ikan hias. Banyak para pengusaha ikan konsumsi yang beralih profesi pada usaha ikan hias, ini karena kelebihan dari usaha ikan hias yang dapat diusahakan dalam skala besar, menengah kecil maupun rumah tangga. Kegiatan usaha ikan hias juga memiliki beberapa keunggulan lain, seperti pengembangan strain baru dapat dilakukan secara individu.

Berbagai jenis ikan hias mempunyai keindahannya tersendiri. Parameter keindahan dari masing-masing jenis ikan dapat diukur dari bentuk badan, fisik, warna, maupun tingkah lakunya. Salah satu jenis ikan hias air tawar yang memiliki peluang pasar bagus adalah ikan Hias koi. Keunikan dari ikan ini adalah mempunyai keindahan warna dan corak tubuh yang menawan, serta ukuran tubuh ikan yang relative kecil dibanding ikan hias yang lain. Warna dari ikan hias koi cukup beragam.

Ikan hias koi merupakan salah satu jenis ikan hias yang besar peminatnya. Ikan hias koi yang memiliki nama latin *Cyprinus carpio* merupakan jenis ikan air tawar yang besar peminatnya. Banyak pecinta ikan hias yang menggandrungi ikan hias ini. Ikan hias koi ini merupakan jenis ikan dari kawasan benua Amerika Tengah dan Amerika Selatan. Di pasaran ikan hias koi ini memang sangat populer dan penggemarnya terbilang tinggi.

Harga jual ikan hias koi ini terbilang cukup tinggi sehingga pembudidayaannya terbilang sangat menjanjikan. Peluang usaha budidaya ikanhias koi ini bisa dibilang sangat menguntungkan. Bisnis budidaya ikan hias koi ini bisa dikatakan sangat menguntungkan bagi setiap pelaku usahanya.

Kecamatan Beringin merupakan salah satu daerah sentra penghasil ikan hias di Propvinsi Sumatera Utara, Wilayah Kecamatan Beringin berdekatan dengan kota Medan mempermudah pelaku usaha budidaya ikan hias dalam memasarkan hasil produksinya. Disamping itu minat masyarakat terhadap ikan hias yang sangat tinggi membuat usaha ini semakin potensial untuk dikembangkan. Salah satu desa yang melakukan kegiatan usaha budidaya ikan hias koi adalah Desa Karang Anyer Kecamatan Beringin. Di Desa Karang Anyer terdapat 20 orang pelaku usaha pembudidaya ikan hias koi. Kegiatan usaha budidaya ikan hias hias koi di Desa Karang Anyer sudah berlangsung lebih kurang 10 tahun terakhir.

Dalam perkembangan Usaha Ikan Hias di Desa Karang Anyer telah memiliki pelanggan ikan hias diantaranya pengumpul dan pasar ikan hias yang tersebar di seluruh Kota Medan. Dalam menjalankan Usaha budidaya Ikan Hias koi belum bisa memenuhi permintaan dan kebutuhan ikan hias, hal ini dikarenakan masih minimnya kemampuan para pembudidaya untuk menghasilkan ikan hias yang bagus dalam skala besar disebabkan minimnya lahan budidaya, modal dan ukuran ikan yang seragam yang sesuai dengan permintaan pasar. Ukuran jenis ikan hias yang ukurannya sama atau seragam ini akan berpengaruh pada harga.

Faktor lain seperti tingginya tingkat persaingan pasar yang semakin kompetitif memberikan pengaruh bagi pelaku usaha budidaya ikan hias koi dalam upaya pengembangan kegiatan usahanya. Untuk mengatasi masalah yang ada tersebut, maka pelaku usaha harus dapat merumuskan strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi pelaku usaha budidaya ikan hias agar mampu mengembangkan usahanya. Perumusan strategi tersebut dapat dilakukan dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan lingkungan internal perusahaan dan mengidentifikasi peluang serta ancaman yang datang dari eksternal perusahaan. Faktor-faktor internal dan eksternal tersebut selanjutnya dapat dikombinasikan untuk menghasilkan beberapa strategi yang dijadikan pilihan atau alternatif strategi untuk dapat dijalankan perusahaan dalam upaya mengatasi berbagai masalah yang ada.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dipandang sangat perlu untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias Koi”

Perumusan Masalah

1. Apakah faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam usaha budidaya ikan hias koi di daerah penelitian?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias koi di daerah penelitian ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam usaha budidaya ikan hias koi di daerah penelitian.

2. Menganalisis strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias koi di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai saran atau masukan bagi pihak pembudidaya ikan hias koi dalam rangka mengembangkan usahanya.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah setempat dalam rangka mengambil kebijakan yang berguna untuk meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya pembudidaya ikan hias koi.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias koi.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Ikan Hias koi

Ikan Koi merupakan salah satu ikan yang masih termasuk ke dalam satu strain dengan ikan mas. Ikan tersebut merupakan jenis ikan peliharaan yang sangat terkenal di negara Jepang karena kombinasi warna yang dimilikinya sangat menarik. Koi di Jepang dikenal dengan nama *Nishikigo* dan mempunyai nama umum *Ornamental Common Carp / Japanese Carp* serta sering disebut juga *fancy carp* (Karmila, 2000).

Koi merupakan hewan yang hidup di daerah beriklim sedang dan hidup pada perairan tawar. Mereka bisa hidup pada temperatur 8°C – 30°C dengan pH 6.5 – 7.4. Suhu yang ideal untuk Koi yaitu sekitar 15°C - 25°C dengan pH ideal sekitar 7.2 – 7.4 (Loka dan Roospitasari, 2002). Jenis kelamin Koi dapat dibedakan saat ikan tersebut dewasa, yaitu kurang lebih saat mencapai ukuran panjang 24 cm. Koi jantan mempunyai bentuk tubuh lebih ramping sedangkan Koi betina lebih gemuk dan sedikit membulat (Gunawan, 2005). Koi berasal dari karper hitam, sehingga sistematik Koi dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Bachtiar, 2002).

Filum	: <i>Chordata</i>
Subfilum	: <i>Vertebrata</i>
Superkelas	: <i>Gnathostomata</i>
Kelas	: <i>Osteichthyes</i>
Superordo	: <i>Teleostei</i>
Ordo	: <i>Ostariophysi</i>

Famili :Cyprinidae
Genus :*Cyprinus*
Spesies :*Cyprinus carpio* L.

Ikan koi termasuk ke dalam golongan ikan carp (karper). Harga koi sangat ditentukan berdasarkan bentuk badan dan kualitas tampilan warna. Ikan koi pertama kali dikenal pada dinasti Chin tahun 265 dan 361 Masehi. Koi dengan keindahan warna dan tingkah laku seperti yang kita ketahui saat ini, mulain dikembangkan di Jepang 200 tahun yang lalu di pegunungan Niigata oleh pembudidya Yamakoshi (Twigg, 2008).

Menurut Susanto (2000), tubuh ikan koi berbentuk seperti torpedo dengan alat gerak berupa sirip. Sirip-sirip yang melengkapi bentuk morfologi ikan koiadalah sirip punggung, sepasang sirip dada, sepasang sirip perut, sirip anus, dan sirip ekor.

Perkembangan Ikan Koi Di Indonesia

Dewasa ini terdapat ratusan bahkan lebih jenis ikan hias dari berbagainegara. Indonesia merupakan negara yang beruntung karena sebagian besar ikanhias yang ada merupakan ikan tropis sehingga di Indonesia terdapat banyak jenisikan hias yang dapat dibudidayakan. Indonesia merupakan negara tropis yangsangat cocok untuk budidaya berbagai jenis ikan hias air tawar dan iklimnyamemungkinkan ikan hias tersebut dapat bereproduksi sepanjang tahun (Alex2011).

Pada awalnya ikan koi hanya memiliki warna tunggal yaitu hitam(karasugoi dan sumigoi), merah (benigoi, higoi, akagoi), putih (shiromuji),keemasan (kingoi), dan putih keperakan (gingoi) dan disilangkan

sehingga menghasilkan dua warna, tiga warna, lima warna dan multi warna. Seiring dengan perkembangan teknik budidaya, koi yang pada awalnya hanya memiliki satu warna saja saling disilangkan sehingga menghasilkan ikan koi yang memiliki dua warna, tiga warna, bahkan lima warna. Ikan ini dapat dipelihara hampir di semuapempat, gerak gerik ikan ini tampak simpatik, bahkan ada anggapan ikan koi dapat membawa keuntungan bagi pemiliknya (Effendi 1993).

Memelihara koi adalah hobi yang menyenangkan dan diyakini dapat mengurangi stress. Koi adalah ikan yang pintar dan bisa diajarkan untuk makan dari tangan. Namun kadang seperti ikan rakus yang akan memakan semua apa saja yang dilempar ke kolam. Koi juga dapat mendengar dan akan merespon suara-suara. Umumnya Koi mencapai ukuran 50% dari panjang ukuran koi dewasa dalam 24 bulan, biasanya pertumbuhannya tergantung dari besarnya media pemeliharaan. Juga faktor lain seperti kualitas air, oksigen, filtering, dan makanan. Garis keturunan Koi juga sangat berpengaruh erat dengan kualitasnya. Rata-rata ikan koi bisa hidup antara 20-30 tahun (Alex 2011).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah instrument yang digunakan untuk melakukan analisis strategis. Analisis SWOT merupakan suatu alat yang efektif dalam membantu menstrukturkan masalah terutama dengan melakukan analisis atas lingkungan strategis yang lazim disebut sebagai lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Strategi yang tepat didasarkan pada kemampuan menemukenali diri dan lingkungannya, sehingga strategi benar-benar dapat terwujud dari kekuatan yang dimilikinya dan peluang yang dihadapinya. Analisis yang tepat dalam menyusun

strategi adalah analisis SWOT. Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis SWOT adalah memahami seluruh informasi dalam suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah (Rangkuti, 2015).

SWOT merupakan singkatan dari strength (kekuatan-kekuatan), weaknesses (kelemahan-kelemahan), opportunities (peluang-peluang) dan threats (ancaman-ancaman). Pengertian-pengertian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- Kekuatan (strength)

Kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan atau keunggulan lain relative terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar suatu perusahaan.

- Kelemahan (weaknesses)

Kelemahan adalah keterbatasan/kekurangan dalam sumberdaya alam, keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan

- Peluang (opportunities)

peluang adalah situasi/kecenderungan utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

- Ancaman(threats)

Ancaman adalah situasi/kecenderungan utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (Amin, 2014).

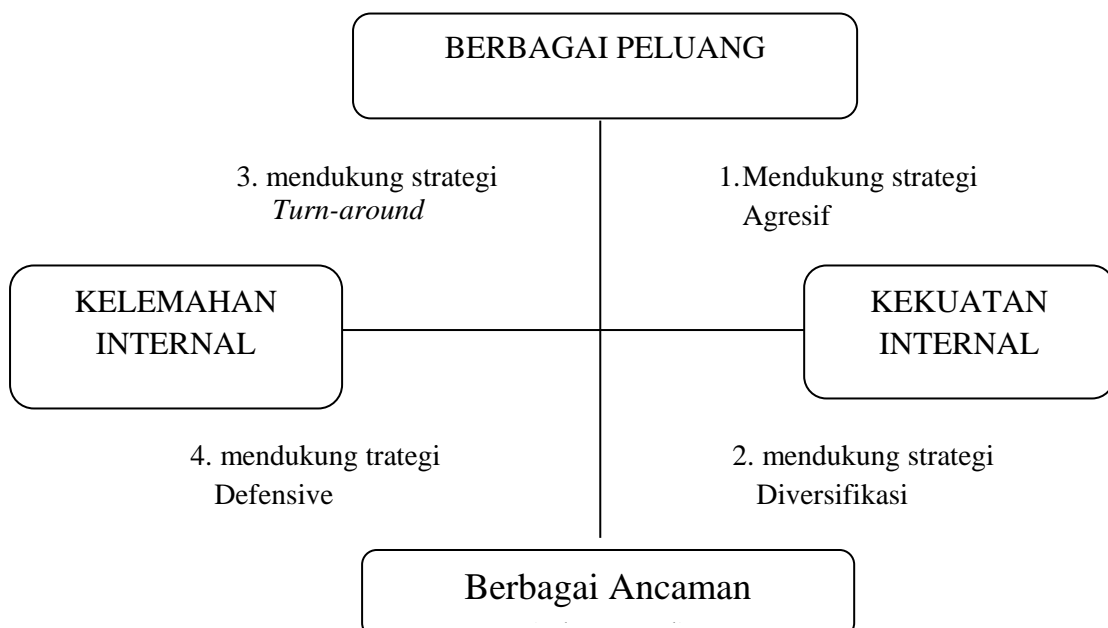
Analisis Situasi SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*). Sebelum melakukan analisis, maka diperlukan tahap pengumpulan data yang terdiri atas tiga model yaitu :

- **Matriks Posisi**

Hasil analisis pada tabel matriks faktor strategi internal dan strategi eksternal dipetakan pada matriks posisi dengan cara sebagai berikut :

- Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- Posisi ushatani ditentukan dengan hasil sebagai berikut :
 - Kalau peluang lebih besar dari pada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya kalau ancaman lebih besar dari pada peluang maka nilai $y < 0$.
 - Kalau kekuatan lebih besar dari pada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya kalau kelemahan lebih besar dari pada kekuatan maka nilainya $x < 0$ (Rangkuti, 2015).



Kuadran1 :Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usahatani tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang gresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2 :Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usahatani 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).

Kuadran3 :Usahatani menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Focus strategi usahatani ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal usahatani sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

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

Alat untuk menyusun faktor-faktor strategis usahatani adalah matrik SWOT.Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usahatani dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang diilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis seperti yang dijelaskan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Matriks SWOT

IFAS DAN EFAS	STRENGTHS(S) Faktor-Faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Faktor kelemahan internal
OPPORTUNIES(O) Faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan Untuk memanfaatkan Peluang	STRATEGI (WO) Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
TREATHS (T) Faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI (WT) Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2015

Analisis lingkungan internal

Lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang berada di dalam organisasi tersebut dan secara normal memiliki implikasi langsung dan khusus pada perusahaan. Di dalam suatu organisasi terdapat kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis, melalui analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan tersebut dapat diidentifikasi dan dievaluasi sehingga perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan dengan cara efektif dan dapat mengatasi kelemahan yang dimilikinya.

Analisis eksternal yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan tersebut. Faktor eksternal dibagi menjadi dua yaitu peluang yang dapat memberikan manfaat dan ancaman yang harus dihindari. Menurut David (2011) secara garis besar analisis eksternal dapat dibagi menjadi dua lingkungan ekonomi yaitu analisis lingkungan makro dan analisis industri. Tujuan audit eksternal (*external audit*) adalah mengembangkan daftar yang terbatas tentang peluang yang dapat memberi manfaat dan ancaman yang harus dihindari.

Menurut David (2011) kekuatan eksternal dapat dibagi menjadi lima kategori yaitu 1) kekuatan ekonomi, 2) kekuatan sosial, budaya dan demografi, 3) kekuatan politik, pemerintah dan hukum, 4) kekuatan teknologi, dan 5) kekuatan kompetitif.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal menekankan pada mengenali dan mengevaluasi kecenderungan dan peristiwa yang diluar kendali sebuah perusahaan. Tujuan dari analisis lingkungan eksternal ialah untuk mengembangkan daftar terbatas peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan ancaman yang dihindari. Peluang adalah lingkungan perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan guna meningkatkan posisi bersaing perusahaan dalam industri. Sedangkan ancaman adalah lingkungan perusahaan yang tidak menguntungkan perusahaan.

Lingkungan internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan sendiri dan umumnya dapat dikendalikan perusahaan. Menurut David (2011) analisis lingkungan internal merupakan proses identifikasi dan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan, dengan mengkaji manajemen, pemasaran, operasi dan produksi perusahaan, sumberdaya manusia dan keuangan.

Menurut Menurut David (2009) faktor-faktor internal perusahaan pada umumnya dibagi atas faktor : 1) manajemen, 2) pemasaran, 3) keuangan, 4) produksi dan operasi, 5) sumberdaya manusia, 6) penelitian dan pengembangan.

Pengertian Strategi

Strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang di anut atau yang akan di anut oleh perusahaan, dan jenis atau akan menjadi apa perusahaan ini". Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu:

1 Strategi adalah Perencanaan (Plan)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan sebelumnya.

2 Strategi adalah Pola (Patern)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (strategy is patern), yang selanjutnya disebut sebagai intended strategy, karena belum terlaksanadan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai realized strategi karena telah dilakukan oleh perusahaan.

3 Strategi adalah Posisi (Position)

Yaitu memposisikan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat kebawah, yaitu ke suatu titik bidik di mana produk tertentu bertemudengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

4 Strategi adalah Perspektif (Perspektif)

Jika dalam arti Pola dan Posisi cenderung melihat ke bawah dan keluar, maka sebaliknya dalam Perspektif cenderung lebih melihat kedalam yaitu ke dalam organisasi, dan ke atas yaitu melihat grandvision dari perusahaan.

5 Strategi adalah Permainan (Play)

Dalam arti ini, strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar

a Strategi Bersaing

Oxford Pocket Dictionary : “Merupakan seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal dan sebagainya menuju posisi yang layak, rencana tindakan atau kebijakan dalam bisnis atau politik dan sebagainya”. Strategy and structure : “Merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.

Strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang mempunyai dampak yang besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah”. Posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua.

Strategi Pengembangan Usaha

Rangkuti (1997), mengemukakan strategi sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak

lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi merupakan respon secara terus-menerus maupun aktif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.

Tujuan utama strategi dalam setiap kegiatan adalah mencapai keberhasilan. Dalam mencapai tujuan yaitu keberhasilan, ada beberapa elemen strategi yang harus dipenuhi. Pertama, tujuan yang diformulasikan secara sederhana, konsisten dan berjangka panjang. Kedua, pengertian mendalam terhadap lingkungan persaingan. Ketiga, penilaian objektif terhadap sumberdaya dan implementasi yang efektif (David, 2006).

Strategi dapat disimpulkan sebagai sekumpulan keputusan seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan serangkaian rencana, tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing.

Pengembangan usaha berarti usaha yang akan dibangun merupakan bagian dari entitas usaha yang sudah ada sebelumnya (Subagyo, 2008). Pengembangan usaha dilakukan untuk mempertahankan produk yang dipasarkan, baik yang sedang dipasarkan maupun yang akan dipasarkan. Pengembangan produk dilakukan agar perusahaan mampu terus bertahan dan mampu bersaing dengan produk lain dipasaran.

Ahmad Subagyo (2008), menyatakan bahwa ada dua tipe dalam pengembangan usaha, yaitu:

a. Pengembangan Vertikal

Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun unit bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya.

b. Pengembangan Horizontal

Pengembangan Horizontal adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif yang secara *line* produk tidak memiliki hubungan dengan *core* bisnisnya.

Konsep Manajemen Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal dihadapi perusahaan (David, 2006).

Manajemen strategi didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategi terfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, informasi, penelitian dan pengembangan, serta Sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi (David, 2006).

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence* tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan pesaingnya.

- b. *Competitive Advantage* kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibanding dengan pesaingnya (Rangkuti,2009).

Menurut David (2011) proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu:

Perumusan Strategi

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi bisnis, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, menetapkan tujuan jangka panjang, membuat sejumlah alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu untuk dijalankan.

Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah tahap mengimplementasikan pilihan strategi dengan maksud mengalokasikan sumberdaya dan mengorganisasikannya sesuai dengan strategi. Implementasi strategi termasuk menetapkan tujuan objektif tahunan, melengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumberdaya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan.

Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategi. Pada tahap ini akan mengevaluasi hasil pelaksanaan dan strategi yang telah dirumuskan dalam mencapai tujuan perusahaan. Tiga kekuatan pokok dalam evaluasi strategi yaitu mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal berdasarkan strategi yang telah ada, mengukur kinerja dan melakukan tindakan-tindakan korektif.

Menurut David (2011) proses manajemen strategi dapat dipelajari dan diaplikasikan dengan menggunakan sebuah model. Adanya suatu perubahan pada komponen utama dalam model, dapat menyebabkan perubahan pada salah satu atau semua komponen lainnya.

Penelitian Terdahulu

Hasril Burhanuddin Yusup (2015). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias Air Tawar Pada Kelompok Batara Mina Sejahtera, Kota Bogor.. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan dan merekomendasikan strategi yang terbaik. Hasil perhitungan dari matriks Internal Factor Evaluation yaitu 2.730 dan matriks External Factor Evaluation sebesar 3.098 menempatkan perusahaan pada kuadran II dengan posisi tumbuh dan bina. Strategi yang tepat untuk posisi tersebut adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk). Analisis Strength Weakness Opportunities Threats menghasilkan enam alternatif strategi yaitu meningkatkan produksi, menambah jenis ikan, meningkatkan modal, promosi, meningkatkan pangsa pasar, dan meningkatkan pengawasan produksi Hasil perhitungan dari Quantitatif Strategic Planning Matrix menetapkan bahwa strategi yang paling utama untuk diterapkan pada Kelompok Batara Mina Sejahtera adalah meningkatkan modal dengan total nilai daya tarik sebesar 5.339.

Bagus Dwi Nugroho (2017) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mendapatkan informasi tentang kelompok Mitra Posikandu, (2) mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada kelompok Mitra Posikandu, (3) merumuskan

strategi pengembangan usaha kelompok Mitra Posikandu. Metode analisis terdiri atas analisis faktor internal dengan Internal Factor Evaluation (IFE), dan menganalisis faktor eksternal dengan External Factor Evaluation (EFE). Perumusan alternatif strategi pengembangan usaha dengan metode Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT). Dilanjutkan strategi alternatif menggunakan Analytic Hierarchy Process (AHP). Hasil penelitian Situasi budidaya ikan konsumsi dan ikan hias yang ada pada kelompok Mitra Posikandu memiliki potensi untuk berkembang dengan didukung sarana dan prasarana yang baik, dukungan Pemda, komunikasi yang baik antar anggota, serta memiliki lokasi yang strategis yaitu berada pada kawasan minapolitan. Kendala yang dihadapi kelompok yaitu tingkat SDM yang rendah, harga jual produk yang tidak stabil, modal yang terbatas, serta alih fungsi lahan budidaya sebagai perumahan umum. .

Simpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah bahwa pengembangan usaha budidaya ikan konsumsi dan ikan hias pada kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor merupakan hal yang sangat penting untuk diimplementasikan. Ini dilihat dari nilai faktor IFE komoditas ikan konsumsi senilai 3,06 dan IFE komoditas ikan hias senilai 3,12 ini berarti secara internal sangat mendukung dalam pengembangan usaha budidaya kedepannya. Begitu juga dengan nilai EFE dari komoditas ikan konsumsi sebesar 3,017 dan komoditas ikan hias sebesar 2,873. Ini mengindikasikan bahwa masih banyak peluang-peluang yang belum dimanfaatkan dengan baik. Untuk segmen ikan konsumsi rekomendasi Strategi dari hasil perhitungan AHP adalah (S2) yaitu membentuk koperasi Mitra Posikandu yang di fasilitasi oleh Pemda Kabupaten Bogor (S1,2, & O4), sedangkan rekomendasi strategi untuk segmen ikan hias adalah (S5) yaitu

mengikuti bimbingan teknis budidaya ataupun bimbingan usaha perikanan oleh pemerintah daerah (W 2,4 & O4).

Djoni (2017) dengan judul penelitian Strategi Pengembangan Bisnis Ikan Hias Cupang (*Betta Sp*) Di Pangkalan Bun, Kotawaringin Barat. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, serta merumuskan strategi untuk diterapkan dalam pengembangan bisnis ikan hias Cupang (*Betta sp*) di Pangkalan Bun, Kabupaten Kotawaringin Barat. Jenis penelitian ini merupakan penelitian non eksperimen dengan metode kualitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan snowball sampling. Metode analisis data menggunakan metode kualitatif dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan dalam usaha pengembangan bisnis ikan hias cupang adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Tindakan yang perlu dilakukan antara lain mempertahankan kualitas bunga dan keanekaragamnya, penentuan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat dan memberi pelayanan yang baik, menjaga hubungan dengan konsumen. Selain itu harus meningkatkan iklan dan promosi sebagai sarana informasi kepada masyarakat.

Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya setiap orang atau perusahaan melakukan kegiatan usaha yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungannya, begitu pula halnya dengan usaha budidaya ikan hias. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku usaha dihadapkan pada beberapa masalah internal diantaranya peningkatan permintaan ikan hias, masih minimnya kemampuan manajemen para anggotanya

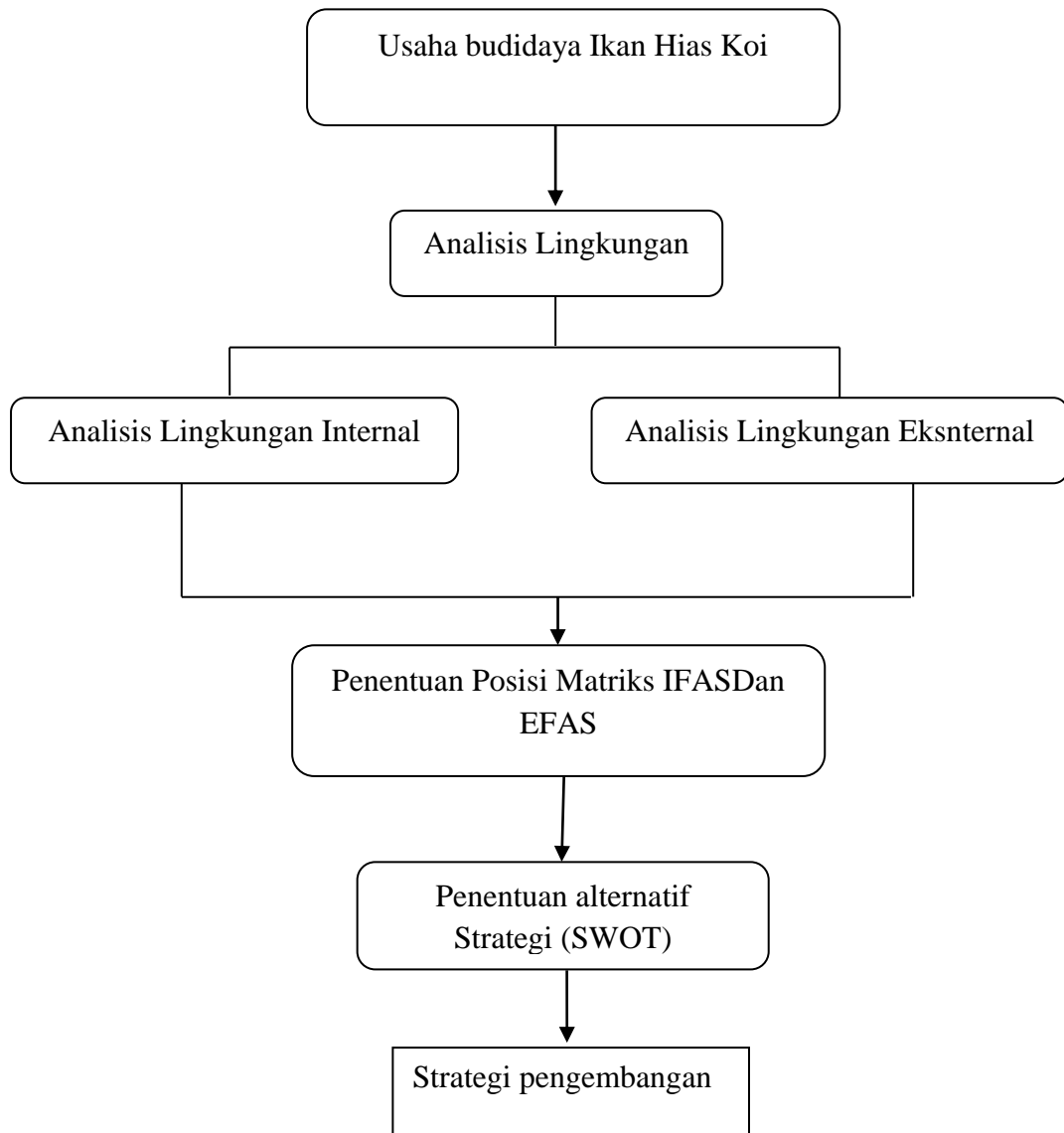
dalam produksi, keuangan, administrasi, dan pemasaran serta kurangnya tenaga kerja operasional yang baik merupakan kendala dalam berkonsentrasi pada pengembangan usahanya. Disamping itu, tingginya tingkat persaingan dalam industri ikan hias serta keterbatasan modal yang dimiliki menjadi kendala lain yang dimiliki pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Berbagai kendala tersebut memaksa pelaku usaha untuk harus merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat agar tetap bertahan dan bersaing didalam lingkungan industri yang semakin kompetitif.

Analisis lingkungan internal yang akan diteliti meliputi manajemen, pemasaran, keuangan, produksi/operasi, dan sumberdaya manusia. Sedangkan analisis lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan umum dan lingkungan industri. Lingkungan umum mencakup ekonomi, sosial budaya dan lingkungan, teknologi, serta ekologi/alam. Lingkungan industri melalui pembentukan persaingan dengan menggunakan model kekuatan porter yaitu ancaman pendatang baru, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, ancaman produk substitusi dan persaingan diantara perusahaan yang sejenis.

Variabel-variabel eksternal dan internal yang telah dianalisis kemudian dirangkum dan dijabarkan dalam matriks IFE yang merupakan kekuatan dan kelemahan serta matriks EFE yang menjadi peluang dan ancaman bagi Kelompok Usaha Ikan Hias Batara Mina Sejahtera. Tahap berikutnya yaitu memadukan hasil matriks IFE dan EFE dengan menggunakan alat analisis matriks IE untuk mengetahui posisi kelompok tani. Kemudian dengan menggunakan matriks SWOT *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), lingkungan internal perusahaan serta *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman) akan diperoleh

alternatif-alternatif strategi apa yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha ikan hias hias koi didaerah penelitian.

Secara sistematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

————→ = menyatakan hubungan

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*study case*). Dalam studi kasus, penelitian yang akan diteliti lebih terarah atau pada sifat tertentu dan tidak berlaku umum. Menurut Hanafie (2010), metode ini dibatasi oleh kasus, lokasi, tempat, serta waktu tertentu dan tidak bisa disimpulkan pada daerah tertentu atau kasus lain.

Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan daerah penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Karang Anyer, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Penentuan Desa Karang Anyer sebagai lokasi penelitian dikarenakan, Desa Karang Anyer terdapat masyarakat yang melakukan usaha budidaya ikan hias koi, namun masih sedikit masyarakat yang melakukan kegiatan budidaya ikan hias tersebut.

Metode Penarikan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha budidaya ikan hias hias koi yang terdiri dari 20 orang responden. Metode penentuan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pihak internal dan pihak eksternal. Untuk lebih memperjelas jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 2. Jumlah Responden Penelitian

No	Responden	Jumlah (Orang)
	Pembudidaya Ikan Koi	20
	Pedagang Ikan Koi	4
	Dinas Pertanian	1
	Konsumen	5
	Total	30

Sumber : Data Primer diolah 2020

Pemilihan sampel internal dilakukan secara sensus yang berjumlah 20 orang responden pelaku usaha budidaya, sedangkan penentuan sampel eksternal dilakukan dengan purposive sampling yaitu dilakukan dengan cara sengaja, jumlah sampel eksternal dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 orang yang terdiri dari 5 orang konsumen ikan hias koi, 4 orang pedagang pengecer ikan hias koi dan 1 orang dari dinas pertanian setempat atau penyuluh perikanan .

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan hasil wawancara langsung kepada pembudidaya responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan. Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait yang berhubungan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis rumusan masalah dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Metode pengolahan analisis data yang digunakan terdiri dari analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan mengetahui lingkungan perusahaan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan

ancaman yang dihadapi perusahaan, sedangkan analisis kuantitatif digunakan pada matriks IFE, matriks EFE,

Untuk rumusan masalah ke 2 dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Matriks SWOT berguna untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. (Rangkuti, 2015).

Matriks Penggabungan EFAS + IFAS

Analisis faktor strategi internal dan eksternal adalah pengolahan faktor-faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan rating pada setiap faktor strategis. Faktor strategis adalah faktor dominan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh terhadap kondisi dan situasi yang ada dan memberikan keuntungan bila dilakukan tindakan positif.

Menganalisis lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang. Menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman.

Memindahkan hasil pada matriks EFAS dan IFAS kedalam matriks penggabungan bertujuan untuk melihat sub total EFAS dan sub total IFAS.

Tabel 3. Matriks Penggabungan EFAS+IFAS

VARIABEL	STRENGTH KEKUATAN	BOBOT	WEAKNES KELEMAHAN	BOBOT
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
	SUB TOTAL	0,00	SUB TOTAL	0,00
	(A)	0,00	(B)	0,00
VARIABEL	OPPORTUNITY PELUANG	BOBOT	TRHEAT ANCAMAN	BOBOT
		0,00		0,00
		0,00		0,00
		0,00		0,00
	SUB TOTAL	0,00	SUB TOTAL	0,00
	(C)	0,00	(D)	0,00
	TOTAL S+O ATAU (A+C)		TOTAL W+T ATAU (B+D)	

Sumber : Rangkuti (2008)

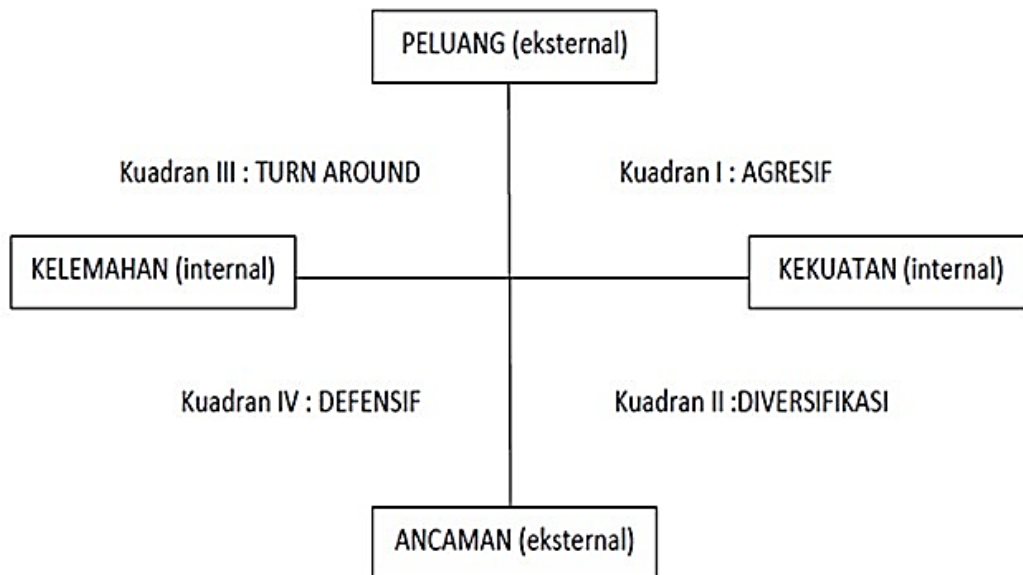
Hasil akhir yang diperoleh adalah :

- a. Bila $S (A) + O (C) > W (B) + T (D)$ maka faktor strategi kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan keluar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan.
- b. Bila $S (A) + O (C) < W (B) + T (D)$ maka pokok masalah adalah kenyataan yang sebenarnya terjadi, yang memiliki kelemahan besar disamping tantangan dan ancaman yang dihadapi sangat besar. Tindak lanjut yang dilakukan adalah mencari alternatif lain untuk memperkuat variabel pengamatan dan strategi lainnya.

Kuadran SWOT

Setelah dilakukan tahapan analisis dengan menggabungkan matriks EFAS dan IFAS maka akan didapat strategi yang tepat. Strategi tersebut kemudian

dituangkan kedalam diagram cartesius yang berisi kuadran SWOT untuk lebih mengetahui strategi apa yang tepat untuk diterapkan untuk usahatani buah naga tersebut. Berikut gambar kuadran SWOT:



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Kuadran I: Ini merupakan situasi yang menguntungkan. usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha 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 III : Usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal usahatani sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV :Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

Dalam analisis SWOT, dilakukan perbandingan antara faktor-faktor strategis internal maupun eksternal untuk memperoleh strategi terhadap masing-masing faktor tersebut, kemudian dilakukan skoring. Berdasarkan hasil yang diperoleh kemudian ditentukan fokus rekomendasi strategi.

Matriks SWOT

Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis, seperti berikut :

Tabel 5. Matriks SWOT

E F I E F E	STRENGTH (S) (Tentukan faktor kekuatan internal)	WEAKNESSES (Tentukan faktor kelemahan internal)
OPPORTUNITIES (O) (Tentukan faktor peluang eksternal)	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
THREATS (T) (Tentukan faktor ancaman eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2015

Berdasarkan matriks SWOT di atas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

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

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang sudah ada. Dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*Strength-opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strength-Treats*), Strategi WT (*Weaknesses-Treats*)(Rangkuti,2006).

- a. Menentukan faktor internal dan eksternal dari kegiatan usaha budidaya ikan hias.
- b. Memberi bobot untuk setiap faktor internal dan eksternal, dengan tingkatan berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Menghitung rating masing-masing faktor.
- d. Pemberian skor terhadap setiap faktor dengan cara mengalikan antara bobot dan rating.
- e. Menjumlahkan skor yang bertujuan untuk menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Defenisi dan Batasan Operasional

Untuk

menghindari terjadinya kekeliruan dan kesalahpahaman dalam pembahasan hasil penelitian, maka digunakan beberapa defenisi dan batasan sebagai berikut :

Defenisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka dibuat beberapa defenisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Usaha budidaya ikan hias koi adalah suatu kegiatan usaha yang membudidayakan ikan hias koi.

2. Kekuatan (*Strength*) internal adalah segala kekuatan yang berhubungan dengan proses pengembangan kegiatan pertanian dan dapat dikontrol oleh pembudidya.
3. Kelemahan (*Weaknesses*) internal adalah segala kelemahan yang berhubungan dengan proses pengembangan kegiatan pertanian dan dapat dikontrol oleh pembudidya.
4. Peluang (*Opportunity*) eksternal adalah segala peluang yang berhubungan dengan proses pengembangan kegiatan pertanian dan tidak dapat dikontrol oleh pembudidya.
5. Ancaman (*Threath*) eksternal adalah segala ancaman yang berhubungan dengan proses kegiatan pertanian dan tidak dapat dikontrol oleh pembudidya.
6. Strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias hias koi adalah tindakan yang senantiasa meningkatkan pendapatan dari pelaku usaha.

Batasan Operasional

Adapun batasan operasional dari penelitian ini adalah :

1. Lokasi penelitian adalah Desa Karang Anyer, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.
2. Sampel penelitian ini adalah Seluruh pelaku usaha budidaya ikan hias koi dan pedagang pengecer serta konsumen ikan hias.
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2020.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

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

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini dilaksanakan di Desa Karang Anyar. Desa Karang Anyar merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. Penduduk Desa Karang Anyar banyak yang berprofesi sebagai pembudidya. Tanaman yang paling banyak di usahakan oleh pembudidya di Desa Karang Anyar adalah Padi, ubi kayu dan jagung.

Desa Karang Anyar merupakan Desa di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang yang mempunyai batasan – batasan wilayah yaitu sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Desa Beringin
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Desa Sidoarjo
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Desa Sidodadi Ramunia
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Bandara Kuala Namu

Desa Karang Anyar berada di titik koordinat: 2° 57' - 3° 16' LU dan 98° 33' - 99° 27' BT. Luas wilayah Desa Karang Anyar adalah ± 477 Hektar, dengan jumlah penduduk sebanyak 7.888 jiwa. Umumnya tanah yang digunakan oleh masyarakat di Desa Karang Anyar adalah sebagian besar digunakan untuk berladang dan bersawah, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Luas Penggunaan Tanah di Desa Karang Anyar

No	Jenis Pekerjaan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pekarangan	100	20,96
3	Persawahan	295	61,84
4	Perkebunan	12	2,51
5	Wakaf	2,20,46	
6	Lain-Lain	68	14,25
7	Total	477	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Karang Anyar 2016

Keadaan Penduduk

a. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Penduduk Desa Karang Anyar berjumlah sebanyak 7.888 jiwa yang terdiri dari 1.961 Kepala Keluarga. Berdasarkan jenis kelamin jumlah penduduk Desa Karang Anyar terdiri dari jumlah laki-laki sebanyak 3.967 jiwa dan perempuan sebanyak 3.921 jiwa. Untuk lebih jelasnya data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Distribusi Penduduk Desa Karang Anyar Baru Berdasarkan Jenis Kelamin

o	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
	Laki-laki	3.967	50,19
	Perempuan		
n		3.921	49,81
	Jumlah	7.888	100

Sumber: Data Kantor Kepala Desa Karang Anyar 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibanding dengan jenis kelamin perempuan, dengan selisih persentase jumlah penduduk sebesar 0,38%.

b. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

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

Tabel 7. Distribusi Penduduk Desa Karang Anyar Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pembudidya	504	14,99
2	PNS/TNI/Polri	336	9,99
3	Buruh	2.018	60,03
4	Pengangguran	504	19,99
	Jumlah	3.362	100

Sumber: Data Kantor Kepala Desa Karang Anyar 2016

Sarana dan Prasarana Umum

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

Desa Karang Anyar memiliki beberapa sarana dan prasarana. Keadaan sarana dan prasarana di Karang Anyarakan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat Desa Karang Anyar. Semakin baik sarana dan prasarana pendukung maka akan mempercepat laju pembangunan Desa Karang Anyarbaik

di tingkat lokal maupun regional. Keadaan sarana dan prasarana di Desa Karang Anyardapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Sarana dan Prasarana Desa Karang Anyar

No	Jenis Saran dan Prasarana Desa	Jumlah (Unit)
1	Perumahan penduduk	1690
	Tempat Ibadah	
	Mesjid	4
	Musollah	6
	Greja	12
3	Sarana Pendidikan	
	PAUD	3
	TK	3
	SD/ sederajat	6
	SMP/ sederajat	3
	SMA/ sederajat	2
4	Sarana Kesehatan	
	Puskesmas Pembantu dan Posyandu	1
5	Sarana Umum	
	Kantor Kepala Desa	1
	TPU	3
8	Sarana Komunikasi	
	Sinyal Telepon Seluler	

Sumber: Data Kantor Kepala Desa Karang Anyar 2016

Karakteristik Sampel

Sampel merupakan komponen yang paling penting dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan penulisan sebuah penelitian. Sesuai dengan judul maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pembudidaya ikan koi, pedagang ikan koi, dinas pertanian dan konsumen dengan jumlah 30 orang responden. Karakteristik sampel penelitian dibedakan berdasarkan jenis kelamin, usia, luas lahan. Penulis akan menjabarkan keseluruhan karakteristik sampel penelitian tersebut satu persatu.

1. Karakterisiti Sampel Pembudidaya

Jumlah sampel pembudidyaIkan hias koi sebanyak 20 orang. Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 20 orang ditentukan secara sensus. Berdasarkan wawancara penulis dapat diketahui bahwa luas kolam usahatani ikan hias koi dari keseluruhan sampel adalah 26 Rante. Karakteristik sampel pembudidya penelitian dibedakan berdasarkan jenis klamin, jumlah tanggungan, usia, Luas kolam. Penulis akan menjabarkan keseluruhan karakteristik sampel penelitian tersebut satu persatu.

Jenis Kelamin

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan. Untuk lebih jelasnya datanya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 9. Distribusi Sampel Pembudidya Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
1	Laki-Laki	18
2	Perempuan	2
	Jumlah	20

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah sampel penelitian jenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang atau 90% dari total keseluruhan responden. Sedangkan untuk jumlah sampel penelitian jenis kelamin perempuan sebanyak 2 orang atau 10% dari jumlah sampel pembudidya.

Usia

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

Tabel 10. Distribusi Sampel Pembudidya Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	25-40	11	55
2	41-56	7	35
3	> 57	2	10
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terendah berada pada rentang usia >25-40 tahun, yakni 11 orang atau 55% dari keseluruhan jumlah sampel. Sedangkan untuk jumlah sampel terting berada pada rentang usia 41-56 tahun sebanyak 7 orang atau 35% dari total keseluruhan sampel pembudidya Ikan hias koi di daerah penelitian.

Jumlah Tanggungan

Karakteristik sampel berdasarkan jumlah tanggungan dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 11. Jumlah Tanggungan Responden Pembudidya

No	Rentang	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-2	10	50
2	3-5	8	40
3	>5	2	10
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah tanggungan sampel penelitian yang terbanyak pada kelompok 0-2 dengan jumlah 10 orang dengan persentase 50%. Sedangkan untuk kelompok jumlah tanggungan terendah berada pada kelompok >5 yaitu sebanyak 2 orang sampel penelitian dengan persentase 10%.

Luas Lahan

Karakteristik sampel berdasarkan Luas ikan hias koi yang dimiliki dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 12. Jumlah Luas Lahan Responden

o	Luas Lahan (Rante)	Jumlah (Jiwa)
	0-1	13
	1-2	4
	>2	3
	Jumlah	20

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terbanyak memiliki Luas lahan 0-1 rante, yakni 13 orang atau 65% dari keseluruhan jumlah sampel, sedangkan skala luas lahan dengan jumlah sampel terendah yaitu >2,1 rante dengan jumlah sampel pembudidya ikan hias koi sebanyak 3 orang atau 15% dari total keseluruhan sampel penelitian

2. Karakteristik Sampel Pedagang

Jumlah sampel pedagang sebanyak 4 orang. Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 4 orang ditentukan secara sengaja. Karakteristik sampel penelitian dibedakan berdasarkan jumlah tanggungan, usia, pengalaman. Penulis akan menjabarkan keseluruhan karakteristik sampel penelitian tersebut satu persatu.

Pengalaman

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan pengalaman dibedakan menjadi beberapa kelompok waktu. Untuk lebih jelasnya datanya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 13. Distribusi Sampel Pedagang Agen Jenis Pengalaman

No	Pengalaman	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1-10	3	75
2	>10	1	25
Jumlah		4	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pengalaman sampel penelitian yang paling banyak adalah 1-10 tahun dengan persentase sebesar 75%. Sedangkan untuk jumlah sampel dengan pengalaman terendah berada dikelompok >10 tahun sebanyak orang atau 25% dari total keseluruhan sampel.

Usia

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

Tabel 14. Distribusi Sampel Pedagang Agen Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	25-40	3	75
3	> 40	1	25
Jumlah		4	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terbanyak berada pada rentang usia 25-40 tahun, yakni 3 orang atau 75% dari keseluruhan jumlah sampel.

a. Jumlah Tanggungan

Karakteristik sampel berdasarkan jumlah tanggungan dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 15. Jumlah Tanggungan Responden Pedagang

No	Rentang	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-2	2	50
2	3-5	1	25
3	>5	1	25
Jumlah		4	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah tanggungan sampel penelitian yang terbanyak pada kelompok 0-2 dengan jumlah 2 orang dengan persentase 50%

3. Karakteristik Sampel Konsumen

Jumlah sampel konsumen dalam penelitian ini sebanyak 5 orang. Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 5 orang ditentukan secara sengaja. Karakteristik sampel penelitian dibedakan berdasarkan jumlah tanggungan, usia, seberapa sering melakukan pembelian. Penulis akan menjabarkan keseluruhan karakteristik sampel penelitian tersebut satu persatu.

Total melakukan pembelian

Karakteristik sampel konsumen berdasarkan total melakukan pembelian adalah sudah berapa sering atau berapa kali konsumen tersebut membeli ikan hias koi sebagai hiasan aquarium. Untuk lebih jelasnya datanya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 16. Distribusi Sampel Total Melakukan Pembelian

No	Total	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1-5	3	60
2	>6	2	40
Jumlah		5	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui total pemebeliansampel penelitian yang paling banyak adalah 1-5 kali dengan persentase sebesar 60%. Sedangkan

untuk jumlah sampel dengan total pembelian terendah berada dikelompok >6 kali sebanyak orang atau 40% dari total keseluruhan sampel.

Usia

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

Tabel 17. Distribusi Sampel Konsumen Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	25-40	3	60
3	> 40	2	40
Jumlah		5	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terbanyak berada pada rentang usia 25-40 tahun, yakni 3 orang atau 60% dari keseluruhan jumlah sampel.

b. Jumlah Tanggungan

Karakteristik sampel berdasarkan jumlah tanggungan dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 18. Jumlah Tanggungan Responden Konsumen

No	Rentang	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-2	4	80
2	3-5	1	20
3	>5	0	0
Jumlah		5	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah tanggungan sampel penelitian yang terbanyak pada kelompok 0-2 dengan jumlah 2 orang dengan persentase 80%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal perusahaan berkaitan dengan keadaan luar perusahaan yang berpengaruh terhadap kegiatan di perusahaan. Identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal sangat dibutuhkan karena merupakan keadaan yang tidak dapat dikendalikan secara langsung. Faktor-faktor eksternal teridentifikasi menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Berikut penjelasan Lingkungan Eksternal yang terdapat di usaha budidaya ikan koi di daerah penelitian:

Peluang

Peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang. Berikut adalah factor eksternal peluang yang dimiliki pelaku usaha:

1. Jenis ikan hias koi sangat banyak diminati dipasaran

Ikan hias koi sangat banyak peminatnya di pasaran hal ini dikarenakan ikan hias koi sudah cukup dikenal luas oleh masyarakat disamping perawata ikan koi yang mudah, ikan koi juga memiliki corak warna yang beragam sehingga peminatnya cukup besar. Berdasarkan data Kompas (2018) total produksi ikan koi sampai 450 juta ekor, produksi

tersebut hanya mencapai 30% dari total permintaan ekspor, sehingga permintaan ikan koi masih sangat besar.

2. Adanya komunitas hobies dari pecinta ikan koi

Dengan adanya komunitas-komunitas dari hobies pecinta ikan koi maka permintaan ikan koi akan terus mengalami peningkatan, Umumnya konsumen akan lebih antusias bila tergabung dalam satu komunitas pencinta ikan koi. Anggota-anggota dalam komunitas hobbies ini akan saling berinteraksi dan berkomunikasi meningkatkan kecintaan terhadap ikan ini. contoh group Facebook pecinta ikan koi Medan

3. Lokasi budidaya yang strategis

Lokasi tempat budidaya yang sangat strategis yaitu di Desa Karang Anyer yang berada di wilayah Kecamatan Beringin yang berbatasan langsung dengan kota Medan, dengan lokasi yang berdekatan dengan pusat kota maka pembudidaya akan mudah dalam memasarkan hasil produksinya.

4. Perkembangan sistem teknologi dan informasi

Perkembangan teknologi dan informasi akan mempermudah pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dengan adanya bantuan teknologi, disamping itu perkembangan informasi juga memberikan peran penting bagi pelaku bagaimana teknik budidaya ikan koi yang tepat, dilain hal dalam proses pemasaran pun akan lebih mudah.

Ancaman

Ancaman adalah cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang. Berikut adalah factor eksternal ancaman yang dimiliki pelaku usaha budidaya ikan hias koi

1. Harga Input Produksi Yang Fluktuatif

Harga input-input produksi yang fluktuatif menyebabkan kenaikan harga input-input produksi seperti harga pakan ikan dan obat-obatan sehingga akan berpengaruh terhadap harga ikan hias di pasaran. Hal ini diantisipasi dengan pemberian pakan yang efektif sehingga dapat menekan biaya operasional budidaya ikan hias koi. Hal ini merupakan ancaman karena dengan input produksi yang meningkat akan menyebabkan keuntungan yang di dapat oleh pembudidaya juga semakin sedikit.

2. Trend Pasar Yang Berubah-Ubah

Seiring terjadi trend pasar atau pola konsumsi dari masyarakat maka setiap pelaku usaha budidaya ikan hias koi harus dituntut mengikuti perkembangan pola permintaan pasar agar usahanya tetap eksis, apabila produsen tidak mampu mengikuti trend pasar maka produsen akan mengalami kerugian.

3. Masuknya Produk Yang Sama Dari Luar Daerah

Masuknya ikan hias koi yang berasal dari daerah lain akan memberikan ancaman bagi pelaku usaha di Desa Karang Anyer karena apabila tidak bias bersaing dari segi harga maka pelaku usaha budidaya ikan koi di daerah penelitian akan tergilas.

4. Serangan Penyakit Ikan Koi

Penyakit ikan koi menjadi salah satu ancaman bagi pelaku usaha, apabila serangan penyakit ikan koi tidak dapat teratasi maka akan menyebabkan kematian ikan koi. Pada umumnya terdapat 13 belas jenis penyakit ikan koi, penyakit yang paling sering menyerang ikan koi adalah penyakit kelumpuhan dan punggung kurus.

Faktor internal

Analisis Lingkungan Internal bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada kegiatan budidaya ikan hias koi. Lingkungan Internal ini didapat dari hasil wawancara serta pengamatan di lapangan. Berikut penjelasan Lingkungan Internal yang terdapat di daerah penelitian:

Kekuatan

Analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Keaneka Ragaman Jenis Warna Ikan Hasil Produksi

Dari proses persilangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam kegiatan budidaya ikan hias koi maka memberikan hasil keaneka ragaman warna ikan koi, ke aneka ragam warna ini akan memberikan nilai harga jual yang meningkat.

2. Input Produksi Dapat Dihasilkan Sendiri

Dalam kegiatan proses produksi berbagai jenis input produksi di buat atau diproduksi sendiri oleh pelaku usaha seperti benih ikan koi dan pakan ikan koi.

3. Adanya Kerja Sama Dengan Pihak Pedagang Ikan Hias Koi.

Dengan terjalinnya kerja sama yang baik dengan para pihak pedagang ikan hias koi, maka akan mempermudah pembudidaya dalam memasarkan hasil produksinya.

4. Modal Sendiri.

Modal sendiri merupakan salah satu faktor kekuatan yang sangat mendukung petani dalam menjalankan usahanya, karena dengan modal sendiri pembudidaya berinovasi dengan baik dalam menjalankan usahanya dan tidak memiliki beban kredit dalam menjalankan usahanya.

Kelemahan

Kelemahan adalah situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala

yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Berikut adalah factor internal kelemahan usaha budidaya ikan hias koi di daerah penelitian.

1. Pengalaman yang masih minim

Pengalaman yang masih minim menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha, dengan pengalaman yang minim pembudidaya masih harus belajar dan mencari informasi tentang bagaimana teknik budidaya yang baik.

2. Kurang mengetahui teknik budidaya ikan koi

Pengalaman pembudidaya yang minim sehingga mengakibatkan pembudidaya masih kurang mengetahui bagaimana teknik budidaya ikan hias koi dengan baik. Apabila kelemahan ini dibiarkan secara terus menerus maka akan dapat memberikan kerugian bagi pembudidaya dan usahanya ikan hias koi tidak akan berkembang

3. Pemasaran ikan hias koi masih melalui agen.

Dalam proses pemasaran hasil produksinya para pedagang ikan hias masih menggunakan pedagang perantara hal ini dikarenakan keterbatasan akses pembudidaya untuk memasarkan hasil produksinya langsung kepada konsumen. Dengan adanya bantuan pedagang perantara dalam memasarkan hasil produksi maka akan mengakibatkan adanya pemotong harga yang diterima oleh produsen.

4. Modal yang terbatas

Sumber modal pembudidaya ikan hias koi di daerah penelitian umumnya bersumber dari modal pribadi oleh karena itu modal yang

dimiliki oleh pembudidaya sangat terbatas sehingga pembudidaya tidak dapat mengembangkan usahanya dalam skala besar.

Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Koi

Analisis SWOT

Analisis SWOT sebagai dasar penentuan strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias koi di Desa Karang Anyer. Penilaian analisis SWOT berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dari hasil penelitian berikut adalah tanggapan responden tentang indikator faktor internal dan eksternal yang diajukan sebagai dasar perumusan strategi pengembangan budidaya ikan hias koi di Desa Karang Anyer. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table dibawah ini

Tabel 18. Analisis Faktor Internal budidaya ikan hias koi di Desa Karang Anyer

FAKTOR INTERNAL	FAKTOR OBOT	I R ATING	B OBOT x RATING
KEKUATAN			
1. Keaneka ragaman jenis warna ikan hasil produksi	,15	4	0,6
2. Input produksi dapat dihasilkan sendiri	,15	4	0,6
3. Adanya kerja sama dengan pihak pedagang ikan hias koi	,15	3	0,4
4. Modal sendiri	,15	3	0,4
Jumlah Kekuatan			2,1
KELEMAHAN			
1. Pengalaman yang masih minim	,1	2	0,2
2. Kurang mengetahui teknik budidaya ikan koi	,1	2	0,2
3. Pemasaran ikan koi masih melalui agen	,1	2	0,2

4. Modal yang terbatas	,1	2	0,2
Jumlah Kelemahan	1		0,8
INTERNAL FACTOR			1,3
EVALUATION (Kekuatan - Kelemahan)			1,3

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan matrik IFAS pada table di atas maka dapat dilihat untuk skor selisih yang diperoleh usaha budidaya ikan hias koi pada factor internal 1,3. Factor kekuatan yang memiliki peran terbesar adalah . Keaneka ragaman jenis warna ikan hasil produksi dengan skor 0,60 dan . Input produksi dapat dihasilkan sendiri skor 0,60. Factor kekuatan yang memiliki peran positif tersebut harus dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Dari matriks IFAS diatas juga dapat dilihat kelemahan yang terbesar yang dimiliki oleh usaha budidaya ikan hias koi nilai skor yang sama yaitu 0,20. Factor kelemahan yang berperan negative terhadap perusahaan harus segera diatasi dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh pelaku usaha guna mengembangkan usaha.

Tabel 19. Analisis Faktor Eksternal budidaya ikan hias koi di Desa Karang Anyer (EFAS)

FAKTOR EKSTERNAL	-	FAKTOR	B	R	B
			OBOT	ATING	OBOT x RATING
PELUANG					
1. Jenis ikan koi banyak dipasaran		diminati	0,15	4	0,60
2. Adanya komunitas hobies dan pecinta ikan koi			0,15	3	0,45
3. Lokasi budidaya yang strategis			0,15	3	0,45
4. Perkembangan teknologi dan informasi			0,15	4	0,60
Jumlah Peluang					1,95
ANCAMAN					

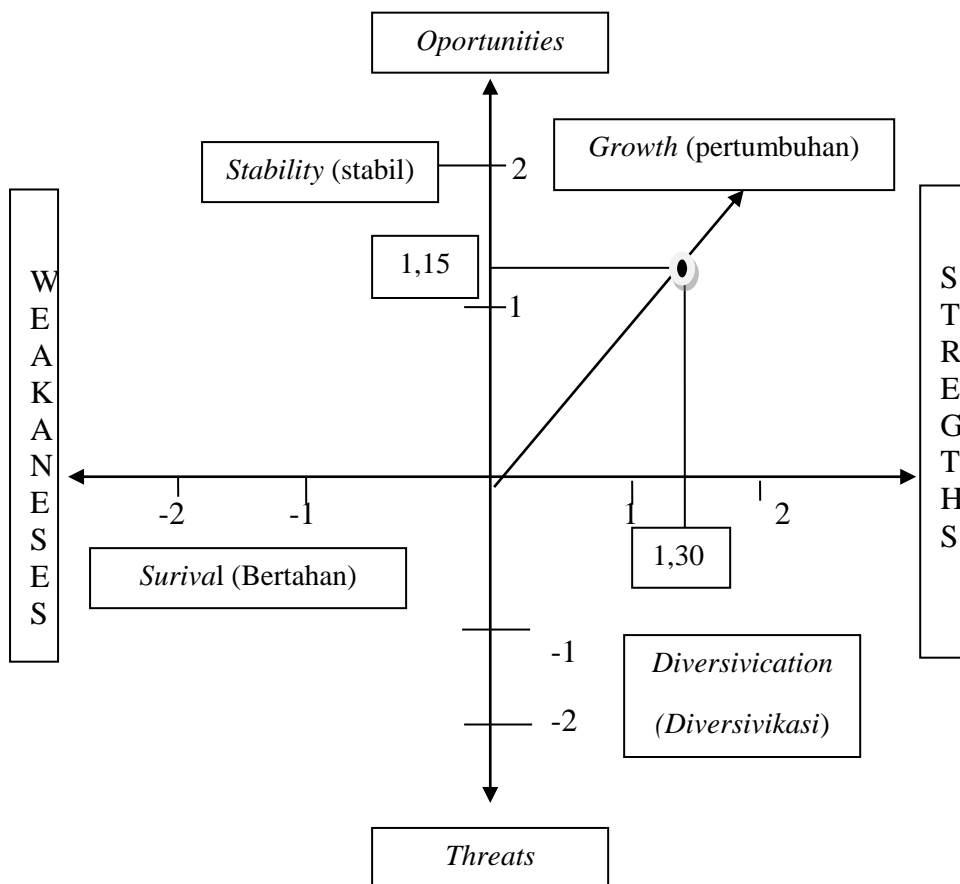
1. Harga input produksi yang fluktuatif	,10	0	2	,20	0
2. Trend pasar yang berubah-ubah	,10	0	2	,20	0
3. Masuknya produk yang samadaru luardaerah	,10	0	2	,20	0
4. Serangan penyakit ikan koi	,10	0	2	,20	0
Jumlah Ancaman		1		,8	0
INTERNAL FACTOR EVALUATION (Peluang-Ancaman)					1,15

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan matrik EFAS pada table diatas maka dapat dilihat untuk skor selisih yang diperoleh pada budidaya ikan hias koi di Desa Karang Anyer pada factor eksternal 1,15. Factor Peluang yang memiliki peran terbesar adalah jenis ikan koi banyak diminati dipasar dengan skor 0,60 dan perkembangan teknologi dan informasi dengan skor 0,45. Factor peluang yang memiliki peran positif tersebut harus dimanfaatkan oleh perusaha. Dari matriks EFAS diatas juga dapat dilihat Ancaman yang terbesar yang dimiliki oleh pelaku usaha adalah harga input produksi yang fluktuatif dengan skor 0,20 dan serangan penyakit ikan koi dengan skor 0,20. Factor ancaman yang berperan negative terhadap kegiatan usaha budidaya ikan koi harus segera diatasi dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan guna mengembangkan usaha.

Berdasarkan Tabel 12 dan Tabel 13, skor IFE adalah 1,3 yang terletak pada kuadran kekuatan dan EFE adalah 1,15 yang terletak pada **kuadran I (growth)** atau pertumbuhan. Kondisi merupakan sesuatu yang menguntungkan dimana kekuatan dan peluang yang ada dapat dimanfaatkan untuk mengatasi faktor kelemahan dan ancaman dari usaha budidaya ikan hias koi. Strategi yang

diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Posisi ini memiliki arti bahwa usaha budidaya ikan hias koi memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dengan demikian strategi yang sesuai untuk perusahaan yang menempati posisi Kuadrat I adalah strategi Agresif. Untuk lebih memperjelas posisi kuadrat usaha pengembangan gula aren dapat dilihat Selengkapnyapada Gambar 3 berikut:



Gambar 3. Diagram Delphi

Bentuk Strategi yang digunakan dalam usaha pengembangan usaha budidaya ikan koi di daerah penelitian menggunakan Strategi SO (Strength and

Opportunities). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

Perumusan Strategi

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategipengembangan suatu usaha. Metode ini dapat menggambarkan secara jelasbagaimana peluang dan ancaman eksternal dihadapi *stake holder* sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T.

Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam kegiatan usaha budidaya ikan koi maka diperoleh beberapa alternatif strategi untuk kegiatan pengembangan usaha budidaya ikan koi. Untuk lebih jelasnya rekomendasi strategi pengembangan usaha budidaya ikan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 20. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS EFAS</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keaneka ragaman jenis warna ikan hasil produksi. 2. Input produksi dapat dihasilkan sendiri. 3. Adanya kerja sama dengan pihak pedagang ikan hias 4. Modal sendiri 	<p style="text-align: center;">WEAKNESSES (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman yang masih minim 2. Kurang mengetahui teknik budidaya 3. Pemasaran ikan koi masih melalui agen 4. Modal yang terbatas
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis ikan koi banyak diminati dipasaran 2. Adanya komunitas hobies dan pencinta ikan koi 3. Lokasi budidaya yang strategis 4. Perkembangan teknologi dan informasi 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar(S1, S2 dan O1, O, 2) 2. Menarik minat konsumen dengan cara melakukan penambahan jenis warna ikan koi (O,2 dan S4) 3. Memamfaatkan perkembangan teknologi dan informasi dalam proses pemasaran ikan hias koi (O4, S1). 4. Input produksi yang dapat diproduksi sendiri dan modal milik sendiri dapat dimanfaatkan untuk menghemat biaya dalam proses produksi 5. Melakukan kerja sama dengan para hobies dan pecita ikan koi untuk mempermudah prose pemasaran. 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari informasi dan melakukan program pelatihan untuk mengatasi kurangnya pengetahuan mengenai teknik budidaya 2. Memamfaatkan peran media sosial dalam proses pemasaran ikan koi agar pemasaran lebih efisien. 3. Modal yang terbatas dapat diatasi dengan cara melakukan kerja sama dengan pihak pedagang dan memafaatkan kemampuan memproduksi saprodi (W4 dan S2 S3).
<p style="text-align: center;">THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga input produksi yang fluktuatif 2. Trend pasar yang berubah ubah 3. Masuknya produk yang sama dari luar daerah 4. Serangan penyakit ikan koi 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga input produksi yang fluktuatif dapat diatasi dengan memproduksi input produksi sendiri secara keseluruhan (T1 dan S2) 2. Masuknya produk yang sama dari daerah lain dapat diatasi dengan cara memamfaatkan kerja sama dengan 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakuan pelatihan dalam hal budidya ikan koi untuk mengatasi pengalaman yang masih minim, serangan penyakit dan kurangnya pengetahuan dalam hal budidaya ikan koi (W1, W2 dan T4). 2. Pemasaran ikan koi yang masih melaluio agen dapat diatasi dengan melakukan pemasaran melalui internet 3. Modal yang terbatas dan

	<p>pihak pedangang (T3 dan S3)</p> <p>3. Trend pasar yang berubah ubah dapat diatasi dengan cara melakukan inovasi dari segi warna ikan koi (T2 dan S1)</p>	<p>trend yang berubah-ubah dapat diatasi dengan cara terus melakukan inovasi agar dapat memberikan keuntungan dan menjaga kesetiaan konsumen</p>
--	---	--

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal, dimana kekuatan internal dapat memanfaatkan tren dan kejadian eksternal.

1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar(S1, S2 dan O1, O, 2).
2. Menarik minat konsumen dengan cara melakukan penambahan jenis warna ikan koi (O,2 dan S4).
3. Memamfatkan perkembangan teknologi dan informasi dalam proses pemasaran ikan hias koi (O4, S1).
4. Input produksi yang dapat diproduksi sendiri dan modal milik sendiri dapat dimanfaatkan untuk menghemat biaya dalam proses produksi
5. Melakukan kerja sama dengan para hobies dan pecita ikan koi untuk mempermudah prose pemasaran.

2) Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah :

1. Mencari informasi dan melakukan program pelatihan untuk mengatasi kurangnya pengetahuan mengenai teknik budidaya.
2. Memamfaatkan peran media sosial dalam proses pemasaran ikan koi agar pemasaran lebih efisien.
3. Modal yang terbatas dapat diatasi dengan cara melakukan kerja sama dengan pihak pedagang dan memafaatkan kemampuan memproduksi saprodi (W4 dan S2 S3).

3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha budidaya ikan hia koi untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu :

1. Harga input produksi yang fluktuatif dapat diatasi dengan memproduksi input produksi sendiri secara keseluruhan (T1 dan S2)
2. Masuknya produk yang sama dari daerah lain dapat diatasi dengan cara memamfaatkan kerja sama dengan pihak pedangang (T3 dan S3)
3. Trend pasar yang berubah ubah dapat diatasi dengan cara melakukan inovasi dari segi warna ikan koi (T2 dan S1)

4) Stategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi W-T adalah taktik bertahan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

1. Melakukan pelatihan dalam hal budidaya ikan koi untuk mengatasi pengalaman yang masih minim, serangan penyakit dan kurangnya pengetahuan dalam hal budidaya ikan koi (W1, W2 dan T4).
2. Pemasaran ikan koi yang masih melalui agen dapat diatasi dengan melakukan pemasaran melalui internet.
3. Modal yang terbatas dan trend yang berubah-ubah dapat diatasi dengan cara terus melakukan inovasi agar dapat memberikan keuntungan dan menjaga kesetiaan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor internal yang terdapat dalam kegiatan usaha budidaya ikan hias koi meliputi: Keaneka ragaman jenis warna ikan hasil produksi, Input produksi dapat dihasilkan sendiri, adanya kerja sama dengan pihak pedagang dan modal sendiri sedangkan untuk factor kelemahan meliputi: pengalaman yang masih minim, kurang mengetahui teknik budidaya ikan koi, pemasaran ikan koi yang masih melalui agen dan modal yang terbatas. Faktor eksternal yang terdapat pada kegiatan usaha budidaya ikan koi, dari segi peluang meliputi: jenis ikan koi yang diminati dipasaran, adanya komunitas hobies dan pecinta, lokasi budidaya yang strategis dan perkembangan teknologi sedangkan untuk faktor ancaman meliputi: harga input produksi yang fluktuatif, trend pasar yang berubah-ubah, masuknya produk lain dan serangan penyakit.
2. Bentuk Strategi yang digunakan dalam usaha pengembangan usaha budidaya ikan koi di daerah penelitian menggunakan Strategi S O (Strength and Opportunities). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

Saran

1. Diharapkan kepada pembudidya membentuk kelompok tani agar dapat mengatasi segala persoalan dalam teknik budidaya dan agar penyuluhan

yang diberikan oleh dinas pertanian dapat tersampaikan kepada seluruh pihak.

2. Diharapkan kepada pelaku usaha supaya menggunakan teknologi terbaru dibidang teknik budidaya agar dapat meningkatkan hasil produksinya.

DAFTAR FUSTAKA

- Amin Kahar, 1994. Pendidikan, Penelitian dan Pengembangan Hortikultura. Proc. Simp. Hort. Nas., Malang. P. 54 -59.
- Asian Sfirit, 2014.: Asiansprits.blogspot.co.id./2012/ikan-black-molly.html diakses pada tanggal 26 april 2019
- Bachtiar, Y. 2002. *Mencemerlangkan Warna Koi*. AgroMedia Pustaka. Jakarta. 74 hlm.
- Bagus Dwi Nugroho (2017) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- David, 2006 Manajemen Strategis Konsep. Sunardi D, penerjemah; Jakarta: Salemba Empat. Ed ke-12. Terjemahan dari: Strategic Management, 12thed.
- _____. 2011. Manajemen Strategis Konsep. Sunardi D, penerjemah; Jakarta: Salemba Empat. Ed ke-12. Terjemahan dari: Strategic Management, 12thed.
- Djoni 2017. Pengembangan Bisnis Ikan Hias Cupang (Betta Sp) Di Pangkalan Bun, Kotawaringin Barat. . Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Effendi ii 1993. Budidaya Ikan Koi Ikan Eksotis Yang Menguntungkan. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Gunawan, A. 2005. *Pengaruh Pemberian Ekstrak Daun Bayam (Amaranthus tricolor) Terhadap Perubahan Kecerahan Warna Benih Ikan Koi Jenis Kohaku (Cyprinus carpio)*. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Padjadjaran. Jatinangor. 35 hlm
- Hanafie Rita, 2010: Pengantar Ekonomi Pertanian. Penerbit andi. yogyakarta
- HASRIL BURHANUDDIN YUSUP (2015). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias Air Tawar Pada Kelompok Batara Mina Sejahtera, Kota Bogor.
- Karmila, M. 2000. *Fenotipe Warna Keturunan Diploid dan Triploid Hasil Persilangan Ikan Koi (Cyprinus carpio L.) Kohaku dan Sanke Betina dengan Jantan Shiromuji dan Jan tan Higo*. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor. Bogor. 44 hlm.

- Lesmana, D. S. dan Iwan D., 2012. *Budidaya Ikan Hias Air Tawar*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Loka, G.L dan K. Roosпитasari. 2002. *Menyiapkan Koi untuk Kontes*. Penebar Swadaya. Jakarta. 78 hlm.
- Rangkuti, F. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- 1997. Analisis *SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- , 2009 Analisis *SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Subagyo, Ahmad. 2008. *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Gramedia
- Susanto, H. 1991. *Koi*. Penebar Swadaya. Jakarta. 124 hlm. Alex 2011
- Twigg, 2008. *Mengenal Beberapa Jenis Koi*. Kanisius. Yogyakarta
- .

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No Sampel	Umur (Tahun)	Propesi	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan	LuasKolam (rante)
1	40	Pembudidaya	2	2	0.5
2	35	Pembudidaya	3	2	0.5
3	54	Pembudidaya	2	2	1
4	29	Pembudidaya	2	2	0.5
5	35	Pembudidaya	3	3	0.5
6	30	Pembudidaya	2	2	1
7	50	Pembudidaya	2	5	0.5
8	35	Pembudidaya	5	1	1
9	45	Pembudidaya	2	1	2
10	35	Pembudidaya	2	3	0.5
11	40	Pembudidaya	3	1	1
12	38	Pembudidaya	2	2	0.5
13	34	Pembudidaya	2	3	1
14	40	Pembudidaya	2	3	0.5
15	46	Pembudidaya	1	2	2
16	50	Pembudidaya	2	3	2
17	39	Pembudidaya	2	3	1
18	43	Pembudidaya	4	2	0.5
19	47	Pembudidaya	2	2	1
20	55	Pembudidaya	2	3	1
21	50	Pedagang	5	1	0

22	37	Pedagang	8	2	0
23	32	Pedagang	4	3	0
24	50	Pedagang	2	3	0
25	23	Konsumen	10	2	0
26	26	Konsumen	8	3	0
27	26	Konsumen	8	3	0
28	35	Konsumen	12	2	0
29	27	Konsumen	13	3	0
30	35	Penyuluh	7	1	0
Total	1161		124	70	18.5
Rataan	38.7		4.13	2.33	0.6167

Sumber data primer diolah, 2019

Lampiran 2. Rekap Kuisioner Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Hias Koi Kekuatan(4321)

No Sampel	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
1	4	4	4	3
2	3	3	4	3
3	4	4	3	4
4	2	3	4	3
5	4	4	3	4
6	3	4	4	4
7	4	4	4	3
8	3	3	2	2
9	4	2	2	4
10	4	4	3	3

11	3	3	4	4
12	4	3	2	4
13	4	4	4	3
14	4	3	3	3
15	3	4	4	4
16	4	3	4	4
17	4	4	4	3
18	2	3	3	2
19	4	4	3	4
20	4	3	4	4
21	3	4	4	3
22	4	3	3	2
23	4	4	4	3
24	3	3	2	3
25	4	4	3	4
26	4	4	4	4
27	4	4	3	4
28	4	4	3	4
29	4	4	3	4
30	4	3	4	4
<hr/>				
Total	109	106	101	103
Rataan	3.633333	3.533333	3.366667	3.433333

Sumber data primer diolah, 2019

Lampiran 3. Rekap Kuisisioner Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Hias Koi Kelemahan (1234)

No Sampel	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
1	2	1	1	1
2	2	1	2	1
3	2	2	1	1
4	2	1	1	3
5	2	2	2	1
6	1	1	2	3
7	2	1	1	2
8	1	2	2	2
9	2	1	1	2
10	1	2	2	3
11	2	1	1	2
12	1	2	1	1
13	2	2	2	3
14	1	2	1	3
15	2	3	2	1
16	2	3	2	1
17	1	2	1	3
18	3	1	2	2
19	2	2	2	1
20	1	3	2	1

21	2	2	2	1
22	2	2	3	1
23	2	2	3	2
24	3	3	4	2
25	2	2	2	3
26	3	2	2	2
27	2	2	3	2
28	2	2	3	2
29	3	3	3	2
30	2	3	1	1
Total	57	58	57	55
Rataan	1.9	1.933333333	1.9	1.833333333

Sumber data primer diolah, 2019

Lampiran 4. Rekap Kuisioner Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Hias Koi Peluang(4321)

No Sampel	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
1	4	3	3	3
2	4	3	4	4
3	3	3	4	3
4	4	4	4	4
5	3	3	4	4
6	4	3	3	2
7	3	3	4	4
8	4	4	3	4
9	4	2	4	3
10	4	3	3	4

11	3	4	3	4
12	4	4	3	2
13	4	3	4	3
14	3	2	3	2
15	4	4	4	4
16	4	3	3	3
17	3	3	4	4
18	3	4	3	4
19	3	3	4	4
20	4	3	4	4
21	3	4	3	3
22	4	4	4	4
23	4	3	3	3
24	4	3	3	4
25	4	4	3	3
26	4	3	3	4
27	3	3	3	4
28	3	3	3	4
29	3	3	3	4
30	4	3	3	4
<hr/>				
Total	108	97	102	106
Rataan	3.6	3.233333	3.4	3.533333

Sumber data primer diolah, 2019

Lampiran 5. Rekap Kuisisioner Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Hias Koi
Ancaman (1234)

No Sampel	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
1	2	2	2	2
2	1	2	2	2
3	2	2	2	2
4	2	2	2	2
5	1	2	2	2
6	2	1	1	1
7	1	2	2	2
8	1	2	2	2
9	1	1	1	1
10	1	1	1	1
11	1	1	1	1
12	2	1	1	1
13	2	2	2	2
14	1	2	2	2
15	1	2	2	2
16	1	1	1	1
17	2	1	1	1
18	2	2	2	2
19	2	2	2	2
20	1	1	1	1
21	2	2	2	2
22	1	2	2	2

23	2	2	2	2
24	2	2	2	2
25	1	2	2	2
26	2	1	1	1
27	3	3	3	2
28	3	3	3	2
29	3	3	3	2
30	1	1	1	1
Totoal	49	53	53	50
Rataan	1.633333	1.766667	1.766667	1.666667

Sumber data primer diolah, 2019

Lampiran 6. Tabel Scoring

No	Variabel	Dimensi	Bobot (%)	Rating	Skor
1	Kekuatan	1. Keanekaragaman jenis warna ikan hasil produksi	0,2	4	0,8
		2. Input produksi dapat dihasilkan sendiri	0,20	4	0,8
		3. Adanya kerjasama dengan pihak pedagang ikan hias koi	0,15	3	0,45
		4. Modal sendiri	0,15	3	0,45
Jumlah Kekuatan					2,5
2	Kelemahan	1. Pengalaman yang masih minim	0,10	2	0,2
		2. Kurang mengetahui teknik budidaya ikan koi	0,2	2	0,4
		3. Pemasaran ikan koi masih melalui agen	0,15	2	0,3
		4. Modal yang terbatas	0,15	2	0,3
Jumlah Kelemahan					1,2
Jumlah Kekuatan + Kelemahan			1		3,7
3	Peluang	1. Jenis ikan koi banyak diminati dipasaran	0,25	4	0,6
		2. Adanya komunitas hobies dan pecinta ikan koi	0,2	3	0,6

	3. Lokasi budidaya yang strategis	0,1	3	0,3
	4. Perkembangan teknologi dan informasi	0,15	4	0,45
	Jumlah Peluang			1,95
Ancaman	1. Harga input produksi yang fluktuatif	0,2	2	0,4
	2. Trend pasar yang berubah-ubah	0,10	2	0,2
	3. Masuknya produk yang sama dari luar daerah	0,1	2	0,2
	4. Serangan penyakit ikan koi	0,15	2	0,3
	Jumlah Ancaman	1		1,1
	Jumlah Peluang + Ancaman			3,05

Sumber data primer diolah, 2019

Lampiran 7. Tabel IFE Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Hias Koi

FAKTOR - FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
KEKUATAN			
1. Keaneka ragaman jenis warna ikan hasil produksi	0,15	4	0,6
2. Input produksi dapat dihasilkan sendiri	0,15	4	0,6
3. Adanya kerja sama dengan pihak pedagang ikan hias koi	0,15	3	0,45
4. Modal sendiri	0,15	3	0,45
Jumlah Kekuatan			2,1
KELEMAHAN			
1. Pengalaman yang masih minim	0,1	2	0,2
2. Kurangmengetahuiteknikbudidyaikankoi	0,1	2	0,2
3. Pemasaranikan koi masihmelaiuigen	0,1	2	0,2
4. Modal yang terbatas	0,1	2	0,2
Jumlah Kelemahan	1		0,8
INTERNAL FACTOR EVALUATION (Kekuatan - Kelemahan)			1,3

Sumber data primer diolah, 2019

Lampiran 8. Tabel EFAS Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Hias Koi

FAKTOR - FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
PELUANG			
1. Jenis ikan koi banyak diminati dipasaran	0,15	4	0,6
2. danya komunitas hobies dan pecinta ikan koi	0,15	3	0,45
3. Lokasi budidaya yang strategis	0,15	3	0,45
4. Perkembangan teknologi dan informasi	0,15	4	0,45
Jumlah Peluang			1,95
ANCAMAN			
1. Harga input produksi yang fluktuatif	0,1	2	0,2
2. Trend pasar yang berubah-ubah	0,1	2	0,2
3. Masuknyaproduk yang samadariluardaerah	0,1	2	0,2
4. Seranganpenyakitikan koi	0,1	2	0,2
Jumlah Ancaman	1		0,8
INTERNAL FACTOR EVALUATION (Peluang-Ancaman)			1,15

DAFTAR PERTANYAAN (KUISIONER) PENELITIAN

JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA
IKAN HIAS KOI DI DESA KARANG ANYER

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu/ Saudara/ i

Di_

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Syariful akhyar Pasaribu
Npm : 1504300314
Jurusan : Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan Bapak / Ibu / Saudara /I untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebaik baiknya. Kuesisioner ini dibuat dalam rangka memenuhi tugas penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha budiya ikan hias koi”. Dengan ini kami memohon ketersediaan Bapak/I bu /Sdr untuk mengisi kuesisioner ini. Adapun hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesisioner ini dengan objektif dan jujur akan sangat berarti dalam penelitian ini. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Hormat saya.

Syariful akhyar Pasaribu

Berilah tanda cheklist (✓) dan isilah titik dibawah ini :

Hari/ Tanggal :.....

No. Sampel :.....

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :.....
2. Umur :..... tahun
3. Jenis Klamin : Pria () Wanita ()
4. Status : Menikah () Belum Menikah ()
5. Pendidikan : SD () SMP () SMA () D-3 () S-1 ()
6. Jumlah tanggungan :..... orang
7. Pengalaman Bertani :..... tahun
8. Luas Lahan :..... Ha

B. Kuisisioner strategi pengembangan

Catatan :

Penilaian kondisi saat ini:

Angka 1 = Sangat Kurang

Angkat 2= Kurang

Angka 3= Cukup

Angka 4 = Agak Baik

Analisis Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

No.	Pernyataan	Penilaian kondisi saat ini			
		1	2	3	4
KEKUATAN (STRENGTH)					
1	Keaneka ragaman jenis warna ikan hasil produksi				
2	Input produksi dapat dihasilkan sendiri				
3	Adanya kerja sama dengan pihak pedagang ikan hias koi				
4	Modal sendiri				
KELEMAHAN (WEAKNESS)					
1	Pengalaman yang masih minim				
2	Kurang mengetahui teknik budidaya ikan koi				
3	Pemasaran ikan koi masih melalui agen				
4	Modal yang terbatas				

Analisis Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

No.	Pernyataan	Penilaian kondisi saat ini			
		1	2	3	4
PELUANG (OPPORTUNITIES)					
1	Jenis ikan koi banyak diminati dipasaran				
2	Adanya komunitas hobies dan pecinta ikan koi				
3	Lokasi budidaya yang strategis				
4	Perkembangan teknologi dan informasi				
ANCAMAN (THREATS)					
1	Harga input produksi yang fluktuatif				
2	Trend pasar yang berubah-ubah				
3	Masuknya produk yang sama dari luar daerah				
4	Serangan penyakit ikan koi				

Analisis Usahatani

1. *Status Kepemilikan Kolam?*

Milik sendiri () menyewa ()

2. *Berapa Sewa Kolam/ Ha*

Rp...../Ha

3. *Berapa harga benih Ikan KoiRp/ekor*

4. *Berapa jumlah benih yang bapak/ibu pergunakan...../ekor*

5. *Darimana bapak/ibu memperoleh benih Ikan Koi.....*

6. *Apakah bapak/ibu menggunakan pakan dalam usaha Kolam Ikan Koi*

a. *Ya* b. *Tidak*

Jika jawaban nya ya,pakan apa saja yang digunakan

<i>No</i>	<i>Jenis pakan</i>	<i>Kebutuhan (kg/Ha)</i>	<i>Harga (Rp/Kg)</i>	<i>Nilai (Rp)</i>
<i>1</i>				
<i>2</i>				
<i>3</i>				
<i>4</i>				
<i>5</i>				

7. *Apakah bapak/ibu menggunakan pestisida (obat-obatan) dalam usaha Kolam*

Ikan Koi

a. *Ya* b. *Tidak*

Jika jawaban nya adalah ya, pestisidaapa yang digunakan?

<i>No</i>	<i>JenisPestisida</i>	<i>Kebutuhan (liter/bungkus/ha)</i>	<i>Harga (Rp/L)</i>	<i>Nilai (Rp)</i>
<i>1</i>				
<i>2</i>				
<i>3</i>				
<i>4</i>				

8. *Penggunaan tenaga kerja:*

No	JenisKegiatan	Satuan (HK)		Upah (Rp/HK)		Nilai (RP)
		L	P	L	P	
1	<i>Persiapan Kolam</i>					
2	<i>Pemupukan</i>					
3	<i>Pemeliharaan</i>					
4	<i>Pemanenan</i>					

9. *Biaya peralatan*

No	Jenis Peralatan	Harga (Rp)	Jumlah unit	Umur Ekonomis (tahun)

10. *Pemanenan*

- *Berapa lama usia Ikan Koi agar dapat dipanen.....Bulan*
- *Berapa banyak produksi Ikan Koi bapak/ibu per musim panen
.....ekor*
- *Dengan harga Berapa bapak/ibu menjual hasil produksi Ikan Koi
Rp...../ekor*
- *Kemana bapak/ibu memasarkan hasil produksi ikan Koi?*
 - a. *Agen*
 - b. *pengumpul*
 - c. *Pengecer*
 - d. *Konsumen*