

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Konsepsi Budidaya Ikan Patin

Ikan patin merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang banyak dicari oleh masyarakat. Ikan ini banyak diminati sebagai menu kuliner karena memiliki kandungan lemak paling rendah jika dibanding jenis ikan lainnya. Permintaan pasarnya pun cukup tinggi, sehingga memberikan proses cerah dalam hal pembudidayaan. Secara fisik ikan patin mempunyai struktur anatomi atau morfologi mirip seperti ikan lele namun dengan beberapa perbedaan. Patin sebenarnya terbagi menjadi berbagai macam spesies yang hidup di negara berbeda.

Di Indonesia, umumnya ikan patin ini hidup di sungai besar, muara sungai, dan perairan danau. Sebagai ikan air tawar, ikan patin hidup di habitat perairan air tawar, seperti kawasan sungai besar, muara sungai dan danau. Berdasarkan anatomi mulutnya yang terletak agak dibawah kepala, maka dapat disimpulkan bahwa ikan ini hidup di dasar perairan. Posisi mulut seperti itu digunakan untuk mencari makan di lapisan bawah sungai yang berlumpur. Ikan patin dikenal sebagai ikan yang tidak terlalu mempersalahkan lingkungan hidupnya atau dengan kata lain jenis ikan ini cukup mudah beradaptasi. Meski begitu lingkungan yang paling optimal untuk pertumbuhan patin sangat dipengaruhi oleh kualitas air, meliputi suhu, kadar oksigen, serta tingkat keasaman. Suhu air yang paling baik untuk memelihara ikan patin berkisar antara 25 hingga 33 derajat Celcius. Sedangkan tingkat keasaman atau pH paling optimal berada pada rentang 7 sampai 8,5, akan tetapi ikan ini masih sanggup bertahan hidup pada air dengan pH 6 dan 9.

Jenis ikan ini dapat ditemukan di sepanjang perairan air tawar di kawasan Asia Tenggara. Di Indonesia hampir semua wilayah air tawarnya dihuni dengan ikan

patin, mulai dari sungai di Pulau Sumatera, seperti Sungai Musi, sungai di Pulau Kalimantan seperti Sungai Mahakam, sungai di Pulau Jawa seperti Sungai Brantas, dan berbagai pulau lainnya. Patin dikenal sebagai kelompok binatang omnivora yang dapat memakan binatang ataupun tanaman, tetapi berdasarkan kebiasaannya ikan ini cenderung bersifat karnivora. Pada kondisi normal di wilayah perairan air tawar, ikan patin biasanya lebih sering memakan binatang kecil. Makanan yang paling disukai oleh ikan ini adalah udang renik yang ukurannya sangat kecil, serangga atau insekta, dan binatang lunak atau moluska. Ketiga jenis tersebut merupakan makanan utama ikan patin selain makanan pelengkap lain, seperti ikan-ikan kecil, rotifera, dan dedaunan yang tumbuh di perairan.

Ikan patin adalah salah satu jenis ikan yang hidup secara nokturnal. Hewan ini mulai melakukan aktivitas setelah masuk waktu malam hari. Pada siang hari patin menghabiskan waktu untuk bersembunyi di dalam liang tanah yang berada di tepi sungai. Oleh sebab itu, para pencari ikan patin biasanya mencari ikan ini pada dini hari. Selain itu, patin juga dikenal sebagai ikan yang hidup secara bergerombol atau berjumlah banyak. Hampir semua kegiatan ikan ini dilakukan di bagian dasar sungai, tetapi pada saat menjelang fajar akan dijumpai ikan patin yang muncul ke permukaan untuk mengambil oksigen di udara. Masa kedewasaan ikan patin bergantung pada jenis kelaminnya, sebab ikan jantan biasanya lebih cepat mencapai kematangan reproduksi dibanding ikan betina. Sementara itu proses pematangan sel telur dan sperma juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dimana akan lebih cepat jika berada di wilayah tropis dibanding sub-tropis. Patin betina mencapai kematangan kelamin pada usia antara dua sampai tiga tahun setelah berat tubuhnya melebihi 2 kg. Bobot tubuh juga mempengaruhi jumlah telur yang dihasilkan. Misalnya ikan patin betina yang beratnya kurang lebih 6 kg mampu menghasilkan telur sebanyak satu juta.

Pada kondisi normal atau berada di habitat aslina, musim kawin ikan patin terjadi pada saat musim hujan antara rentang bulan Maret sampai bulan Mei. Saat menjelang musim kawin, ikan betina yang siap bereproduksi akan hidup secara bergerombol dan kemudian mengeluarkan telurnya tepat ketika memasuki musim penghujan. Kondisi pada musim penghujan sangat membantu proses bertelur patin,

karena ikan ini akan memanfaatkan arus air yang deras untuk mengaduk lumpur di dasar sungai. Dengan begitu telur yang sudah dilepaskan oleh patin betina dapat dibilas, sehingga siap untuk dibuahi oleh patin jantan. Telur ikan patin dengan kondisi baik dan matang berwarna putih kekuning-kuningan. Setelah dibuahi telur-telur tersebut akan segera menetas untuk menghasilkan individu baru dalam waktu sekitar 18 sampai 24 jam jika berada di suhu antara 29 sampai 30 derajat Celcius. Akan tetapi jika suhu air pada saat itu antara 26 hingga 28 derajat Celcius, maka lama waktu penetasan yang dibutuhkan sekitar 27 jam. Ketiak pertama kali menetas larva ikan patin masih membawa kuning telur selama dua hari yang berfungsi sebagai cadangan makanan.

Sedangkan ikan patin yang hidup di dalam kolam atau dibudidayakan mengalami masa reproduksi yang berbeda. Patin seperti itu tidak akan bisa melakukan reproduksi secara alami melainkan membutuhkan bantuan manusia, seperti memberi rangsangan pada ikan betina, mengurut telur dan sperma, serta mengaduk air secara manual agar telurnya menetas.

2. Konsepsi SWOT

Menurut Freddy Rangkuti Analisis swot adalah indifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*sternghs*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT menurut Sondang P. Siagian merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT merupakan akronim untuk kata- kata *strenghs* (kekuatan), *weaknesses* (kelmahan), *opportunities* (peluang) dan *Shtreats* (ancaman).

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi iterhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu

strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Menurut Ferrel dan Harline (2017), fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara systematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*thret*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan dan strategi, dan kebijakan dari perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Sedangkan menurut Sondang P Sinagian ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

1) Faktor Kekuatan

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

2) Faktor Kelemahan

Yang dimaksud dengan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

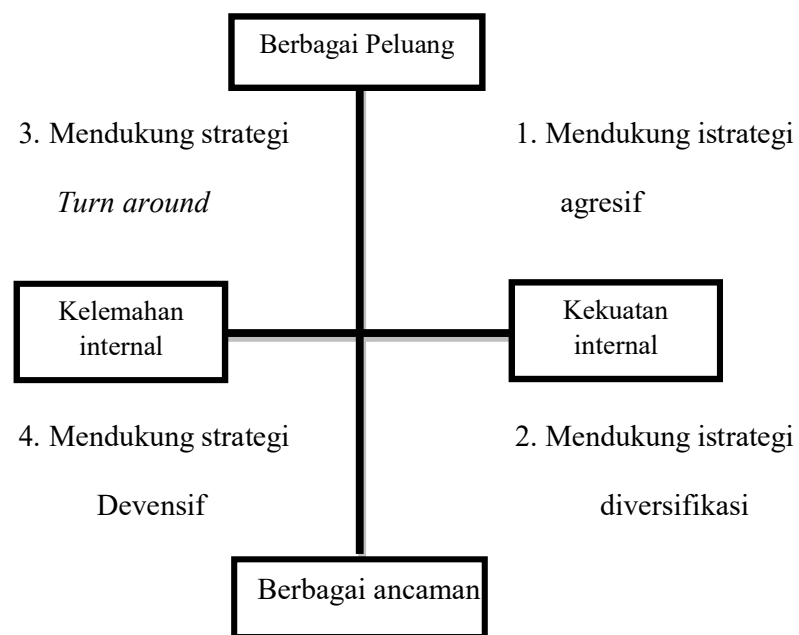
3) Faktor Peluang

Definisi peluang secara sederhana peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

4) Faktor Ancaman

Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

Dengan menggunakan cara penelitian dengan metode analisis SWOT ini ingin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Cara membuat analisis SWOT penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan *internal strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan *eksternal opportunities* dan *threats* yang dihadapi didunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Pembagian kuadran dalam analisis SWOT ditunjukkan pada gambar 2.1. berikut ini:



Gambar 2.1.
Analisis SWOT

Kuadran 1 : ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*)

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

Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelamahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah - masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik. Misalnya, apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan

produk-produk baru dalam industry *microcomputer*.

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

Menurut Rangkuty dalam menganalisa SWOT ada lima macam model pendekatan yang digunakan. Model pendekatan dalam menganalisa SWOT tersebut adalah sebagai berikut:

a) Matrik SWOT

Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

b) Matrik *Boston Consulting Group*

Matrik BCG diciptakan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) yang mempunyai beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik cash-flownya, serta untuk memutuskan apakah perlu meneruskan investasi produk yang tidak menguntungkan. Matriks BGC juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasaran.

c) Matrik Internal dan Eksternal

Matrik ini dapat dikembangkan dari model *Boston Consulting Group* (GE-Model) parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategis bisnis ditingkatkan korporat yang lebih detail.

d) Matrik *Space*

Matrik *Space* adalah untuk mempertajam analisis agar perusahaan dapat melihat posisi dan arah perkembangan dimasa akan datang. Matrik space dapat memperlihatkan dengan jelas kekuatan keuangan dan kekuatan industry pada

suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut secara financial relative cukup kuat untuk mendayagunakan keuntungan kompetitif secara optimal melalui tindakan agresif dalam merebut pasar.

e) Matrik *Grand Strategy*

Matrik ini biasa digunakan untuk memecahkan masalah yang sering dihadapi dalam penggunaan analisis SWOT yaitu untuk menentukan apakah perusahaan ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada dalam perusahaan.

f) Matrik Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matrik factor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS):

- 1) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- 2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) factor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- 3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*out standing*) samapai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh factor tersebut terdapat kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai ranting untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1, sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya.
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang dinilai bervariasi mulai dari 4,0 (*out standing*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau iatatan mengapa

faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung

- 6) Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

g) Matrik Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal strategic factors analysis summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka strength dan weakness perusahaan. Tahapnya adalah sebagai berikut:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- 2) Beri bobot masing masing faktor tersebut dengan skala mulai dengan dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarakan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.)
- 3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarakan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variable yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) di beri nilai mulai dari +1 sampai +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif sebaliknya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya 4.

Tahap Analisis

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Sebaiknya kita menggunakan beberapa model sekaligus, agar dapat memperoleh analisis yang lebih lengkap dan akurat. Model yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Matrik TOWS atau Matrik SWOT
- b. Matrik BCG
- c. Matrik Internal Eksternal
- d. Matrik SPACE
- e. Matrik *Grand Strategy*

a. Matrik TOWS atau SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah Matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat strategi kemungkinan.

EFAS IFAS	STRENGTHS (S) • Tentukan 5-10 faktor- factor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan 5-10 Kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) • Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) • Tentukan 5-10 Faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2.2.
Matriks SWOT

1) Strategi SO

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

2) Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan dalam yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3) Strategi WO

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

4) Strategi WT

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

- a) Mengidentifikasi unit analisis
- b) Mengumpulkan data statistik yang diperlukan untuk analisis
- c) Menghitung pangsa pasar relative
- d) Membuat plot pangsa pasar pada diagram matrik BCG
- e) Rumusan Setiap kuadran.

b. Matriks BCG

Metode pendekatan yang paling banyak digunakan untuk analisis korporat adalah BCG Growth/Share Matrix yang diciptakan pertama kali oleh Boston Consulting Group (BCG). Cara penggunaan Matriks BCG

c. Matriks General electric

Model ini membutuhkan parameter faktor daya tarik industry (*industry attractiveness factor*) dan faktor kekuatan bisnis (*business strength Factor*).

d. Matriks internal eksternal

Matriks internal eksternal ini dikembangkan dari model general electric (GE Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini yaitu untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail.

e. **Matrik Space**

Selanjutnya setelah menggunakan model analisis matrik IE, perusahaan itu dapat menggunakan matrik space untuk mempertajam analisisnya. Tujuannya adalah agar perusahaan itu dapat melihat posisinya dan arah perkembangan selanjutnya. Berdasarkan matrik space, analisis tersebut dapat memperlihatkan dengan jelas garis vector yang bersifat positif baik untuk kekuatan keuangan (KU) maupun kekuatan industry (KI). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan itu secara finansial relatif cukup kuat sehingga dia dapat mendayagunakan keuntungan kompetitifnya secara optimal melalui tindakan yang cukup agresif untuk merebut pasar.

f. **Matrik Grand Strategy**

Model yang digunakan untuk menentukan apakah perusahaan ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis dengan menggunakan matriks SWOT, untuk membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (ancaman dan peluang). Selain itu dengan menggunakan matrik ini dapat menggambarkan secara jelas mengenai ancaman dan peluang yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

3. **Konsepsi Strategi**

Secara etimologi adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai “komandan militer” pada zaman demokrasi Athena. Pada mulanya istilah strategi digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Sedangkan secara terminologi banyak ahli telah mengemukakan definisi.

Strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya kesemuanya itu mempunyai arti atau makna yang sama yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien, diantara para ahli yang merumuskan tentang definisi strategi tersebut salah satu proses dimana untuk mencapai suatu tujuan dan

berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran.

Strategi menurut Purnomo Setiawan Hari sebenarnya berasal dari Bahasa Yunani “*strategos*” diambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.

Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dengan melihat beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui menuju target yang diinginkan. Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama dan pola keputusan yang iakan dipilih untuk mewujudkan tujuan organisasi, Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan.

4. Tahap-tahap Strategi

a. Perumusan

Menjelaskan tahap pertama dari faktor yang mencakup analisis lingkungan intern maupun ekstern adalah penetapan visi dan misi, perencanaan dan tujuan strategi. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah- langkah kedepan yang maksudkan untuk membangun visi dan misinya, merupakan itujuan strategi serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik. Lakukan analisis lingkungan intern dan ekstern untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Tentukan tujuan dan target. Dalam tahap strategi di atas, seorang

pemimpin memulai dengan menentukan visinya ingin menjadi apa di masa datang dalam lingkungan terpilih dan misi apa yang harus ditunaikan atau dilakukan sekarang untuk mencapai cita-cita tersebut.

b. Pelaksanaan

Setelah tahap perumusan strategi diselesaikan maka berikutnya yang merupakan tahap krusial dalam strategi perusahaan adalah tentang pelaksanaan strategi. Pelaksanaan strategi adalah proses dimana strategi dan kebijaksanaan dijalankan melalui pembangunan struktur, pengembangan program, budget dan prosedur pelaksanaan. Pelaksanaan strategi merupakan tahap yang paling sulit dalam proses strategi mengingat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan di lapangan dan mungkin tidak sesuai dengan perkiraan semula. Strategi yang berhasil harus didukung perusahaan yang capable dengan seorang pemimpin yang solid, alokasi sumber daya yang cukup, kebijaksanaan yang tepat, budaya, situasi dan kondisi terhadap keberhasilan pelaksanaan strategi.

1) Matrik seleksi strategi dasar

Pengalaman banyak penentu strategi menunjukkan bahwa penggunaan matriks merupakan suatu teknik yang handal dalam memilih strategi induk. Ide utama yang melatar belakangi penggunaan matriks adalah terdapat dua jenis variabel yang mutlak mendapat perhatian dalam melakukan analisis yang bersifat strategik yaitu:

- Maksud utama penentu strategi dasar
- Pemilihan penekanan perhatian pada faktor eksternal dan internal yang mangarah pada orientasi pertumbuhan atau kemampuan memperoleh keuntungan.

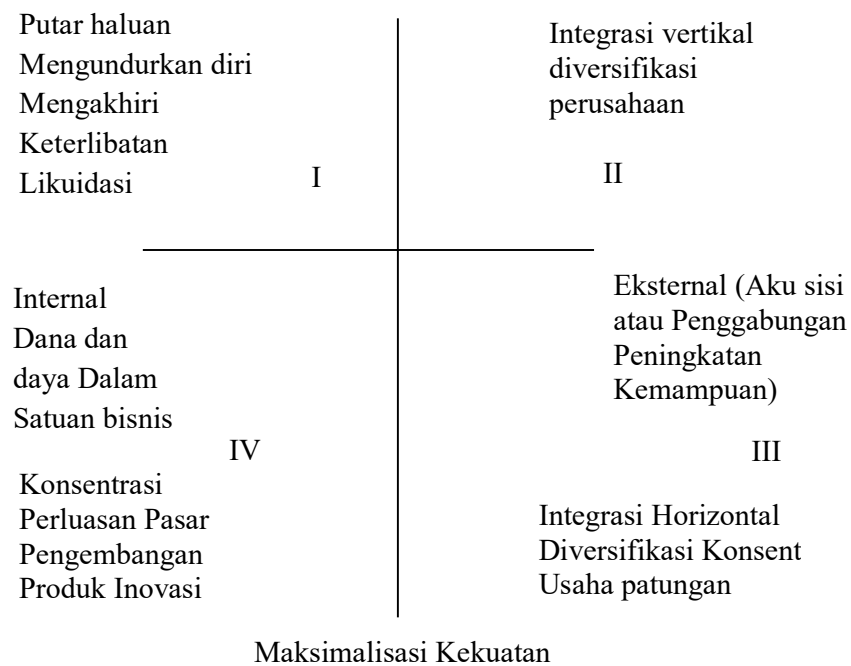
Penggunaan matriks menjadi ampuh sebagai instrument analisis karena memperhitungkan berbagai faktor eksternal yang berpengaruh dan faktor-faktor tersebut dikaitkan bukan hanya dengan kekuatan yang dimiliki oleh satuan bisnis melainkan juga memperhatikan berbagai kelemahan yang mungkin melekat pada tubuh satuan bisnis yang bersangkutan. Pendekatan matriks memungkinkan satuan

bisnis memanfaatkan semaksimal mungkin faktor-faktor kekuatan yang dimilikinya dan sekaligus berupaya untuk menghilangkan atau mengurangi dampak negatif dari berbagai kelemahannya.

Penggunaan matriks menunjukkan bahwa perhatian ditujukan pada hal-hal berikut ini:

- Sebagai hasil analisis yang dilakukan, berbagai kelemahan satuan bisnis dapat diatasi.
- Para penentu strategi dapat mengambil langkah-langkah untuk memaksimalkan
- Secara internal melakukan pengaturan kembali pemanfaatan dana dan daya yang terdapat dalam satuan usaha.
- Secara eksternal melakukan tindakan akuisisi atau penggabungan sebagai teknik untuk meningkatkan kemampuan organisasi memperoleh dana dan daya.

Atasi berbagai kelemahan



Gambar 2.3.
Matriks seleksi strategi

Model kelompok strategi dasar yaitu suatu pendekatan yang secara simultan melakukan analisis mengenai tingkat pertumbuhan pasar dan posisi kompetitif suatu perusahaan atau satuan bisnis dalam pasar tersebut. Dengan melakukan analisis yang simultan tersebut manajemen akan menemukan empat jenis posisi yang pada gilirannya memberikan “arahan” kepada para perumus strategi perusahaan untuk memilih strategi yang paling tepat, posisi itu adalah:

- a) Posisi bersaing yang kuat dalam kondisi pasar yang bertumbuh dengan cepat.
- b) Posisi bersaing yang kuat dalam kondisi pasar yang bertumbuh dengan pesat.
- c) Posisi bersaing yang kuat dalam kondisi pasar yang bertumbuh dengan lambat.

Merupakan tugas para penentu strategi perusahaan untuk melakukan analisis sedemikian rupa sehingga strategi yang paling menguntungkan bagi satuan-satuan bisnis dalam lingkungan perusahaan dapat ditempuh perumus strategi induk suatu perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

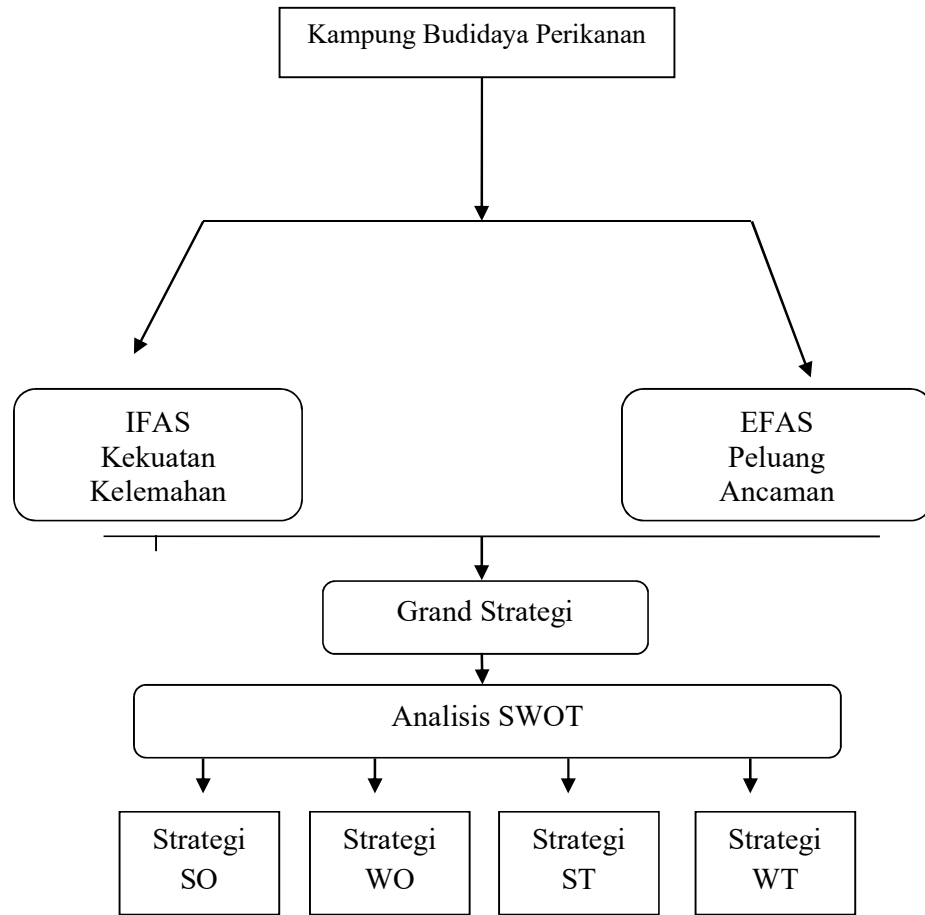
Pengarang	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Yastini (2020)	Strategi Budidaya Ikan Patin (Pengasius Sp) Untuk Meningkatkan Pendapatan Pembudidaya Ikan Mina Kencana Desa Pering Kecamatan Blahbatuh.	Analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha peternakan ikan patin berada pada sel ke V pada matriks IE dengan total skor internal 2,05 dan total skor eksternal 2,95. Terdapat lima alternatif strategi yang ditawarkan untuk meningkatkan pendapatan petani, yaitu: 1) melakukan integrasi usaha dari hulu hingga ke hilir, 2) melakukan segmentasi pasar, 3) mengadakan kerjasama dengan berbagai pihak dalam memasarkan patin dan produk olahannya, 4)

			memanfaatkan media online untuk promosi dan pemasaran produk, dan 5) melakukan diversifikasi produk menjadi berbagai produk olahan lainnya. Prioritas strategi yang ditawarkan adalah melakukan integrasi usaha dari hulu hingga ke hilir.
Abidin (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (<i>Clarias Sp.</i>) Pada Usaha Perseorangan “Toni Makmur” Dikawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang Jawa Timur.	Analisis SWOT	Hasil analisis IFAS didapatkan nilai sebesar 0,26 dan EFAS didapatkan hasil sebesar 0,36. Hasil analisis SWOT pada usaha ini berada pada kuadran 1, sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi SO (Strength-Opportunities). Strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada, pada usaha ini strategi SO yang digunakan dalam kategori sedang.
Melin (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Ikan Lele Di Kelurahan Benteng Somba Opu Kecamatan Barombong Kabupaten Gowa	Analisis SWOT	Hasil penelitian di Benteng Somba Opu Kecamatan Barombong Kabupaten Gowa yakni diperoleh alternative strategi sebagai berikut : strategi SO, yaitu : melakukan pengembangan pasar dan memanfaatkan luas area tambak untuk memenuhi permintaan pasar. Untuk strategi WO, yaitu: memanfaatkan teknologi yang lebih optimal, meningkatkan kerjasama dengan pihak terkait

			(palanggan dan mitra usaha), untuk strategi ST, yaitu : pemanfaatan sumber daya alam sebaik-baiknya. Untuk strategi WT, yaitu: membentuk kerjasama dengan pemerintah.
Priadi (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Pembesaran Ikan Patin (<i>Pangasius sp.</i>) di Kecamatan Gandus Kota Palembang	Analisis SWOT	Hasil analisis IFAS didapatkan nilai sebesar (-0,18) dan EFAS didapatkan hasil sebesar 0,77. Hasil analisis SWOT pada usaha ini berada di kuadran III, sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi WO (Weaknesses – Opportunities). Strategi WO adalah strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, pada usaha ini strategi WO yang digunakan dalam kategori sedang. Strateginya adalah manajemen kualitas air dan pemberian pakan yang baik dari segi kuantitas dan kualitas guna mengurangi pencemaran lingkungan perairan, memberikan pelatihan dan keterampilan pada pembudidaya tentang pemanfaatan teknologi dan sistem produksi guna peningkatan produksi secara keseluruhan, penggunaan teknologi tepat guna untuk mengurangi pencemaran lingkungan perairan guna memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat, dan meningkatkan kerjasama

			pembudidaya dengan dinas setempat dalam memberikan penyuluhan terkait penerapan standar produksi.
Hasibuan., R., A (2021)	Potensi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Patin Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Rumbai Bukit Kecamatan Rumbai Menurut Ekonomi Syariah.	Analisis SWOT	Hasil penelitian disimpulkan bahwa usaha budidaya ikan patin di Kelurahan Rumbai Bukit Kecamatan Rumbai merupakan suatu usaha yang memiliki potensi yang cukup besar sehingga usaha ini layak dijalankan karena dinilai menguntungkan. Adapun faktor pendukung berdirinya usaha ini adalah dengan adanya lahan yang luas, tingginya tingkat konsumsi masyarakat dan sistem perawatannya sangat mudah. Usaha budidaya ikan patin di Kelurahan Rumbai Bukit Kecamatan Rumbai sudah sejalan dengan prinsip ekonomi Islam karena tidak terdapat unsur riba, maisir dan gharar. Namun dalam proses pengembangan usaha budidaya ikan patin perlu meningkatkan standar manajemen dan meningkatkan nilai produksi sehingga berpotensi untuk dikembangkan.

C. Model Pendekatan



Gambar 2.4.
Model Pendekatan Kampung Budidaya Ikan Patin

D. Batasan Operasional Variabel

1. Usaha budidaya ikan patin merupakan usaha manusia untuk mengusahakan tanahnya dengan membudidayakan ikan patin untuk memperoleh hasil tanpa mengakibatkan berkurangnya kemampuan tanah yang bersangkutan untuk memperoleh hasil selanjutnya

2. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*) adalah pendekatan analisis untuk menentukan formulasi strategi pengembangan perusahaan di masa mendatang
3. *Strenght* (kekuatan) adalah faktor-faktor internal pusaha budidaya ikan patin yang mendukung atau mempunyai keunggulan untuk pencapaian perkembangan usaha budidaya ikan patin
4. *Weaknesses* (Kelemahan) adalah faktor-faktor diluar lingkungan usaha budidaya ikan patin yang menguntungkan dalam perkembangan usaha.
5. *Opportunities* (Peluang) adalah faktor-faktor diluar lingkungan perusahaan yang menguntungkan dalam perkembangan perusahaan.
6. *Threaths* (Ancaman) adalah faktor-faktor diluar lingkungan perusahaan yang merupakan ancaman bagi perusahaan sehingga menghambat perkembangan perusahaan
7. Strategi pengembangan agribisnis ikan patin adalah hal-hal yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi usaha budidaya ikan patin melalui sub sistem penyediaan sarana produksi, sub sistem usaha tani atau proses produksi, sub sistem pengolahan hasil, sub sistem pemasaran dan sub sistem penunjang.