

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA NILA GESIT  
(Studi Kasus pada Agribisnis Budidaya Nila Gesit di Desa Ciawang  
Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya)**

**JIHAD MIMBAR<sup>1\*</sup>, DINI ROCHDIANI<sup>2</sup>, BUDI SETIA<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Galuh Ciamis

<sup>2</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

\*Email : Jihadmimbar@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan pada usaha budidaya ikan nila gesit. 2) Alternatif Strategi yang diterapkan dalam pengembangan pada usaha budidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada perusahaan budidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang. Responden pada penelitian ini adalah pemilik budidaya ikan nila gesit. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :1) Faktor kekuatan (*Strengths*), dalam pengembangan budidaya ikan nila gesit yaitu lokasi usaha dan kualitas air, kualitas ikan, memiliki induk ikan berkualitas unggul, sudah terkenal di masyarakat dan harga terjangkau oleh konsumen, pengalaman perusahaan, menggunakan modal sendiri untuk membiayai usaha. Faktor kelemahan (*weaknesses*) dalam pengembangan usaha Budidaya nila gesit diantaranya jumlah benih terbatas, terbatasnya jumlah perasarana kolam, sumber daya manusia, pencatatan data produksi dan keuangan belum terstruktur dan sistematis, keterbatasan persediaan produk. 2) Alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha yaitu dengan menggunakan strategi SO. Berdasarkan kekuatan, peluang dan strategi SO (*Strenght-Opportunity*), maka diperoleh faktor yang harus dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada, yaitu: mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produksi, menambah jumlah kolam baru untuk meningkatkan kuantitas produksi ikan nila gesit, kuantitas indukan harus diperbanyak menggunakan induk yang berkualitas, dan meningkatkan serta menjaga kualitas produk dengan mengupayakan jumlah benih harus cukup agar kuantitas dan kontinuitas permintaan terpenuhi, dan layanan pemasaran harus lebih baik.

**Kata Kunci:** Budidaya ikan nila, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman

**ABSTRACT**

*This study aims to determine: 1) The factors that are the strengths and weaknesses in the development of agile tilapia fish farming. 2) Alternative strategies that are applied in the development of agile tilapia fish farming in Ciawang Village, Leuwisari District, Tasikmalaya Regency. This study used a case study method at an agile tilapia aquaculture company in Ciawang Village. Respondents in this study were the owner of agile tilapia fish farming. The data used are primary and secondary data. The analysis used is aanalysis SWOT. The results of this study indicate that: 1) The strength factor (*Strenghts*), in the development of agile tilapia aquaculture, namely business location and water quality, the quality of the fish produced is good, has superior quality broodstock, is well known in the community and affordable by consumers, experience companies, using their own capital to finance the business. While the weakness factor(*weaknesses*)of which a limited number of seeds, the limited number of perasarana pond, human resources, financial and production data recording has not been structured and systematic, the limited supply of product. 2) Alternative appropriate strategies to be applied in business development, namely by using the SO strategy. After pairing strength with opportunities and SO (*strategiesStrength-Opportunity*), the factors that must be maintained to be able to take the existing opportunities are obtained, namely: maintaining and improving product quality by monitoring production, increasing the number of new ponds to increase the quantity of agile tilapia production. , the quantity of broodstock must be reproduced using quality broodstock, and improve*

*and maintain the quality of the product by ensuring that the number of seeds must be sufficient to maintain the quantity and continuity of demand for better marketing services.*

**Keywords:** *farming, lowland rice, production*

## **PENDAHULUAN**

Industri perikanan di Indonesia yang awalnya didominasi oleh perikanan tangkap yaitu hanya mengandalkan hasil tangkapan di laut dikhawatirkan akan menimbulkan dampak lingkungan yang tidak seimbang, seperti terjadinya *over fishing* sehingga kelestarian sumber daya perikanan akan terus menurun. Untuk menjaga kelestarian sumber daya lautan, perikanan budidaya merupakan langkah strategis yang harus terus dikembangkan (Widagdo, 2016).

Budidaya perikanan di Indonesia merupakan salah satu komponen yang penting di sektor perikanan. Hal ini berkaitan dengan perannya dalam menunjang persediaan pangan nasional, penciptaan pendapatan dan lapangan kerja serta mendatangkan penerimaan negara dari ekspor. Budidaya perikanan juga berperan dalam mengurangi beban sumber daya laut (Feisal, 2015).

Pembangunan perikanan pada saat ini diarahkan untuk peningkatan kontribusi subsektor perikanan dalam menunjang terciptanya pertanian yang maju, efisien, dan tangguh. Selanjutnya, pembangunan perikanan bertujuan untuk mewujudkan

stabilitas ekonomi yang seimbang antara industri dan pertanian yang mendukung. Salah satu upaya untuk meningkatkan produksi perikanan adalah melalui teknik budidaya dan pola pengembangan dengan cara ekstensifikasi dan intensifikasi terutama di daerah-daerah yang memiliki potensi dan prospek yang cukup tinggi. Di samping itu budidaya perikanan dianggap sebagai sektor penting untuk mendukung perkembangan ekonomi pedesaan dan meningkatkan taraf hidup pengusahaan (Kurniati & Jumanto, 2017).

Nilai komersial yang cukup menjanjikan dari sub sektor perikanan banyak tersedia dari sejumlah spesies ikan, salah satunya adalah budidaya ikan nila. Ikan nila (*Oreochromis niloticus*) adalah salah satu hasil perikanan air tawar yang diminati masyarakat. Keunggulan ikan nila yaitu memiliki rasa yang spesifik, daging padat, mudah disajikan, tidak mempunyai banyak duri, mudah didapatkan serta harganya yang relatif murah (Ardita dkk, 2015).

Nila atau yang akrab disebut sebagai *tilapia*, merupakan ikan yang memiliki posisi penting dalam dunia akuakultur di dunia. Nila dengan segala keunikannya

merupakan komoditas perikanan (budidaya air tawar) yang menempati urutan ketiga setelah udang dan salmon menurut FAO (*Food and Agriculture Organization*). Selain keunggulan dari cita rasa dan pertumbuhan, faktor yang menyebabkan ikan nila adalah ikan unggulan air tawar dikarenakan ikan nila mempunyai resistensi yang relatif tinggi terhadap kualitas air, juga mempunyai daya tahan yang luar biasa. Selain itu, nila sangat mudah berkembang biak. Nila sangat mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan, sehingga di dalam budidaya intensif, nila memiliki nilai ekonomis yang sangat tinggi (Sonatha & Puspita, 2016).

Selain kelebihan yang telah disebutkan di atas ikan nila juga memiliki nilai gizi yang tinggi, mengkonsumsi ikan juga dapat meningkatkan kecerdasan dan daya ingat. Kebutuhan standar konsumsi ikan rata-rata adalah 14,3 kg per kapita per tahun atau 1,2 kg per kapita per bulan, artinya jumlah produksi yang tersedia masih sangat kurang untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi ikan. Kebutuhan ikan bagi masyarakat sangatlah penting sehingga wajar jika usaha perikanan harus dikembangkan (BPS, 2015).

Ciri-ciri keunggulan komparatif nila seperti yang telah disebutkan di atas

berimplikasi positif kepada keunggulan nilai ekonominya. Pasar domestik belum memperlihatkan titik jenuh, pasar domestik dapat dilihat dari permintaan ikan nila konsumsi di sentra produksi seperti di Cirata dan Jatiluhur, di mana jumlah pemasukan masih dibawah jumlah permintaan. Relatif tingginya permintaan akan ikan nila, karena harga ikan nila cukup bersaing dibandingkan harga ikan air tawar lainnya. Di restoran kota-kota besar, ikan nila mempunyai daya substitusi terhadap ikan gurame dan ikan kakap merah. Pasar ikan nila untuk ekspor belum digeluti secara intensif. Kendala utamanya karena tidak dapat memenuhi permintaan secara kontinyu, sebab produksinya masih sporadis dan dalam skala yang kecil. Permintaan ikan konsumsi ini mencapai lebih dari 1,3 milyar per tahun dan permintaan untuk ekspor adalah lebih dari 30 ton/hari, yang sampai saat ini belum dapat dipenuhi baik secara kuantitas maupun kualitas (Diani & Sunyoto, 2005).

Disamping itu, banyaknya keluhan dari pembudidaya mengenai lambatnya pertumbuhan ikan nila yang dipelihara pada saat banyaknya jumlah permintaan terhadap ikan nila. Keluhan ini banyak disampaikan oleh pembudidaya ikan yang memelihara ikan nila di kolam maupun pada jaring apung. Karena

pertumbuhan ikan nila yang lambat ini membuat para pembudidaya tidak bisa optimal dalam meraih keuntungan. Mengatasi banyaknya permintaan dan banyaknya keluhan dari pembudidaya ikan karena pertumbuhan ikan nila yang lambat.

Pusat Teknologi Produksi Pertanian (BPPT) bekerja sama dengan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor (IPB) dan Balai Besar Pengembangan Budidaya Air Tawar (BBPBAT) Sukabumi di bawah Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP) melakukan perbaikan genetik dan dikenal dengan ikan Nila Gesit (Sonatha dan Puspita, 2016).

Budidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya yang dilakukan oleh pengusaha sudah berjalan dengan cukup baik, meskipun hanya berdasarkan pengalaman dari generasi ke generasi.

Prioritas pada hal-hal yang perlu mendapat perhatian diantaranya pengelolaan air, ketersediaan saprodi, cara pembudidayaan, dan penggunaan pakan. Namun masalah umum yang senantiasa terjadi adalah tingkat kemampuan dan ketrampilan pengusaha ikan nila gesit cenderung masih rendah, penggunaan faktor produksi yang digunakan belum

efisien, dan rantai tataniaga yang sulit dan panjang menyebabkan nilai perbandingan antara biaya produksi yang dikeluarkan masih sangat besar dibandingkan dengan keuntungan yang diterima .

Salah satu tantangan yang perlu mendapat perhatian adalah belum optimalnya tingkat pemanfaatan sumberdaya perikanan ikan nila gesit dibandingkan dengan besarnya potensi yang tersedia. Untuk ini, diperlukan strategi usaha yang tepat, mantap, dan dapat diandalkan agar budidaya ikan nila gesit ini berkesinambungan dan perekonomian masyarakat meningkat.

Langkah awal menyusun strategi pengembangan usaha ikan nila gesit adalah dengan menganalisis lingkungan internal yang mencakup faktor kekuatan dan kelemahan usaha ikan nila gesit dan lingkungan eksternal meliputi pemanfaatan peluang dan menghindari atau meminimalisir ancaman yang berasal dari luar.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan oleh petani Nila Gesit, sehingga budidaya ini tetap berjalan dengan baik dengan melihat dari faktor internal dan eksternal yang ada, sehingga penulis tertarik melakukan

penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Nila Gesit (*Genetically Supermale Indonesian Tilapia*)” di Desa Ciawang Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan mengambil kasus pada pengembangan usaha budidaya nila gesit di Desa Ciawang Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi langsung ke lokasi penelitian dan wawancara langsung serta pengisian kuisioner oleh responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Data sekunder diperoleh dari dinas atau instansi yang berhubungan dengan penelitian ini atau data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain. Diperoleh melalui studi kepustakaan dan studi literatur.

Teknik penarikan sampel lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu di Desa Ciawang Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya dengan pertimbangan bahwa lokasi penelitian memiliki kualitas ikan nila

gesit yang bagus serta tempatnya yang strategis dan besar. *Purposive sampling* yang berarti sampel yang diambil secara tidak acak atau secara sengaja dipilih atas pertimbangan tertentu (Nasehudin, 2012).

Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis *SWOT* dengan matriks *SWOT* yang berupa matriks internal dan eksternal, kemudian dari hasil yang ada maka ditentukan pengambilan keputusan dan alat yang digunakan untuk menyusun strategi adalah Matriks *SWOT*. Matriks *SWOT* adalah alat yang dipakai untuk faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini menggambarkan dengan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi diselesaikan dengan kekuatan dan kelemahan.

Matriks *SWOT* ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi. Strategi *S-O* menuntut perusahaan mampu memanfaatkan peluang melalui kekuatan internalnya. Strategi *W-O* menuntut perusahaan untuk meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang. Strategi *S-T* merupakan pengoptimalan kekuatan dalam menghindari ancaman. *W-T* merupakan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (Rangkuti, 2006). Strategi *S-O* atau strategi kekuatan- peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan

peluang eksternal. Strategi *S-T* atau strategi kekuatan ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi *WT* atau strategi kelemahan ancaman merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (David, 2004).

**Tabel 6. Matriks SWOT**

	<b>Strenght (S)</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>Weaknes (W)</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunities (O)</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor peluang eksternal	<b>Strategi S-O</b> menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi W-O</b> menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Menentukan faktor-faktor ancaman eksternal	<b>Strategi S-T</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi W-O</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Matriks ini menggambarkan secara jelas bagian peluang dan ancama eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan 4 sel kemungkinan alternatif yaitu :

1. Strategi *Strenght Opportunities* (Kekuatan- Peluang)
2. Strategi *Strenght Thereats* (Kekuatan- Ancaman)
3. Strategi *Weaknes Opportunities* (Kelemahan- Peluang)
4. Strategi *Weaknes Thereats* (Kelemahan- Ancaman)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan kemudian dilakukan penetapan 22 faktor penentu yang diajadikan sebagai dasar dalam kerangka analisis Matrik *SWOT* untuk strategi usaha budidaya ikan

nila gesit di Dusun Tanjung Desa Ciawang Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya, seperti terlihat pada Gambar 5.

### a. Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*strenght*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditermpuh oleh pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang yaitu :

1. Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk Untuk menjaga kepercayaan pelanggan yang ada, dengan cara pengawasan produksi perusahaan perlu mempertahankan dan

meningkatkan kualitas produk ataupun pelayanan agar terciptanya kepercayaan yang berkelanjutan.

2. Menambah jumlah kolam baru

Untuk meningkatkan kuantitas produksi, meningkatkan pendapatan perusahaan agar lebih berkembang dan bisa memenuhi permintaan ikan yang tinggi, maka perluasan tempat atau penambahan kolam budidaya ikan nila gesit harus dilakukan .

3. Kuantitas, indukan harus diperbanyak menggunakan induk yang berkualitas

Untuk mempertahankan atau meningkatkan kuantitas produksi ikan nila gesit maka harus adanya perbanyak indukan menggunakan induk ikan nila gesit yang unggul, karena dengan induk yang unggul bisa menghasilkan produk yang berkualitas serta dengan banyaknya induk ikan nila dapat memperbanyak produksi pembudidaya.

4. Meningkatkan kuantitas dan menjaga loyalitas pelanggan

Untuk meningkatkan kuantitas dan menjaga loyalitas pelanggan agar pelanggan yang ada tetap setia terhadap produk serta bisa menarik

konsumen lainnya, maka perlu mempertahankan atau meningkatkan kuantitas produksi ikan nila gesit dengan mengupayakan jumlah benih harus cukup untuk menjaga kuantitas dan kontinuitas permintaan layanan pemasaran harus lebih baik.

b. Strategi ST (*Strenght-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strenght*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang yaitu :

1. Menciptakan lingkungan budidaya yang optimal dengan memanfaatkan fasilitas dan lahan yang strategis
2. Penanganan proses produksi secara baik dan tepat pada kondisi dan cuaca yang kurang mendukung
3. Mempertahankan kualitas untuk bisa bersaing dan melakukan kemitraan dengan para pemasok atau pesaing lainnya  
Meningkat dengan banyaknya industri yang mengusahakan



produk sejenis, maka perusahaan perlunya Melakukan kemitraan dengan para pemasok dan pesaing lainnya untuk bekerja sama dengan menawarkan harga yang bersahabat, pelayanan yang lebih dalam segi kualitas dan juga ketepatan dan kecepatan waktu pengiriman barang.

c. Strategi *WO* (*Weakness-Opportunity*)

Strategi merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi *WO* yang diterapkan oleh pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang yaitu :

1. Memperbaiki manajemen dengan meningkatkan kemampuan manajerial dan akuntansi
2. Perbaiki pola tanam dan meeningkatan kualitas produk dengan membuat perencanaan produksi
3. Meningkatkan kemampuan dan kompetensi sumber daya manusia dengan penyuluhan dan pelatihan

4. Melakukan perluasan pasar ikan nila gesit melalui teknologi komunikasi dan informasi

Sebagai perusahaan yang berejalan dan berkembang, di era modernisasi ini, maka perusahaan harus bisa menangkap informasi terbaru tentang nila gesit, dan terus mengupdate teknologi baik itu tentang teknologi budidaya, teknologi produksi maupun teknologi pemasaran.

d. Strategi *WT* (*Weakness – Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi *WO* yang ditempuh oleh pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang yaitu :

1. Tetap menjaga kualitas produk dan pelayanan dalam pemasaran produk.
2. Memaksimalkan nilai penjualan, baik harga maupun produk

3. Menguasai teknologi tepat guna pada system budidaya & mengurangi resiko alam

4. Menetapkan harga yang kompetitif namun tetap mendapat keuntungan. Untuk hasil selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 5 .

**Gambar 5. Matriks SWOT Usaha Budidaya Ikan Nila Gesit di Desa Ciawang**

<p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EPAS</b></p>	<p><b>Strength (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Lokasi Usaha dan Kualitas air</li> <li>Kualitas ikan yang dihasilkan baik</li> <li>Memiliki induk ikan berkualitas unggul</li> <li>Sudah terkenal di masyarakat dan harga terjangkau oleh konsumen</li> <li>Pengalaman Perusahaan</li> <li>Menggunakan modal sendiri untuk membiayai usaha</li> </ol>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jumlah benih terbatas</li> <li>Terbatasnya jumlah prasarana kolam</li> <li>Sumber daya manusia</li> <li>Pencatatan data produksi dan keuangan belum terstruktur dan sistematis</li> <li>Keterbatasan persediaan produk</li> </ol>
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih</li> <li>Permintaan ikan nila gesit yang tinggi</li> <li>Peluang pasar</li> <li>Adanya kepercayaan dan loyalitas pelanggan</li> <li>Memiliki pelanggan dan pembeli tetap</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produksi. (S2, S5,O5)</li> <li>Menambah jumlah kolam baru untuk meningkatkan kuantitas produksi ikan nila gesit. (S1, S4, S6, O2, O3)</li> <li>Meningkatkan kuantitas , indukan harus diperbanyak menggunakan induk yang berkualitas. (S3, O3, O2, O4)</li> <li>Meningkatkan dan menjaga kualitas produk, mengupayakan jumlah benih harus cukup untuk menjaga kuantitas dan kontinuitas permintaan layanan pemasaran harus lebih baik. (S1, S2, S3,S4, S5,O1, O2, O3, O4, O5)</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memperbaiki manajemen dengan meningkatkan kemampuan manajerial dan akuntansi (W4, O2, O1)</li> <li>Perbaiki pola tanam dan meningkatkan kualitas produk dengan membuat perencanaan produksi. (W1, W2, O2, O3, O4, O5)</li> <li>Meningkatkan kemampuan dan kompetensi sumber daya manusia dengan penyuluhan dan pelatihan (W3, W4, O1)</li> <li>Melakukan perluasan pasar ikan nila gesit melalui teknologi komunikasi dan informasi. (W6, O2, O1, O3)</li> </ol>
<p><b>Threats (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jumlah pesaing regional yang cukup banyak</li> <li>Keamanan</li> <li>Cuaca yang tidak setabil</li> <li>Harga pakan, obat-obatan, vitamin dan peralatan produksi yang tidak stabil</li> <li>Serangan hama dan penyakit</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menciptakan lingkungan budidaya yang optimal dengan memanfaatkan fasilitas dan lahan yang strategis. (S1, S4, S6, T3,T2)</li> <li>Penanganan proses produksi secara baik dan tepat pada kondisi dan cuaca yang kurang mendukung. (S2, S3, T3, T5)</li> <li>Mempertahankan kualitas untuk bisa bersaing dan melakukan kemitraan dengan para pemasok atau pesaing lainnya (S2, S3, T1)</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Tetap menjaga kualitas produk dan pelayanan dalam pemasaran produk. (W1, W2,W5, T1, T5, T3)</li> <li>Memaksimalkan nilai penjualan, baik harga maupun produk (W2,W3, T1)</li> <li>Menguasai teknologi tepat guna pada system budidaya &amp; mengurangi resiko alam (W1, W3, W4,W5, T3, T5, T1, T2)</li> <li>Menetapkan harga yang kompetitif namun tetap mendapat keuntungan (S3,S5,T4, T1)</li> </ol>

Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT seperti pada Gambar 5, maka strategi yang diutamakan untuk kondisi pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang yang berada pada kuadran 1 (S-O) yaitu sebagai usaha yang sedang mendukung strategi agresif, strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh

kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis internal, faktor kekuatan utama yang dimiliki oleh pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang adalah lokasi usaha yang strategis dan kualitas air yang cocok untuk membudidayakan ikan nila gesit (skor 0,80), sedangkan faktor kelemahan yang utamanya adalah keterbatasan persediaan produk (skor 0,20). Hasil evaluasi faktor internal dengan matriks *IFE* diperoleh total skor *IFE* sebesar 2,95. Artinya pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang cukup mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menutupi atau mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada. Berdasarkan analisis eksternal, faktor peluang terbesar yang dimiliki oleh pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang adalah permintaan ikan nila gesit yang tinggi dengan nilai yang sama (skor 0,80), sedangkan faktor ancaman yang terbesarnya adalah serangan hama dan penyakit (skor 0,20). Hasil evaluasi faktor eksternal dengan matriks *EFE* diperoleh total skor *EFE* 2,90. Hal ini menunjukkan kemampuan pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang untuk mengatasi ancaman yang harus dihadapi dengan memanfaatkan peluang yang ada sudah tergolong baik.
2. Kondisi pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang berada pada kuadran I dengan koordinat (2,00:1,85), menunjukkan usaha budidaya tersebut memiliki peluang dan kekuatan yang besar. Alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha yaitu dengan menggunakan strategi *SO*. Setelah menggabungkan kekuatan dengan peluang dan strategi *SO* (*Strenght-Opportunity*), maka diperoleh faktor yang harus dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada, yaitu: (1) Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produksi, (2) Menambah jumlah kolam baru untuk meningkatkan kuantitas produksi ikan nila gesit, (3) Kuantitas, indukan harus diperbanyak menggunakan induk yang berkualitas, (4) Meningkatkan dan menjaga kualitas produk, mengupayakan jumlah benih harus cukup untuk menjaga kuantitas dan kontinuitas permintaan layanan pemasaran harus lebih baik.

## SARAN

1. Kepada pembudidaya ikan nila gesit di Desa Ciawang sebaiknya lebih mempelajari teknologi dan melakukan pemasaran dalam media sosial, agar usaha ini dapat lebih berkembang karena jaman sekarang banyak transaksi bisnis terjadi pada media sosial.
2. Harus adanya pencatatan data produksi dan keuangan yang terstruktur, agar perusahaan ikan nila gesit dapat menganalisis biaya produksi sampai pendapatan dengan lebih rinci.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardita, N., A. Budiharjo & S.L.A. Sari. 2015. Pertumbuhan dan rasio konversi pakan ikan nila (*Oreochromis niloticus*) dengan penambahan prebiotik. *Bioteknologi*, (12): 16-21. DOI: 10.13057/biotek/c120103.
- Bangkit Setiyawan, Publikasi Ilmiah: *"Pengembangan Budidaya Ikan Air Tawar Rekreatif Di Karanganyar"* (Karanganyar: 2016), Hal. 4. Dona Wahyuning Laily, *"Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Gurami Di Kabupaten Boyolali"* (Lamongan: Universitas Islam Lamongan, 2013).
- Faisal, Heri. 2015. *Budidaya Ikan Keramba Danau Maninjau Lewati Kapasitas*.  
[Http://industri.bisnis.com/read/20150106/99/388195/budidaya-ikan-keramba-danau-maninjau-lewati-kapasitas](http://industri.bisnis.com/read/20150106/99/388195/budidaya-ikan-keramba-danau-maninjau-lewati-kapasitas), diakses pada tanggal 11 Mei 2016.
- Jazuli, S. 2016. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada BMT-El Syifa Ciganjur [skripsi]. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Khair, dkk. 2016. *Manajemen Strategi*. UMSU Press. Medan. Kurniati, S.A. dan Jumanto. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau*. ISSN P: 1412-4807 ISSN O: 2503-4375 Vol 19 No. 1. *Jurnal Agribisnis*. Universitas Islam Riau.
- Kurniati, S.A. dan Jumanto. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau*. *Jurnal Agribisnis*. 19(1):17-18.
- Muhammad, M. 2018. Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (*Hylocereus costaricensis*) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. ISSN : 1979-6072 Vol. 11 No. 1 : 28-37. *Jurnal Agribisnis Perikanan*. Universitas Maluku Utara.
- Murtidjo, B. A. 2005. *Pedoman meramu pakan ikan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Nadhiroh, A. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Agrowisata di Wisata Tengah Sawah Desa Gubug Kabupaten Grobogan* [skripsi]. Program Studi Ekonomi Syariah. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.

- Novianto, A. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building: Jakarta.
- Rismawan, dkk. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pendederan Ikan Gurami (*Osphronemus Gouramy*) Studi Kasus di Kelompok Mina Mukti Desa Sukatali Kecamatan Situraja Kabupaten Sumedang. Jurnal Perikanan dan Kelautan. No. 1 (88-91). Universitas Padjadjaran.
- Sanusi, A. 2016. Metode Penelitian Bisnis. Salemba Empat: Jakarta.
- Setianto, D. 2013. Usaha Budidaya Ikan Kerapu. Pustaka Baru Press: Yogyakarta.
- Sonatha, Y dan Puspita RM. 2016. *Panen Maksimal Budidaya Ikan Nila Unggulan*. Anugrah. Jakarta.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Bisnis. CV.Afabeta: Bandung.
- Widagdo, dkk. 2016. Strategi Pengembangan Budidaya Pembesaran Ikan Lele (*Clarias sp.*) di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Diponegoro.
- Wiwit rahayu dkk, "Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Pada Kelompok Ikan Di Desa Jatisari Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri", (wonogiri:jurnal DIANMAS, Vol 6, No 2, 2017), Hal. 93.
- Irwan sandyansah, Yus Rusman, Cecep Pardani. 2016. *Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Goreng (Studi Kasus pada Perusahaan Tahu Goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis*. 2017
- Joko Purwono, Sri Sugyaningsih, Rara Tama Putri. 2015. *Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Tempe Indonesia Di Kota Bogor Provinsi Jawa Barat*. Jurnal *NeO-Bis* 9(1). 2015.