

Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias pada Usaha Budidaya Maresh Farm Id di Kecamatan Kejobong, Purbalingga, Jawa Tengah

Bangkit Wiranata¹, Aulia Fatah Noor Fauzi¹, Ratna satriani^{2,3}, Taufik Budhi Pramono^{1,2}

¹Program Studi Akuakultur, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Jenderal Soedirman

²Pusat Inkubator Bisnis Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat,
Universitas Jenderal Soedirman

³Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

ARTICLE INFO

Article history:

DOI:

[10.30595/pspfs.v5i.728](https://doi.org/10.30595/pspfs.v5i.728)

Submitted:

05 Mei, 2023

Accepted:

21 Mei, 2023

Published:

04 Agustus, 2023

Keywords:

Ekonomi; EFAS; IFAS; Ikan Hias; Analisis SWOT

ABSTRACT

Budidaya ikan hias air tawar memiliki nilai ekonomis tinggi dan berpotensi besar untuk dikembangkan. Purbalingga merupakan salah satu kawasan penghasil ikan hias terbesar di Jawa Tengah. Maresh fish id adalah salah satu pembudidaya ikan hias dengan komoditas utama ikan rasbora galaxy (*danio margaratus*). Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha budidaya ikan hias di Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga, serta menentukan strategi pengembangan usaha yang prioritas untuk usaha tersebut. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan Metode penelitian survey aktif menggunakan kuisioner serta pengambilan sampel secara purposive. Responden dipilih berdasarkan pengetahuan dan peran penting mereka dalam strategi pengembangan yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan. Metode analisis data menggunakan IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary), EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary), Internal Eksternal (IE), SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat mempengaruhi usaha budidaya Maresh fish farm adalah Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan usaha tersebut adalah lahan budidaya yang luas, sedangkan kelemahan adalah belum merambah pasar lokal dan masih mengandalkan pengepul. Selain itu, terdapat peluang dalam permintaan pasar yang tinggi, namun juga ada ancaman dalam bentuk hama dan penyakit. Dari hasil analisis menggunakan matriks QSPM, strategi pengembangan usaha yang paling tepat adalah dengan menambah kapasitas produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memanfaatkan bahan baku secara efektif dan efisien. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kesuksesan usaha budidaya Maresh Fish Farm.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Corresponding Author:

Bangkit Wiranata

Universitas Jenderal Soedirman

Jl. Dr. Soeparno, Karangwangkal Purwokerto, 53122

Email: bangkit.wiranata@mhs.unsoed.ac.id

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi perikanan dan kelautan yang tinggi. Sektor kelautan dan perikanan sendiri berperan sebagai salah satu dari sebagian besar sektor penggerak dalam perekonomian di negara ini. Peningkatan produksi dalam sektor ini tentunya menjadi salah satu fokus yang diperlukan agar mampu meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat yang terlibat dalam industri ini khusus ya di bidang perikanan (Kusrini, 2010). Salah satu sub sektor perikanan yang berpotensi untuk dikembangkan di masa mendatang adalah budidaya terutama budidaya ikan hias. Meskipun kontribusi budidaya ikan hias dalam penyediaan produk perikanan masih tergolong kecil, namun terus menunjukkan kecenderungan peningkatan dari tahun ke tahun di Indonesia dan di seluruh dunia. Hal ini membuktikan bahwa budidaya ikan hias juga dapat menjadi salah satu sektor yang berpotensi dalam memajukan sektor kelautan dan perikanan secara keseluruhan.

Budidaya ikan hias merupakan salah satu bisnis di bidang perikanan yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Adanya kegiatan budidaya ikan hias ini menjadi salah satu bisnis yang dapat menjamin tingkat keuntungan yang lebih tinggi bagi para pembudidaya ikan. Tingginya harga jual, proses perkembangbiakan yang relatif mudah, dan siklus reproduksi yang relatif cepat merupakan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh ikan hias sehingga sangat menjanjikan untuk dibudidayakan dan dikembangkan. Selain itu, potensi pasar dan tingginya permintaan terhadap ikan hias khususnya ikan hias air tawar semakin memperluas peluang dari pengembangan budidaya ikan hias (Nugroho et al., 2017).

Ikan hias merupakan salah satu komoditas perikanan dengan potensi perdagangan yang cukup besar baik di dalam maupun luar negeri. Besarnya peluang pasar ikan hias ini dapat bermanfaat dalam meningkatkan devisa negara (Ratnasari et al., 2022). Ikan hias di Indonesia sendiri sudah mempunyai pasar yang cukup besar, bahkan di beberapa daerah produksi ikan hias sudah cukup tinggi dan pemasarannya hingga ke luar negeri. Salah satu wilayah dengan penghasil ikan hias terbesar adalah Kabupaten Purbalingga. Purbalingga merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Tengah yang merupakan sentra produsen ikan hias di Indonesia, dimana pada tahun 2020 produksi ikan hias di wilayah ini mencapai angka 15.782.500 ekor dengan sebagian besar produksinya berupa ikan hias air tawar (BPS, 2020). Tingginya tingkat produksi ikan hias di wilayah ini tentunya karena peran dari para kelompok pembudidaya yang ada, salah satunya adalah Maresh fish id.

Maresh fish Id merupakan salah satu pembudidaya ikan hias yang memiliki komoditas utama yaitu ikan rasbora galaxy (*Danio margariatus*). Rasbora galaxy merupakan ikan hias dari genus *Danionae* yang saat ini baru dibudidayakan oleh para pembudidaya. Spesies ikan ini memiliki peluang sebagai komoditas unggulan karena harga jual dan permintaan pasar terutama di internasional yang cukup tinggi serta teknik budidayanya yang relatif mudah dilakukan oleh para pembudidaya (Iskandar et al., 2022). Sebagai upaya pengembangan usaha dari budidaya ikan hias rasbora galaxy ini, maka diperlukan adanya pendekatan untuk merumuskan strategi yang tepat. Salah satu cara atau pendekatan yang dapat dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat dan efektif adalah melalui analisis SWOT (Strengths, weakness, opportunities, threats).

Analisis SWOT merupakan sebuah metode pendekatan yang digunakan untuk menentukan metode yang tepat dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada secara maksimal dan mengurangi adanya kelemahan serta ancaman. Pendekatan ini merupakan salah satu strategi dalam pengembangan usaha yang berdampak jangka panjang dan jangka pendek (Mahendra dan Asnawi, 2022). Dalam analisis SWOT, evaluasi dilakukan dengan membagi faktor-faktor yang relevan ke dalam dua kelompok utama, yaitu faktor internal yang mencakup kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang (opportunity) dan ancaman (threat). Faktor-faktor tersebut diidentifikasi dengan tujuan digunakan sebagai dasar perencanaan strategis, sehingga dapat menentukan perbaikan yang dibutuhkan dalam mengembangkan bisnis ke depan (Nugroho et al., 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor baik internal maupun eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha ikan hias di Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga, serta menentukan strategi pengembangan usaha yang prioritas untuk usaha tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada pembudidaya ikan hias Maresh Farm Id. Studi kasus merupakan salah satu jenis metode penelitian yang sangat berguna untuk memahami suatu fenomena secara mendalam dan detail (Yona, 2006). Tempat dan Waktu Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada usaha budidaya ikan hias Maresh Farm Id yang berlokasi di Desa Langgar, Kecamatan Kejobong, Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret hingga April 2023. Obyek Penelitian Objek penelitian ini adalah ikan hias rasbora galaxy sebagai salah satu komoditas unggulan Kabupaten Purbalingga. Metode pengambilan data penelitian ini menggunakan survey aktif dengan kuisioner serta pengambilan sampel secara purposive. Responden dipilih berdasarkan pengetahuan dan peran penting mereka dalam strategi pengembangan yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan.

Analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat analisis yang digunakan secara teratur dalam menyusun strategi usaha. Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang terlibat dalam merumuskan strategi usaha secara sistematis. Tahapan dalam analisis SWOT meliputi analisis faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan, serta analisis faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Setelah itu, bobot dan rating diberikan pada setiap faktor untuk memudahkan pengambilan keputusan dalam strategi usaha yang diambil.

b) Efas Ifas

IFAS adalah metode analisis faktor internal yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) dalam sebuah usaha. Sementara itu, EFAS adalah metode analisis faktor eksternal yang digunakan untuk mengevaluasi peluang (opportunity) dan ancaman (threat) yang dapat memengaruhi usaha tersebut.

IFAS Matrix, atau Ringkasan Analisis Faktor Internal, adalah sebuah alat identifikasi yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal yang dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan perusahaan. Proses identifikasi dilakukan dengan memeriksa berbagai faktor dalam berbagai bidang fungsional perusahaan seperti sumber daya manusia, lokasi, produksi, pemasaran, keuangan, dan manajemen (David 2010). Dengan menggunakan IFAS Matrix, perusahaan dapat menentukan kekuatan internalnya dan memperbaiki kelemahan yang ada.

EFAS Matrix, atau Ringkasan Analisis Faktor Eksternal, adalah suatu metode untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas peluang bisnis dan mengatasi ancaman yang mungkin terjadi di masa depan. Faktor-faktor eksternal ini dibagi menjadi dua lingkungan, yaitu lingkungan makro (termasuk faktor demografi, ekonomi, alam, dan politik) dan lingkungan mikro (termasuk kondisi perusahaan, konsumen, pesaing, dan produk pengganti) (David, 2010). Dengan menggunakan EFAS Matrix, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk mengatasi faktor eksternal dan memanfaatkan peluang yang tersedia.

c) QSPM

QSPM, atau Quantitative Strategic Planning Matrix, merupakan sebuah alat untuk menyusun strategi dengan menggunakan teknik analitis yang dapat mengevaluasi faktor internal kunci. Alat ini dapat mengungkapkan daya tarik relatif dari beberapa strategi alternatif dan memberikan dasar yang objektif dalam memilih strategi tertentu serta membuat peringkat/rating strategi untuk menentukan prioritas. Dengan menggunakan teknik ini, perusahaan dapat menentukan strategi terbaik secara objektif dengan menggunakan input dari analisis matriks IFAS dan EFAS, serta mencocokkan hasil dari analisis SWOT. Dengan QSPM, perusahaan dapat memilih secara objektif antara beberapa alternatif strategi yang tersedia (David, 2016).

d) Internal Eksternal

Faktor internal merujuk pada kondisi-kondisi yang berasal dari dalam perusahaan dan dapat mempengaruhi pembuatan keputusan dalam berbagai aspek manajemen seperti pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, serta budaya perusahaan. Sementara itu, faktor eksternal merujuk pada kondisi-kondisi yang berasal dari luar perusahaan dan dapat mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (industry environment) dan lingkungan bisnis makro (macro environment), termasuk aspek ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya (Fahmi, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Maresh fish Id merupakan salah satu pembudidaya ikan hias yang memiliki komoditas utama yaitu ikan rasbora galaxy (*Danio margariatus*). Rasbora galaxy merupakan ikan hias dari genus Danionae yang saat ini baru dibudidayakan oleh para pembudidaya. Spesies ikan ini memiliki peluang sebagai komoditas unggulan karena harga jual dan permintaan pasar terutama di internasional untuk menumbuhkan jumlah produksi dan meningkatkan kualitas produk maka dibutuhkan langkah langkah strategis untuk mencapai hal tersebut.

A. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal adalah sebuah metode yang digunakan dalam analisis SWOT untuk mengenali faktor-faktor yang ada di dalam dan luar perusahaan. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan serta dampaknya pada perusahaan (Subaktilah, dkk. 2018). Faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada usaha pembudidaya ikan hias maresh fish id tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi faktor internal

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
1 Lahan yang sudah tersedia dan milik pribadi. (S1)	1. Kolam yang dimiliki masih terbata. (W1)
2. Aset (peralatan pendukung) yang memadai dan berkualitas. (S2)	2. Masih belum lengkapnya perizinan dan legalitas lain seperti KUSUKA, TDK, dll. (W2)
3. Sudah ada akses transportasi, listrik, dan air (S3)	3. Akses transportasi yang kurang memadai karena rusak akibat sering dilalui kendaraan berat. (W3)
4. Sudah adanya mitra kerjasama seperti penyedia benih, pakan, dan pemasaran. (S4)	4. Air budidaya masih mengandalkan satu sumur yang digunakan juga untuk keperluan rumah tangga. (W4)
5. Sudah adanya bio-security. (S5)	5. Ketersediaan telur ikan masih terganggu. (W5)
6. Tempat budidaya yang tahan terhadap cuaca ekstrim. (S6)	6. Telur yang terkadang masih terserang jamur. (W6)
7. Terdapat jadwal piket karyawan. (S7)	7. Adanya hama kecebong sebagai kompototor makanan. (W7)
8. Penerapan K3 dalam proses budidaya (S8)	8. Belum jelasnya pembagian keuntungan bersih antar anggota. (W8)
9. <i>Main management</i> (Kontrak, gaji, tata tertib, visi, misi) yang sudah terbentuk. (S9)	9. Jadwal piket karyawan yang masih belum dilaksanakan oleh karyawan sebagaimana mestinya. (W9)
10. Sudah memiliki perijinan resmi dari pemerintah (NIB). (S10)	10. Roti BS (media kultur pakan alami) yang tersedia masih banyak tercampur dengan roti BS yang kualitasnya buruk. (W10)

Faktor-faktor peluang dan ancaman pada usaha pembudidayaan ikan hias *maresh fish* id tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Identifikasi faktor eksternal

Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threats)
1. Perluasan tempat budidaya diberbagai tempat dengan kerjasama dengan berbagai pihak. (O1)	1. Lahan sewaktu-waktu dapat hancur karena bencana alam seperti gempa dan tanah longsor. (T1)
2. Terjalannya hubungan kerjasama dari berbagai supplier hingga produsen peralatan budidaya. (O2)	2. Fluktuasi harga peralatan-peralatan yang mendukung proses budidaya. (T2)
3. Dukungan pemerintah berupa perbaikan akses jalan ke lokasi budidaya, penyedia peralatan pendukung budidaya, dsb. (O3)	3. Akses transportasi (jalan) yang semakin parah karena sering dilewati kendaraan berat. (T3)
4. Semakin luasnya jejaring kemitraan dengan berbagai pembudidayaan ikan hias. (O4)	4. Terputusnya kerjasama antar mitra karena hubungan yang kurang baik. (T4)
5. Penambahan jenis ikan hias yang dibudidayakan untuk memenuhi kebutuhan pasar. (O5)	5. Masyarakat yang iseng memasuki tempat budidaya tanpa sesuai prosedur yang telah ditetapkan. (T5)
6. Potensi tingginya minat masyarakat terhadap ikan hias. (O6)	6. Terjadinya kemalingan peralatan yang menunjang proses produksi. (T6)
7. Menjadi produsen pakan alami berkualitas untuk benih ikan. (O7)	7. Kejadian luar biasa (seperti perang, krisis global, pandemi) mempengaruhi pertumbuhan ekonomi yang berdampak pada pemasaran produk. (T7)
8. Diversifikasi produk dengan menjual aksesoris dan perlengkapan budidaya ikan hias. (O8)	8. Terjadinya persaingan dengan pembudidayaan lain dalam pemenuhan kebutuhan roti BS untuk proses produksi pakan alami benih ikan. (T8)
9. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar (O9)	9. Regulasi pemerintah yang ketat terhadap bisnis budidaya. (T9)
10. Monetisasi keilmuan melalui pelatihan dan workshop (O10)	10. Kualitas benih ikan dibawah standar dan mempengaruhi hasil akhir budidaya (T10)

B. Hasil Analisis Matriks Faktor Strategi Internal dan Matriks Faktor Strategi Eksternal

a) Analisis matriks IFAS

Analisis matriks IFAS digunakan sebagai alat untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang telah diidentifikasi pada faktor internal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha budidaya ikan hias maresh fish id. Tabel 3 menunjukkan indeks kumulatif sebesar 3,01 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 3. Perhitungan IFAS

Faktor internal	bobot	Reting	sekor
S1	0.050933786	3.6	0.183362
S2	0.050933786	3.6	0.183362
S3	0.049235993	3.6	0.17725
S4	0.054329372	3.7	0.208019
S5	0.050933786	3.8	0.193548
S6	0.049235993	3.5	0.172326
S7	0.0475382	3.6	0.171138
S8	0.052631579	3.6	0.189474
S9	0.0475382	3.6	0.171138
S10	0.050933786	3.2	0.162988
W1	0.049235993	2.3	0.113243
W2	0.040747029	3.4	0.13854
W3	0.045840407	2.8	0.128353
W4	0.05942275	3.5	0.20798
W5	0.054329372	2.8	0.152122
W6	0.045840407	3.1	0.142105
W7	0.0475382	3.9	0.185399
W8	0.050933786	3.4	0.173175
W9	0.052631579	3.7	0.194737
W10	0.049235993	3.6	0.17725
sekor total			3.418506

Tabel 3 menunjukkan indeks kumulatif sebesar 3,41856 mengindikasikan posisi internal yang kuat. Analisis matriks IFAS menunjukkan kekuatan terbesar yang paling berpengaruh pada Usaha ini yaitu Sudah adanya mitra kerjasama seperti penyedia benih, pakan, dan pemasaran. dengan skor 0.208019 Sedangkan kekuatan yang memiliki nilai terkecil adalah Terdapat jadwal piket karyawan. dengan skor 0.171138. Kelemahan yang memiliki nilai terbesar adalah Air budidaya masih mengandalkan satu sumur yang digunakan juga untuk keperluan rumah tangga. dengan skor 0.20798. Sedangkan kelemahan yang memiliki nilai terkecil adalah budidaya ini adalah Lahan sewaktu-waktu dapat hancur karena bencana alam seperti gempa dan tanah longsor dengan skor 0.113243.

b) Analisis matriks EFAS

Analisis matriks EFAS digunakan sebagai alat untuk meringkas dan mengevaluasi Peluang dan ancaman yang telah diidentifikasi pada faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha budidaya ikan hias maresh fish id.

Tabel 4. Perhitungan IFAS

Faktor internal	Bobot	Reting	Sekor
O1	0.042208	3.5	0.147727
O2	0.053571	3.4	0.182143
O3	0.048701	3.4	0.165584

Faktor internal	Bobot	Reting	Sekor
O4	0.050325	3.1	0.156006
O5	0.048701	3.1	0.150974
O6	0.050325	3.4	0.171104
O7	0.043831	3.6	0.157792
O8	0.050325	3.5	0.176136
O9	0.043831	3.6	0.157792
O10	0.102273	3.6	0.368182
T1	0.050325	3.4	0.171104
T2	0.043831	2.7	0.118344
T3	0.051948	2.5	0.12987
T4	0.051948	3.5	0.181818
T5	0.045455	2.7	0.122727
T6	0.045455	2.7	0.122727
T7	0.045455	3	0.136364
T8	0.043831	2.9	0.12711
T9	0.042208	3	0.126623
T10	0.045455	3.1	0.140909
SEKOR TOTAL			3.211039

Tabel 4 menunjukkan indeks kumulatif sebesar 3.211039 mengindikasikan posisi eksternal yang kuat. Analisis matriks EFAS menunjukkan Peluang terbesar yang paling berpengaruh pada Usaha ini yaitu Monetasi keilmuan melalui pelatihan dan workshop dengan sekor 0.368182 Sedangkan kekuatan yang memiliki nilai terkecil adalah Terdapat pada Perluasan tempat budidaya diberbagai tempat dengan kerjasama dengan berbagai pihak. dengan skor 0.147727. Ancaman yang memiliki nilai terbesar adalah Terputusnya kerjasama antar mitra karena hubungan yang kurang baik dengan sekor 0.181818. Sedangkan Ancaman yang memiliki nilai terkecil adalah budidaya ini adalah Fluktuasi harga peralatan-peralatan yang mendukung proses budidaya dengan skor 0.118344.

c) Hasil Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE merupakan sebuah metode evaluasi yang digunakan untuk menentukan posisi suatu entitas atau organisasi dengan mempertimbangkan dua dimensi kunci, yaitu total skor bobot IFAS pada sumbu horizontal dan total skor bobot EFAS pada sumbu vertikal. Dalam hal ini, sumbu horizontal merepresentasikan posisi internal suatu entitas, sedangkan sumbu vertikal merepresentasikan pengaruh eksternal terhadap entitas tersebut. Setelah dilakukan analisis terhadap matriks IFAS dan matriks EFAS, didapatkan sebuah hasil analisis yang menggabungkan kedua matriks tersebut, yaitu Matriks IE (Internal-Eksternal). Matriks IE sendiri terdiri dari skor terbobot dari kedua matriks tersebut yang kemudian dipetakan untuk mengetahui kondisi pembudidayaan ikan hias marshall fish id. Dalam analisis faktor internal menggunakan matriks IFAS, didapatkan skor sebesar 3,418506 pada Tabel 2, sedangkan dalam analisis faktor eksternal menggunakan matriks EFAS, didapatkan skor sebesar 3,21103 pada Tabel 3. Dari hasil analisis kedua matriks tersebut, kemudian dikombinasikan untuk membentuk hasil analisis matriks IE, yang dapat dilihat pada Gambar 1.

		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4.0	3.0	2.0	1.0
Total Skor Faktor Strategi Eksternal	Tinggi	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	Menengah	IV Stabilitas	Posisi AMIK-ABA DCC Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan	
	Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuiditas	
		3.0	2.0	1.0	

Gambar.1 materi IE

Pada sumbu horizontal, terdapat tiga kategori posisi internal yang dapat dilihat berdasarkan skor antara 1,00 hingga 4,00. Skor antara 1,00 hingga 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, skor 2,00 hingga 2,99 menunjukkan posisi internal yang rata-rata, dan skor 3,00 hingga 4,00 menunjukkan posisi internal yang kuat. Di sisi lain, pada sumbu vertikal terdapat tiga kategori pengaruh eksternal yang dapat dilihat berdasarkan skor antara 1,00 hingga 4,00. Skor antara 1,00 hingga 1,99 menunjukkan posisi eksternal yang rendah, skor 2,00 hingga 2,99 menunjukkan pengaruh eksternal yang sedang, dan skor 3,00 hingga 4,00 menunjukkan pengaruh eksternal yang tinggi (pratama, 2023).

Dalam gambar yang ditunjukkan, posisi pembudidaya ikan hias "Maresh Fish ID" pada kuadran I dapat dilihat dari skor IFAS sebesar 3.418506 pada sumbu horizontal, yang menunjukkan pengaruh internal berengaruh eksternal yang cukup signifikan. Pembudidaya iakan hias maresh farm id yang kuat. Sementara itu, skor EFAS sebesar 3.211039 pada sumbu vertikal menunjukkan pengaruh eksternal dari usaha budidaya yang relatif tinggi. Oleh karena itu, secara keseluruhan, posisi "Maresh Fish ID" dapat dikategorikan sebagai posisi yang kuat secara internal dan memiliki Kuadran 1 mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam situasi yang menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan situasi ini, perusahaan sebaiknya menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif sebagai strategi.

d) Matriks analisis SWOT

Dalam matriks SWOT, terdapat empat strategi utama yang dapat dihasilkan, yakni S-O (Strengths-Opportunities), W-O (Weaknesses-Opportunities), S-T (Strengths-Threats), dan W-T (Weaknesses-Threats). Setiap strategi memiliki karakteristik tersendiri dan penting untuk diterapkan secara bersama-sama dan saling mendukung dalam implementasinya. Hal ini penting dilakukan agar perusahaan dapat memaksimalkan potensi kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman yang mungkin muncul di lingkungan perusahaan. (Tjoe dan Sarjono, 2010) dalam (Sari& Oktafianto, 2017).

Tabel 5. Matriks analisis SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	1.Lahan yang sudah tersedia dan milik pribadi	1. Kolam yang dimiliki masih terbatas
	2. Aset (peralatan pendukung) yang memadai dan berkualitas	2. Masih belum lengkapnya perizinan dan legalitas lain seperti KUSUKA, TDK, dll
	3.Sudah ada akses transportasi, listrik, dan air	3. Akses transportasi yang kurang memadai karena rusak akibat sering dilalui kendaraan berat

	4. Sudah adanya mitra kerjasama seperti penyedia benih, pakan, dan pemasaran.	4. Air budidaya masih mengandalkan satu sumur yang digunakan juga untuk keperluan rumah tangga
	5. Sudah adanya bio-security	5. Ketersediaan telur ikan masih terganggu
	6. Tempat budidaya yang tahan terhadap cuaca ekstrim	6. Telur yang terkadang masih terserang jamur
	7. Terdapat jadwal piket karyawan	7. Adanya hama kecebong sebagai kompototor makanan
	8. Penerapan K3 dalam proses budidaya	8. Belum jelasnya pembagian keuntungan bersih antar anggota
	9. <i>Main management</i> (Kontrak, gaji, tata tertib, visi, misi) yang sudah terbentuk	9. Jadwal piket karyawan yang masih belum dilaksanakan oleh karyawan sebagaimana mestinya
	10. Sudah memiliki perijinan resmi dari pemerintah (NIB)	10. Roti BS (media kultur pakan alami) yang tersedia masih banyak tercampur dengan roti BS yang kualitasnya buruk
Peluang (Opportunity)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Perluasan tempat budidaya diberbagai tempat dengan kerjasama dengan berbagai pihak	1. Backgorund perusahaan yang sudah jelas menjadikan mitra semakin percaya dengan perusahaan dan mau untuk saling bekerjasama (S9,01) strategi 1	1. Menambah jumlah kolam dengan membuka cabang produksi di berbagai tempat (W1, 01) strategi 2
2. Terjalinnnya hubungan kerjasama dari berbagai supplier hingga produsen peralatan budiday		2. Menambahkan kapasitas roduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memanfaatkan bahan baku secara efektif dan efisien (W10, 07) strategi 4
3. kungan pemerintah berupa perbaikan askes jalan ke lokasi budidaya, penyedia peralatan pendukung budidaya, dsb.		
4. Semakin luasnya jejaring kemitraan dengan berbagai pembudidaya ikan hias		
5. Penambahan jenis ikan hias yang dibudidayakan untuk memenuhi kebutuhan pasar		
6. Potensi tingginya minat masyarakat terhadap ikan hias		
7. Menjadi produsen pakan alami berkualitas untuk benih ikan		

8. Diversifikasi produk dengan menjual aksesoris dan perlengkapan budidaya ikan hias		
9. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar		
10. Monetasi keilmuan melalui pelatihan dan workshop		
Ancaman (Threats)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Lahan sewaktu-waktu dapat hancur karena bencana alam seperti gempa dan tanah longsor	lahan dibuat dengan konstruksi tahan gempa dengan menggunakan bata herbel (S1, T1) strategi 4	Peningkatan kualitas benih melalui standarisasi SPF (Specific Pathogen Free) (W6, T10) strategi 5
2. Fluktuasi harga peralatan-peralatan yang mendukung proses budidaya		
3. Akses transportasi (jalan) yang semakin parah karena sering dilewati kendaraan berat		
4. Terputusnya kerjasama antar mitra karena hubungan yang kurang baik		
5. Masyarakat yang iseng memasuki tempat budidaya tanpa sesuai prosedur yang telah ditetapkan		
6. Terjadinya kemalingan peralatan yang menunjang proses produksi		
7. Kejadian luar biasa (seperti perang, krisis global, pandemi) mempengaruhi pertumbuhan ekonomi yang berdampak pada pemasaran produk		
8. Terjadinya persaingan dengan pembudidaya lain dalam pemenuhan kebutuhan roti BS untuk proses produksi pakan alami benih ikan		
9. Regulasi pemerintah yang ketat terhadap bisnis budidaya		
10. Kualitas benih ikan dibawah standar dan mempengaruhi hasil akhir budidaya		

e) Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Alat yang dikenal dengan nama QSPM digunakan untuk mengevaluasi faktor kunci internal dan menyusun strategi dengan cara analitis. QSPM memberikan nilai relatif untuk setiap strategi alternatif dan

membantu dalam memilih strategi yang paling sesuai serta memberikan peringkat prioritas. Tujuannya adalah untuk memilih strategi yang tepat dan objektif berdasarkan input dari analisis matriks IFAS dan EFAS serta mempertimbangkan hasil analisis SWOT. Dengan QSPM, alternatif strategi dapat dipertimbangkan secara objektif dan dipilih yang terbaik di antara beberapa alternatif strategi yang ada. Seperti yang disebutkan oleh David (2016), QSPM membantu dalam membuat keputusan yang lebih rasional dan tepat dalam memilih strategi bisnis yang paling sesuai. Urutan prioritas strategi pada usaha pembesaran ikan hias maresh fish id dari nilai TAS dari yang tertinggi sampai terendah tersaji Tabel 6.

Tabel 6. Peringkat analisis QSPM

Peringkat	Nilai	Strategi
1	5.426344454	menambah kapasitas produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memanfaatkan bahan baku secara efektif dan efisien W10,O7
2	4.667351112	Menambah jumlah kolam dengan membuka cabang produksi di berbagai tempat (W1, O1)
3	4.619143166	Backgorund perusahaan yang sudah jelas menjadikan mitra semakin percaya dengan perusahaan dan mau untuk saling bekerjasama (S9,O1)
4	4.424156065	Peningkatan kualitas benih melalui standarisasi SPF (Specific Pathogen Free) (W6, T10)

4. SIMPULAN

a) Simpulan

Kesimpulan yang dapat di ambil dari usaha maresh fish id adalah Kekuatan terbesar usaha adalah adanya mitra kerjasama, sedangkan kelemahan terbesarnya adalah ketergantungan pada satu sumur air. Posisi eksternal usaha kuat dengan peluang terbesar monetisasi keilmuan melalui pelatihan dan workshop. Ancaman terbesarnya adalah terputusnya kerjasama antar mitra karena hubungan yang kurang baik. Usaha ini berada pada Kuadran 1 mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam situasi yang menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Prioritas strategi pada usaha pembesaran ikan hias maresh fish id yaitu menambah kapasitas produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memanfaatkan bahan baku secara efektif dan efisien.

b) Saran

Perusahaan sebaiknya menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif sebagai strategi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada dosen pembimbing penelitian, narasumber wirausaha, karyawan, konsumen, suplayer, dan dinas sebagai koresponden atas bantuan dan dukungan yang diberikan. Semua kontribusi dan masukan yang diberikan sangat membantu dalam pembuatan karya tulis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2021. Statistik Indonesia 2021. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Diakses dari :<https://www.bps.go.id/publication/2021/02/26/938316574c78772f27e9b477/statistik-indonesia2021.html>
- Blocher, Edward J. 2007. *Manajemen Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. 2016. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing (15th ed.)*. Salemba Empat, Jakarta.
- David, F.R. (2010). *Manajemen Startegis: Konsep-Konsep*. Jakarta: Indeks

- Destrilia, I. (2018). IFAS Dan EFAS Dalam Strategi Penanganan Peredaran Narkoba di Kota Metro Oleh Satuan Narkoba Polres Metro.
- Edward J. Blocher, et, al., *Manajemen Biaya*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 56.
- Fahmi, I. 2013. Manajemen strategis teori dan aplikasi. *Bandung: Alfabeta*.
- Iskandar, A., Supriyantoro, W., Darmawan, B., Hendriana, A., & Ramadhani, D. E. (2022). Analisis Ekonomi Produksi Ikan Mikro Rasbora Galaxy Danio margaritatus Skala Komersil Untuk Optimalisasasi Usaha Kecil dan Menengah (Studi kasus di Tetra Aquaria Sukabumi, Jawa Barat). *Jurnal Salamata*, 4(2), 53-62.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. 2017. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus) Istiqomah dan Irsad Andriyanto. *BISNIS*, 5(2): 363–382.
- Kusrini, E. (2010). Budidaya ikan hias sebagai pendukung pembangunan nasional perikanan di Indonesia. *Media Akuakultur*, 5(2), 109-114.
- Mahendra, A. H. I. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL GANTRA BETTA FISH TULUNGAGUNG DALAM PERSPEKTIF SWOT DAN BMC. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 322-332.
- Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Bogor: Grasindo.
- Nugroho, B. D., & Hardjomidjojo, H. (2017). Strategi pengembangan usaha budidaya ikan konsumsi air tawar dan ikan hias air tawar pada kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 127-136.
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI (24th ed.)*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ratnasari, D., Astuti, N., & Manullang, R. R. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Ikan Hias Lokal Khas Bangka Belitung Di Wilayah Kota Pangkalpinang (Tahun2020-2021). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18(4), 444-467.
- Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Ifas–Efas Pada Cv. Dinasty.
- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., & Yuwanti, S. (2018). Analisis SWOT: Faktor internal dan eksternal pada pengembangan usaha gula merah tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107-115.
- Tjoe, T.F. dan Sarjono, H., (2010), Strategi Bisnis Pada PT. CTL dengan Pendekatan Metode TOWS, *Binus Business Review*, 1(2), 434-447