

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Strategi

Strategi merupakan sebuah alat guna mencapai sebuah tujuan, dalam pengembangan rancangan mengenai strategi perlu memiliki perkembangan. Strategi pada sebuah bisnis sangatlah diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan di perusahaan untuk pencapaian jangka pendek ataupun jangka panjang. Strategi merupakan senantiasa meningkat terus menerus dan selalu dilakukan sesuai apa yang diinginkan oleh para konsumen di masa yang akan datang. Maka dari itu, strategi ini hampir digunakan dari apa yang dapat dilakukan dan bukan dimulai dari apa yang dilakukan.⁹ Menurut Fred R David bahwa strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah perencanaan atau ketentuan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang besar atau secara keseluruhan dalam jangka panjang.¹⁰

Keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang membedakan suatu organisasi lain serta memberi ciri khas perusahaan guna memenuhi kebutuhan pemasaran. Strategi pastinya mengalami perubahan dengan seiringnya waktu sesuai dengan keadaan lingkungan tetapi agar

⁹ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 31.

¹⁰ Fred R David, *Manajemen Strategi Edisi kesepuluh*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hal. 17-18.

sebuah perusahaan tetap berjalan strategi perusahaan yang digunakan berfokus kepada pengembangan sinergi serta dapat menciptakan nilai untuk pelanggan. Strategi sangat bermanfaat karena dapat membantu para manajer untuk menganalisis bagaimana kekuatan ekonomi yang mempengaruhi organisasi dari peraturan-peraturan, solusi-solusi untuk memperbaiki keputusan manajerial untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien, dan memberikan aturan penetapan harga serta kekuatan yang menginginkan perusahaan mencapai tujuan pertumbuhannya.¹¹

Pengertian strategi ini pada prinsipnya berhubungan dengan tujuan yang akan dicapai, cara-cara penentuan serta metode penggunaan sarana-sarana tersebut. Jadi secara umum, strategi merupakan konsep jangka panjang guna mencapai tujuan, strategi ini terdiri dari kegiatan-kegiatan penting yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.

a. Tipe-tipe strategi

Menurut tipikal bisnis perusahaan biasanya mempertimbangkan tiga tipe strategi yaitu strategi korporat, strategi bisnis, dan strategi fungsional.

Sedangkan Tipe – tipe strategi menurut David sebagai berikut:

a. Strategi Integrasi

¹¹ Usep Sudrajat dan Suwaji, *Buku Ajar Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 4

- 1) Integrasi ke Depan (*forward integration*). Integrasi ke depan (*forward integration*) adalah upaya memiliki atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.¹²
- 2) Integrasi ke Belakang (*Backward integration*). Integrasi ke belakang (*backward integration*) adalah strategi untuk mencoba memiliki atau meningkatkan kontrol terhadap perusahaan pemasok.
- 3) Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration*). Strategi pertumbuhan integrasi horizontal dilakukan melalui akuisisi perusahaan pesaing yang memiliki *line of business* yang sama.

b. Strategi Intensif

- 1) Penetrasi Pasar (*Market Penetration*).

Strategi penetrasi pasar berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk dan jasa yang sudah ada di pasar melalui usaha pemasaran yang gencar.

- 2) Pengembangan Pasar (*Market Development*).

Pengembangan pasar terdiri dari upaya memperkenalkan produk atau jasa yang ada ke wilayah geografis baru.

- 3) Pengembangan Produk (*Product Development*).

Pengembangan produk adalah strategi yang berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk/jasa yang

¹² Fred R. David, *Manajemen Strategis: Konsep...*, hal. 252-272

sudah ada. Pengembangan produk biasanya memerlukan biaya yang besar untuk penelitian dan pengembangan.

- 4) Strategi Diversifikasi
 - a) Diversifikasi *konsentris*
 - b) Diversifikasi horisontal (*Horizontal Diversification*)
 - c) Diversifikasi konglomerat (*Conglomerate Diversification*)
- 5) Strategi Defensif
 - a) Rasionalisasi biaya (*Retrenchment*)
 - b) Divestasi (*Divestiture*)
 - c) Likuidasi (*liquidation*)

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.¹³ Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Oportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Menurut David semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis.¹⁴ Kekuatan atau kelemahan internal digabungkan dengan peluang atau ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 18

¹⁴ Usep Sudrajat dan Suwaji, *Buku Ajar Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 4.

penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

a. **Unsur-unsur analisis SWOT**

SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis. Umumnya SWOT digambarkan dengan tabel pada ukuran kertas yang besar untuk memudahkan analisis hubungan antar aspeknya. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor internal-eksternal untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut ini merupakan unsur-unsur dari analisis SWOT yaitu:¹⁵

1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2) Kelemahan (*Weakness*)

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

¹⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 18

dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan–kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.¹⁶

4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.¹⁷

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Secara garis besar terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi analisa SWOT, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Untuk lebih memahami kedua faktor tersebut , berikut ini adalah penjelasannya menurut Fred R. David:¹⁸

¹⁶ Silviana Maulidah, *Pengantar Manajemen Agribisnis*, (Malang: UB Press, 2012), hal.

¹⁷ *Ibid*, hal. 230

¹⁸ Fred R. David, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hal. 11

1) Faktor internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam suatu perusahaan, yaitu kekuatan dan kelemahan dari perusahaan itu sendiri. Adapun beberapa hal yang merupakan bagian dari faktor internal adalah: Sumber daya keuangan yang memadai

- a) Sumber daya manusia yang kompeten
- b) Properti teknologi terkini
- c) Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan
- d) Kemampuan pemasaran yang baik
- e) Kemampuan distribusi yang baik

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah semua faktor yang berasal dari luar perusahaan (ancaman dan peluang) dan berpengaruh terhadap performa perusahaan tersebut. Adapun beberapa hal yang merupakan bagian faktor eksternal adalah:¹⁹

- a) Tren bisnis
- b) Budaya masyarakat
- c) Sosial politik dan ideologi
- d) Kondisi perekonomian suatu negara
- e) Peraturan dan kebijakan pemerintah
- f) Perkembangan teknologi

¹⁹ Ibid, hal. 12.

c. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi perusahaan matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Menurut David faktor-faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentuk matriks SWOT yang menghasilkan empat tipe strategi, yaitu sebagai berikut:²⁰

- 1) Strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal
- 2) Strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal.
- 3) Strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal.
- 4) Strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman lingkungan.

Matriks SWOT akan mempermudah perumusan strategi yang perlu dilakukan oleh suatu kegiatan usaha. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman. Sehingga matriks SWOT tersebut akan diperoleh empat kelompok alternatif yang disebut dengan strategi

²⁰ Fred R. David, *Manajemen...*, hal. 47

SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. Matriks analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1 Matriks SWOT

	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESS (W)</i>
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	Strategi SO: Menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO: Mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
<i>THREATS (T)</i>	Strategi ST: Menggunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT: Menakan semua kelemahan-kelemahan dan mencegah ancaman

Menurut Rangkuti apabila strategi dalam Gambar 1 dikaitkan dengan strategi bisnis, maka pilihan-pilihan strategi bisnis yang perlu dilakukan sebagai berikut :²¹

- 1) Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan yang substansial untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang ada. Strategi dalam kuadran SO disebut sebagai strategi agresif.
- 2) Strategi ST (*Strenghts-Threats*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk atau bisnis, melalui mengembangkan produk-produk unggul. Strategi dalam kuadran ST disebut sebagai strategi diversifikasi.

²¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT...*, hal. 168

- 3) Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama itu. Strategi dalam kuadran WO disebut sebagai strategi balik arah.
- 4) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus menghindari ancaman. Strategi pada kuadran WT disebut sebagai strategi bertahan. Setelah menganalisis keseluruhan variabel di atas, kemudian faktor strategi internal dan strategi faktor eksternal dituangkan dalam diagram analisis SWOT seperti disajikan pada Gambar 2.2:²²

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT



²² Freddy Ranguti, *Analisis SWOT...*, hal. 174

Keterangan gambar:

Kuadran I

Merupakan situasi menguntungkan karena perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang secara maksimal sehingga mampu menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan pada situasi seperti ini menggunakan kekuatan dari segi internal untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara pemanfaatan diversifikasi produk.

Kuadran III

Merupakan situasi dimana perusahaan menghadapi peluang besar tetapi menghadapi kendala internal. Fokus strategi perusahaan pada posisi seperti inilah dapat meminimalkan kendala-kendala internal perusahaan.

Kuadran IV

Merupakan posisi yang tidak menguntungkan. Perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kendala internal.

3. Pengembangan usaha

Pengembangan merupakan proses usaha guna melakukan perubahan secara perlahan ataupun secara bertahap dengan menambah kemampuan yang sudah ada dengan melalui perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi. Menurut Sulaeman Suhendar, definisi pengembangan usaha.

Menurut *Flippo*, pengembangan merupakan proses yang berupaya

meningkatkan kemampuan serta ketrampilan sumber daya manusianya untuk menghadapi sebuah perubahan lingkungan internal ataupun eksternal dengan melalui peningkatan kemampuan, peningkatan ketrampilan.²³

Pengembangan usaha adalah adanya tanggungjawab dari wirausaha yang berkeinginan pandangan untuk masa depan, adanya motivasi dan kreativitas. Sehingga jika hal tersebut bisa dilakukan oleh wirausaha, maka harapan yang diinginkan untuk menjadikan usaha yang awalnya kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah besar.

Jadi secara umum, pengembangan usaha merupakan proses yang dilakukan oleh seseorang wirausaha dengan secara bertahap serta terus menerus guna meningkatkan hasil yang dapat memperoleh keuntungan.

a. Tahapan Pengembangan Usaha

Tahapan pengembangan usaha pada melakukan kegiatan pengembangan usaha pada umumnya melakukan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1) Memiliki Ide Usaha

Usaha yang dikembangkan wirausaha asal mulanya dari ide usaha. Ide usaha dimiliki wirausaha dari berbagai sumber. Ide usaha ini muncul ketika telah melihat keberhasilan usaha orang lain, namun selain itu pengamatan kesuksesan usaha orang lain, ide usaha dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari wirausaha.

²³ Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), hal. 120.

a) Memiliki Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausaha akan menuangkan ide usaha tersebut ke konsep usaha ke bagan usaha yang lebih spesifik. Dalam pembuatan konsep usaha ini wirausaha memperjelas ide usahanya dengan menungkan ide usaha tersebut ke bagian usaha meliputi target pasar, produk yang di pasarkan, harga yang akan dijual, serta selain itu pada konsep usaha juga dijelaskan lokasi usaha yang akan dijalankan.

b) Pengembangan Rencana Usaha

Komponen utama dari pengembangan usaha oleh wirausaha adalah perhitungan laporan laba rugi dari usaha yang dijalanannya.

c) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana yang sudah disusun dengan baik dan rinci selanjutnya diterapkan dalam melakukan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan dalam melakukan usaha yang dijalankan wirausaha. Dalam melakukan usaha seorang wirausaha harus menyiapkan sumber dayang diperlukan meliputi modal, bahan baku, tenaga kerja guna melakukan kegiatan usaha.

b. Jenis-jenis Strategi Pengembangan

1) Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan upaya meningkatkan penjualan dengan perbaikan produk saat ini. Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dilakukan oleh perusahaan guna

memodifikasi atau memperbaiki produk yang ada saat ini atau melakukan inovasi produk yang masih terkait dengan produk yang saat ini dijalankannya. Dengan hal itu, produk yang telah dimodifikasi dapat dipasarkan oleh konsumen yang saat ini dengan melalui pemasaran yang ada. Strategi ini dipilih karena untuk memuaskan para konsumen. Strategi pengembangan produk ini juga dilakukan guna meningkatkan daya tarik produk para konsumen.

2) Strategi Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan memperkenalkan produk yang sekarang ini ke wilayah baru. Strategi pengembangan pasar ditekankan dari strategi yang ada meliputi pemasaran produk yang saat ini dilakukannya dengan mempertimbangkan keahlian dan ketrampilan dalam pengoperasian secara baik untuk pelanggan yang ada ataupun pelanggan baru. Hal ini kegiatan yang perlu ditingkatkan yaitu penambahan saluran distribusi serta mengubah dan meningkatkan promosi. Dengan keberhasilan diharapkan dapat memiliki keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Suatu perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan pasarnya dengan menawarkan lebih banyak produk guna membuka jalan untuk segmen pasar yang lebih banyak.

3) Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi ini memfokuskan suatu kombinasi produk dan pasar yang tertentu. Suatu pertumbuhan terkonsentrasi adalah strategi perusahaan yang langsung melakukan penekanan pemanfaatan sumber daya guna meningkatkan

pertumbuhan dari suatu produk dalam pasar dengan teknologi yang dominan. Strategi pengembangan terkonsentrasi ini secara berhasil, apabila didukung oleh pengembangan ketrampilan , kompetensi untuk upaya encapaian keberhasilan bersaing.

3) Strategi Inovasi

Strategi inovasi ini selalu dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk produk-produk industri ataupun barang-barang konsumsi, hal ini diharapkan dengan adanya perubahan atau kemajuan produk yang ditawarkan. Dalam sebuah persaingan ini, perusahaan perlu adanya inovasi produk guna menemukan produk baru maupun inovasi yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, sebagai akibat menggunakannya teknologi baru yang lebih maju.

4) Strategi Integrasi Horizontal

Integrasi horisontal terjadi apabila suatu perusahaan menambahkan lebih usahanya yang memproduksi produk yang sejenis diproses pasar produk yang sama.

4. Budidaya Ikan Gurame

a. Pengertian Budidaya Ikan Gurame

Budidaya berasal dari bahasa Inggris *aquaculture* yang artinya budidaya perairan, budidaya perikanan, atau *aquaculture*. *Aquacultur* adalah suatu unsur dengan perikanan. Secara harfiah yang dimaksud dari *aquaculture* yaitu budidaya perikanan. Dimana budidaya ini melakukan pemeliharaan

biota guna dikelola kemudian diperjualkan.²⁴ Kegiatan budidaya adalah kegiatan perikanan yang bersifat dapat memilih tempat serta metode yang tepat. Kegiatan budidaya ini memperoleh perhatian karena dari kegiatan ini tidak ada lagi penangkapan. Guna mencukupi permintaan pasar memerlukan pasok semakin banyak serta mengharapkan kualitas yang lebih pasti.

Budidaya perikanan yaitu usaha membesarkan serta mendapatkan ikan yang, baik ikan yang masih hidup liar di alam ataupun ditempatkan tersendiri. Sehingga, budidaya tidak hanya memelihara ikan dikolam tetapi budidaya ini juga meliputi kegiatan usaha komoditas ikan yang berada, danau, sungai, laut, waduk.

Ikan gurame adalah ikan asli dari perairan indonesia sejak zaman Galuh di priangan. Pemeliharaan ikan gurame ini menyebar ke beberapa daerah di ciamis dan singaparna. Sekarang ini gurame banyak dibudidayakan di berbagai daerah di indonesia.²⁵ Ikan gurame merupakan salah satu ikan komoditas unggulan dari berbagai jenis ikan air tawar. Hal ini terbukti dari permintaan yang tinggi serta harga yang relatif stabil dan pemeliharaan ikan gurame ini yang cukup mudah sehingga banyak masyarakat yang mengembangkan budidaya untuk meningkatkan produksi dan pendapatan petani.

Budidaya ikan gurame merupakan budidaya yang sangat menguntungkan dengan harga yang terus stabil. Untuk pasokan ika gurame yang ada tidak dapat mencukupi karena pada saat ini petani ikan gurame masih

²⁴ M.Farchan dan Mugi Mulyono, *Dasar-Dasar Budidaya*, (Jakarta: STP Press, 2011), hal.3.

²⁵ Riawan Putra Rahmat, *Budidaya Ikan Gurame*, (Jakarta: PT Agro Media Pustaka, 2013), hal.11.

sangat sedikit padahal permintaan pasar semakin meningkat. Sebagai konsumsi gurame lebih diminati karena mempunyai tekstur daging yang padat dan gurih. Selain itu hal yang menjadikan menarik para petani pembudidaya untuk membudidaya gurame tidak memerlukan perawatan yang rumit, hanya dengan melakukan perawatan kolam selalu tersedia air dengan jumlah cukup besar.

b. Persyaratan Budidaya Ikan Gurame

1) Kualitas Air

Kualitas air sangat berpengaruh dengan pertumbuhan ikan. Kualitas air yang tidak baik akan menghambat pembesaran ikan.²⁶

2) Ketersediaan Air

Tersedianya air ini termasuk antara air dengan tempat budidaya ikan, banyaknya air untuk mencukupi kebutuhan ke kolam pembudidayaan.

3) Kondisi Iklim dan lingkungan

Kondisi lingkungan harus dipertimbangkan meliputi lahan dan lingkungan yang aman berdekatan dengan pemukiman. Serta kondisi iklim juga mempengaruhi budidaya ikan termasuk suhu udara ketika musim kemarau serta kelembapan udara.

c. Tahap pembesaran budidaya ikan gurame

Dalam tahap pembesaran benih ikan akan dipindah ke kolam yang besar dan luas sehingga menjadi ikan konsumsi yang siap dibesarkan. Tahap – tahap yang dilakukan dalam proses pembesaran ikan gurame adalah:

²⁶ Kanisius, *Budidaya Ikan di Perairan Umum*, (Yogyakarta: KANISIUS, 2001), hal.4547.

1) Modal

Dalam kamus bahasa Indonesia “modal” merupakan uang pokok atau uang yang dipakai sebagai induk untuk berniaga, melepas uang dan sebagainya. Modal merupakan sekumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Modal merupakan hal yang sangat vital dalam sebuah bisnis atau perusahaan. Tanpa modal tidak dapat berjalan sesuai semestinya. Menurut Bambang Riyanto modal merupakan hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Modal merupakan asset baik berupa barang atau dana yang dijadikan sebagai pokok menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Mulai dari bisnis yang kecil maupun bisnis yang besar. Adapun cara memperoleh dana antara lain:

a) Dana sendiri

Modal bias diperoleh dari modal usaha dengan menggunakan dana sendiri. Misalnya dengan menggunakan dana simpanan yang telah di tabung. Adapun apabila belum mencukupi bias menutupi kekurangan dengan menjual asset – asset yang telah dimiliki.

b) Mengajukan pinjaman modal usaha ke Bank atau Koperasi

Modal usaha dapat diperoleh dari pengajuan pinjaman modal usaha ke bank ataupun koperasi. Sebelum melakukan pengajuan ini tidak jarang pihak bank atau koperasi ingin mengetahui profil usaha yang akan dibuat.²⁷

²⁷ Supriyanto soekarno, *Cara Cepat Dapat Modal (Buku Wajib Untuk Memulai Atau Mengambil Bisnis Anda,*(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), hlm 3

2) Pembuatan kolam

Secara umum terdapat dua jenis kolam untuk pembudidaya ikan gurame yaitu kolam permanen dan kolam terpal. Untuk pembuatan kolam permanennini lebih mahal dibandingkann dari kolam terpal saat ini pembudidaya lebih memilh menggunakan kolam terpal. Biasaya ukurannkolammyang dibuat kolam gurame ini perlu disesuaikan dengan jumlahiikan yang dikolam. Biasanya kolam dengan kedalaman 1,5 meter dengan ukuran masing-masing 5x6 meter. Dengan isian ikan sebanyak 1500-2000 ekor.²⁸

3) Penentuan benih

Penentuan benih ini merupakan salah satu hal penting untuk mendapatkan hasil panen yang baik. Biasanya benih untuk proses pembesarannyang berukuran 2,5 cm dengan istilah ukuran silet dan ukuran 3,5 cm dengan istilah korek. Benih tersebut dirasa sudah dapat beradaptasi dengan mudah di kolam yang baru hingga panen. Selain itu, kesehatan pada benih ikan juga mempengaruhi pertumbuhan ikan serta kualitas ikan yang diperoleh saat panen.²⁹

4) Perawatan

Perawatan adalah faktor penting yang akan mempengaruhi tumbuh kembannya ikan sampai hasil panen nanti. Perawatan ini sangat perlu

²⁸ Yusuf Bahtiar, *Buku Pintar Budidaya dan Bisnis Gurami*, (Jakarta: PT Agro media pustaka, 2010), hal. 102.

²⁹ Riawan Putra Rahmat, *Budidaya Ikan Gurame*, (Jakarta: PT Agro Media Pustaka, hal. 60.

diterapkan karena akan mempengaruhi hasil panen yang optimal. Perawatan pada budidaya ikan gurame ini dibagi tiga yaitu:³⁰

a) Pemberian pakan

Pakan pokok ikan gurame pada umumnya yaitu pelet. Untuk pemilihan ikan gurame perlu di sesuaikan untuk pemenuhan kandungan gizi yang dapat mempengaruhi tumbuh kembangnya ikan gurame yang terutama kadar protein. Untuk melihat kandungan protein dilihat pada kemasan pakan pelet. Pada umumnya 1000 ekor ikan gurame menghabiskan pakan sebanyak 25 sak. Untuk memberikan pakan dilaksanakan sebanyak 2 kali pada pagi dan sore hari. Namun membantu kebutuhan gizi pakan juga dapat memberikan pakan seperti kangkung dan talas tapi disisi lain apabila melakukan pemberian pakan tambahan harus sering dilakukan perawatan air.

b) Sirkulasi air

Kebersihan kolam dan perawatan air menjadi salah satu factor penting dalam melakukan budidaya ikan gurame. Pada umumnya cara membersihkan kolam ikan menggunakan tehnik penyiponan, yaitu pembersihan kolam yang dilakukan dengan cara menyedot dan membuang kotoran atau sisa pakan. Perawatan air bisa dilakukan dengan cara mengalirkan air ke kolam hingga tumpah setiap dua hari sekali, hal ini dilakukan untuk mengantisipasi cuaca yang ekstrim.

³⁰ *Ibid*, hal. 55

Ketika cuaca panas suhu air akan meningkat. Cuaca yang panas ini dapat menyebabkan ikan menjadi stress dan dapat mengakibatkan mati. Sebelum ikan stress sebaiknya volume air ditingkatkan. Sebaliknya, ketika suhu air dingin dimusim hujan tinggi air dikurangi.

c) Pencegahan penyakit

Untuk melakukan penghindaran penyakit pada ikan gurame dapat diberikan vaksin pada pakan serta bisa diberikan pada air kolam.

5) Penentuan Harga Jual Gurami

Untuk penentuan harga jual gurame hingga saat ini belum ada patokan yang membuat pasokan harga ikan. Oleh karena itu, untuk harga ikan gurame sering terjadi perubahan. Sehingga harga jual ikan gurame ini dipatok oleh para pedagang yang akan membeli ikan gurame. Pada umumnya, sebelum melakukan penjualan gurame petani harus melakukannpenawaran untuk harga pasar ikan gurame saat itu.

6) Masa Panen Gurame

Apabila perawatan ikan baik maka bobot ikan mencapai samapi 1 kg. Masa panen ikan gurame ini hanya 1 kali pada satu tahun. Tetapi meskipun hanya 1 kali panen dalam setahun ini harga jual ikan gurame lebih mahal daripada ikan budidaya lainnya.

5. Teori Permintaan dan Penawaran

a. Pengertian Penawaran dan Permintaan

Penawaran dan permintaan merupakan dua istilah yang sering digunakan baik pada ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam. Berupa kekuatan-kekuatan yang membuat perekonomian pasar bekerja, serta menentukan kuantitas setiap barang yang diproduksi dan harga ketika barang tersebut terjual. Sebagai kebutuhan terhadap suatu produk yang ditunjang oleh sejumlah uang untuk membelinya.³¹

1) Hukum Penawaran

Penawaran barang atau jasa didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk menjualnya berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu. Perbedaan definisi penawaran dengan definisi permintaan hanya terletak pada satu kata. Jika permintaan menggunakan kata membeli, maka penawaran menggunakan kata menjual. Seperti juga dalam permintaan, analisis penawaran juga mengasumsikan suatu periode waktu tertentu, dan bahwa faktor-faktor penentu penawaran selain harga barang tersebut dianggap tidak berubah atau konstan (*ceteris paribus*).

Hubungan antara jumlah penawaran barang atau jasa dengan harga barang atau jasa itu sendiri dinyatakan dalam hukum penawaran, yang berbunyi : *semakin tinggi harga suatu barang, semakin besar jumlah*

³¹ Indri dkk, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta : Indonesia, 2008), Cet. Ke 1, hal. 97.

*penawaran barang tersebut, semakin rendah harga suatu barang maka semakin rendah pula jumlah penawaran barang tersebut.*³²

2) Hukum permintaan

Permintaan terhadap barang atau jasa didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu.³³

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Diantara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah seperti yang dinyatakan dibawah ini :

- a) Harga barang itu sendiri
- b) Harga barang yang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut
- c) Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
- d) Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
- e) Citra rasa masyarakat
- f) Jumlah penduduk
- g) Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Adalah sangat sukar untuk secara sekaligus menganalisis pengaruh berbagai faktor tersebut terhadap permintaan sesuatu barang. Oleh sebab itu, dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang sederhana. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harga. Oleh sebab itu, dalam teori

³² Mustafa Edwin Nasution Dkk, *Pengenalan Ekseklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), Cet. Ke-2, hal. 89.

³³ *Ibid*, hal. 80.

permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa "faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan" atau *ceteris paribus*. Tetapi dengan asumsi yang dinyatakan ini tidaklah berarti bahwa kita mengabaikan faktor-faktor yang dianggap tetap tersebut. Setelah menganalisis hubungan antara jumlah permintaan dan tingkat harga maka kita selanjutnya boleh mengasumsikan bahwa harga adalah tetap dan kemudian menganalisis bagaimana permintaan suatu barang dipengaruhi berbagai faktor lainnya.³⁴

Teori dalam Permintaan ekonomi Islam tidak semata untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) manusia tetapi dalam rangka untuk memenuhi kelangsungan hidup dan bukan berlebih-lebihan, bermewah-mewahan, dan bersombong-sombong.

Dalam Islam permintaan dikaitkan dengan kebutuhan dan kebutuhan ditentukan oleh konsep *muslahat*. Kebutuhan berbeda dengan keinginan karena kebutuhan dituntun oleh rasionalitas normatif dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya. Berbeda dengan keinginan yang relatif tidak terbatas. Menurut Islam, seorang yang berkonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan sehingga memperoleh kemanfaatan yang setinggi-

³⁴ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Suatu Pengantar*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2006), edisi ke-3, hal. 76.

tingginya dalam kehidupan. Hal ini merupakan dasar dan tujuan dari syariat Islam sendiri, yaitu *maslahat al-ibad* (kesejahteraan hakiki bagi manusia).³⁵

Permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa, dalam Islam, dibatasi pada hal-hal yang diperbolehkan untuk dikonsumsi atau diperjual belikan. Batasan ini tidak dikenal dalam teori ekonomi kapitalis yang bersifat netral dari nilai termasuk nilai-nilai agama.³⁶

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran dan Permintaan yang Berimplikasi Naik Turunya Harga

Adapun faktor yang mempengaruhi penawaran dan permintaan antara lain:

- 1) Intensitas dan besarnya permintaan
- 2) Kelangkaan atau melimpahnya barang
- 3) Kondisi kepercayaan
- 4) Diskonto dan pembayaran tunai

Permintaan terhadap barang acap kali berubah-ubah. Perubahan tersebut tergantung pada jumlah penawaran, jumlah orang yang menginginkannya, kuat-lemahnya dan besarkecilnya kebutuhan terhadap barang tersebut.³⁷

6. Peningkatan Pendapatan

Peningkatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu pertumbuhan,

³⁵ *Ibid*, hal. 100.

³⁶ *Ibid*, hal. 101.

³⁷ Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), Cet. Ke-1, hal. 160.

kemajuan, pertumbuhan.³⁸ Selanjutnya pada kamus manajemen pendapatan diartikan uang yang diperoleh dari bekerja berupa upah ataupun gaji.³⁹

Pada dasarnya tujuan orang bekerja adalah untuk menghasilkan pendapatan. Pendapatan merupakan balas jasa apabila seseorang telah menyelesaikan pekerjaan. Besarnya pendapatan dipengaruhi oleh jam kerja yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaannya. Menurut Winardi dalam memberikan pengertian pendapatan merupakan sebagai berikut: hasil berupa uang atau hasil berupa barang atau jasa yang dicapai dari penggunaan barang atau jasa-jasa manusia secara bebas. Berdasarkan pendapat Kadariah pendapatan kotor seluruh pendapatan yang diperoleh dari semua cabang dalam usaha yang diperhitungkan dari hasil penjualan. Pendapatan hasil adalah sebagian dari pendapatan kotor yang dianggap sebagai bunga seluruh modal digunakan dalam semua usaha, pendapatan hasil dapat diperhitungkan dengan mengurangi pendapatan kotor dengan biaya pengusaha.

Yang dimaksud dengan pendapatan adalah sebagian dari pada pendapatan kotor yang karena tenaga keluarga dan kecukupannya memimpin usaha dari kekayaan sendiri yang digunakan di dalam usahanya menjadi hak keluarganya yang dapat dikonsumsi keluarga tanpa mengurangi kekayaan.⁴⁰

Pendapatan seseorang merupakan besarnya uang yang diterima dari hasil usaha dalam waktu tertentu. Sedangkan untuk pendapatan masyarakat adalah

³⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), hal. 951.

³⁹ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 230. ⁶

⁴⁰ Subandriyo, *Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Petani Kakao di Kabupaten Jayapura*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2016), hal. 53

perolehan upah dari hasil bekerja yang diterima secara perorangan ataupun kelompok pada setiap bulan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi secara umum, pendapatan usaha yaitu yang diperoleh dari penerimaan usaha serta biaya yang dikeluarkan serta pendapatan ini bisa dikatakan banyaknya jasa atas pengelolaan usaha.⁴¹

Teori pendapatan yang dikemukakan oleh J.M. Keynes, teori ini juga tersebut dengan teori *Liquidity Preference*. Menurut teori ini seseorang senang memegang uang tunai karena didorong oleh tiga motif, yaitu motif berjaga – jaga dan motif spekulasi. Seperti yang kita ketahui bahwa hasil dari suatu kegiatan atau proses produksi sering dinilai dengan uang dan hasil yang berupa uang tersebut dinamakan dengan pendapatan atau penghasilan.⁴²

Menurut Sunharjo ada 2 kategori pendapatan yaitu:

- a. Pendapatan berupa uang, yaitu penghasilan yang berbentuk uang, biasanya diterima sebagai balas jasa
- b. Pendapatan berupa barang, yaitu segala penghasilan yang diterima berbentuk barang

Winardi dalam memberikan pengetahuan pendapatan merupakan sebagai berikut: hasil berupa uang atau hasil berupa barang atau hasil material yang dicapai dari penggunaan barang atau jasa – jasa manusia secara bebas. Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai

⁴¹ Yusuf Bahtiar, *Buku Pintar Budidaya dan Bisnis Gurami*, (Jakarta : PT Agro media pustaka, 2010), hal. 102.

⁴² Nyoman Sudiarto, Putu Eka Wirawan, *Daya Tarik Wisata Jogging*, (Bai: Nilacakra, 2016), hal. 6

dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut menjadi perhatian.⁴³

Pendapatan keluarga adalah jumlah penghasilan yang didapat untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perseorangan dalam rumah tangga. Secara konkritnya pendapatan keluarga berasal dari:

- a. Usaha itu sendiri : misalnya bertani, membuka usaha sebagai wiraswasta
- b. Bekerja pada orang lain: misalnya pegawai negeri
- c. Hasil dari pemilihan: misalnya tanah yang disewakan, dan lain – lain.

Pendapatan bisa berupa uang maupun barang misal berupa santunan baik berupa beras, fasilitas perumahan dan lain – lain. Pada umumnya pendapatan manusia terdiri dari pendapatan manusia terdiri dari pendapatan uang dan pendapatan riil berupa barang. Menurut Soeratno ukuran pendapatan yang digunakan untuk tingkat kesejahteraan keluarga adalah pendapatan keluarga dari hasil bekerja. Setiap anggota keluarga akan terdorong untuk bekerja guna mensejahterakan keluarganya.⁴⁴

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian. Sehingga penulis bisa memperbanyak teori yang digunakan mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu.

⁴³ Subandriyo, *Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap...*, hal. 53.

⁴⁴ Guhardja Suprihatin, *Pengembangan Sumberdaya Keluarga*, (Jakarta: Gunung Mulia, 1993), hal. 35

Diantara peneliti yang terdapat kaitannya pada penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Hikmah⁴⁵, bertujuan guna mengkaji tentang potensi serta peluang, permasalahan serta pembangan industri rumput laut, merumuskan stategi kebijakan pengembangan industri pegolahan rumput laut untuk meningkatkan nilai tambah di kawasan industri tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Persamaan dengan penelitian yaitu strategi pengembangan yang digunakan sama yaitu meningkatkan kualitas produk dan metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian penulis fokus penelitiannya strategi pengembangan yang berpengaruh dengan meningkatkan perekonomian masyarakat desa Doroampel, objek penelitian budidaya ikan gurame, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh hikmah fokus penelitiannya strategi pengembangan yang berpengaruh untuk peningkatan nilai tambah di sentra kawasan industrialisasi serta objeknya pengolahan rumput laut.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniati⁴⁶, dkk, bertujuan untuk mewujudkan stabilitas ekonomi yang seimbang sekaligus pengembangan desa dan meningkatkan taraf hidup pengusaha ikan nila. Dibutuhkan strategi usaha yang tepat dan dapat diandalkan agar budidaya ikan nila ini berkesinambungan

⁴⁵Hikmah, "Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Komoditas Rumput Laut *E.Cottoni* untuk Peningkatan Nilai Tambah di Sentra Kawasan Industrialisasi", *Jurnal Kebijakan Sasek KP Vol. 5 No. 1, 2015*. <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/jkse/article/view/1013> Diakses pada tanggal 27 Agustus 2021 pukul 11.00 WIB

⁴⁶ Sri Ayu Kurnati dan Jumanto, "Strategi Pengembangan Ikan Nila di Kabupaten Kuantan Singing Provinsi Riau", *Jurnal Agribisnis*, Vol. 19 No. 1, 2017. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/agr/article/view/890> Diakses pada tanggal 27 Agustus 2021 pukul 12.00 WIB.

serta perekonomian masyarakat meningkat. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa karakteristik pengusaha rata-rata berumur 49 tahun, lama pendidikan hanya 6 tahun, pengalaman berusaha ikan sekitar 4-8 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga umumnya 4 jiwa. Skala usaha umumnya skala kecil yang dikelola oleh pengusaha sendiri, dengan jumlah modal awal dan penggunaan tenaga kerja sedikit. Strategi pengembangan usaha ikan nila menyatakan bahwa usaha ini berada pada kuadran ketiga sehingga dapat menjalankan strategi WO, diantaranya memberikan gambaran tentang usaha ikan nila kepada pihak terkait agar mendapat penyaluran kredit, memperluas jangkuan pemasaran dengan cara meningkatkan kualitas produk ikan nila yang dihasilkan, meningkatkan promosi produk unggulan untuk memenuhi permintaan pasar, dan memberikan bonus pada karyawan jika penjualan produksi meningkat untuk menambah semangat kerja. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sri Ayu Kurniati dan Jumanto ini hanya berfokus pada strategi pengembangan, objek penelitiannya ikan nila serta metode yang digunakan deskriptif kuantitatif sedangkan penelitian penulis fokus penelitiannya pada strategi pengembangan guna meningkatkan pendapatan masyarakat, objek penelitiannya ikan gurame sedangkan metode yang digunakan metode deskriptif kualitatif. Persamaan pada penelitian ini sama-sama fokus penelitiannya strategi pengembangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ambasari⁴⁷, dkk, bertujuan untuk

⁴⁷Lia Ambasari, dkk, "Strategi Pengembangan Kawasan Perikanan Budidaya di Kabupaten Lampung Timur", *Jurnal Globe*, Vol. 15 No 2, 2013. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=528908&val=10835&title=STRATEGI%20PENGEMBANGAN%20KAWASAN%20PERIKANAN%20BUDIDAYA%20DI%20KABUPATEN%20LAMPUNG%20TIMUR> Diakses pada tanggal 27 Agustus 2021 pukul 13.00 WIB.

menganalisis komoditas unggulan, kesesuaian lahan, memetakan araha pengemangan perikanan budidaya dan merancang strategi pengembangan perikanan budidaya di Kabupaten Lampung Timur. Metode yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari observasi di lapangan dan wawancara dengan teknik pengambilan sampling, sedangkan metode sekunder didapat dari berbagai instansi pemerintah ataupun swasta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumput laut, kerang hijau, udang vaname, udang windu, ikan bandeng, ikan nila ikan patin dan ikan gurame merupakan komoditas unggulan di Kabupaten Lampung Timur. Strategi yang dapat digunakan menjadi alternatif guna menempuh yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia berbasis pengetahuan, peningkatkan lembaga pembudidaya, meningkatkan lembaga pemasaran serta penyediaan sarana dan prasarana. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian yang dilakukan La Ambasari dkk ini fokus penelitiannya starategi pengembangan guna memperoleh komoditas unggulan dan metode yang digunakan data primer dan sekunder sedangkan peleitian penulis fokus penelitiannya strategi pengembangan guna meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Persamaan penelitian ini sama-sama fokus penelitian strategi pengembangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lasnyata Silitonga, dkk⁴⁸, bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal mengkaji strategi dalam

⁴⁸ Lasnyata Silitonga, "Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Nila Gift (*Oreochromis Sp*) di Kelompok Tapian Nauli Terhadap Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara Provinsi Sumatera Utara", JOM, Vol. Vol. 23 Februari 2017, Hal. 7. https://jom.unri.ac.id/index.php/JOM_FAPERIKA/article/download/2336/7/22/626 Diakses pada tanggal 27 Agustus 2021 pukul 17.00 WIB.

pengembangan usaha pembesaran ikan nila gift (*Oreochromis Sp*), di Kelompok Tapian Nauli. Pembesaran ikan nila gift ini pertama kali dilakukan oleh salah satu warga masyarakat di daerah Kecamatan Sipoholon tepatnya di desa Tapian Nauli oleh Bapak Guring Situmeang (ketua dari Kelompok Tapian Nauli). Kelompok ini berdiri dengan anggota Kelompok sebanyak 10 orang. Kelompok Tapian Nauli ini melakukan budidaya pembesaran ikan nila gift (*Oreochromis Sp*) dikarenakan jenis ikan nila gift ini lebih menguntungkan, namun kualitas yang dimiliki oleh Kelompok Tapian Nauli ini belum sepenuhnya terlaksana dan strategi pengembangan usaha budidaya pembesaran ikan nila gift ini yang belum optimal, secara umum masalah teknis yaitu kematian benih ikan setelah di tabur di kolam. Metode yang digunakan adalah studi kasus yaitu suatu pendekatan untuk meneliti fenomena sosial melalui analisis kasus individual secara lengkap dan teliti dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Lasnyata Silitonga dkk, ini objek penelitiannya pembesaran ikan nila sedangkan objek penelitian penulis objek penelitiannya ikan gurame. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Lasnyata Silitonga dkk yaitu sama-sama fokus penelitiannya strategi pengembangan dan metode yang digunakan yaitu analisis SWOT.

Penelitian yang dilakuakn oleh Anifatul fitriyah dkk⁴⁹, bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran budidaya lele dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menambah peningkatan lele dengan mengontrol

⁴⁹ Anifatul fitriyah, dkk, "Strategi Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Lele dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, Vol. 7, No. 1, Hal. 7 <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/4461/3991> Diakses pada tanggal 27 Agustus 2021 pada pukul 17.30 WIB.

perkembangan dan pemanenan usaha lele. Penjualan usaha lele akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat di Desa Podang. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini usaha pembesaran ikan lele sudah layak dinilai dari aspek teknis usaha ini berjalan dengan baik mulai dari persiapan sarana dan prasarana sampai pemasaran, namun beberapa alat produksi masih sederhana. Aspek pemasaran bersifat sederhana dan manajemen keuangan yang masih kurang. Aspek pemasaran dengan saluran tidak langsung dan menggunakan promosi personal selling. Analisis aspek jangka pendek diperoleh hasil yang layak sehingga usaha ini baik untuk dikembangkan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Anifatul Fitriyah dkk fokus penelitiannya pada strategi pemasaran ikan lele sedangkan penelitian penulis pada strategi pengembangan budidaya ikan gurame. Persamaan penelitiannya sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Fahri Faturohman, dkk⁵⁰, bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha dan merumuskan strategi pengembangan usaha pembesaran ikan mas di Kecamatan Banjar Kabupaten Pandeglang. Metode yang digunakan penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Metode pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode Slovin dengan jumlah responden sebanyak 87 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pembesaran ikan mas layak untuk dikembangkan, sesuai dengan analisis kelayakan usaha. Hasil dari analisis SWOT usaha pembesaran ikan mas di Kecamatan Banjar

⁵⁰ Fahri Faturohman, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Mas Di Kecamatan Banjar Kabupaten Pandeglang", *Jurnal Perikanan Kelautan*, Vol. VII No. 2, Desember 2016, Hal. 108 <https://core.ac.uk/download/pdf/294862923.pdf> Diakses pada tanggal 26 Agustus pada pukul 14.00 WIB.

mendukung strategi turn-around. Maka strategi yang dapat diterapkan adalah melakukan peminjaman modal pada institusi atau organisasi penunjang untuk melakukan pembesaran ikan, meningkatkan promosi oleh pemerintah daerah dan mitra (perusahaan) dengan menggunakan media internet dan mengadakan pameran produk olahan ikan mas produksi pembudidaya di Kabupaten Pandeglang, memanfaatkan penyuluhan dari petugas penyuluh perikanan untuk meningkatkan kemampuan penguasaan teknologi, akses pasar dan pengelolaan keuangan yang baik. Perbedaan penelitian yang dilakukan Fahri Faturhman dkk, ini obyek penelitian pada ikan mas dan hanya fokus pada strategi pengembangan sedangkan penelitian yang dilakukan penulis ini obyek penelitian budidaya ikan gurame dan fokus penelitiannya strategi pengembangan guna meningkatkan pendapatan masyarakat. Persamaan pada penelitian ini sams-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Dwi Nugroho dkk⁵¹, bertujuan untuk (1) mendapatkan informasi tentang kelompok Mitra Posikandu, (2) mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada kelompok Mitra Posikandu, (3) merumuskan strategi pengembangan usaha kelompok Mitra Posikandu. Metode analisis terdiri atas analisis faktor internal dengan Internal Faktor Evaluation (IFE), dan menganalisis faktor eksternal dengan *External Factor Evaluation* (EFE). Perumusan alternatif strategi pengembangan usaha dengan metode *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT). Dilanjutkan strategi alternatif

⁵¹ Bagus Dwi Nugroho, dkk, "Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor", *Manajemen IKM*, Vol. 12 No. 2, September 2017, Hal. 134 <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/> Diakses pada tanggal 26 Agustus pada pukul 15.00 WIB.

menggunakan *Analityc Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha budidaya ikan konsumsi dan ikan hias pada kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor merupakan hal yang sangat penting untuk di implementasikan. Ini dilihat dari nilai faktor IFE komoditas ikan konsumsi senilai 3,06 dan IFE komoditas ikan hias senilai 3,12 ini berarti secara internal sangat mendukung dalam pengembangan usaha budidaya kedepannya. Begitu juga dengan nilai EFE dari komoditas ikan konsumsi sebesar 3,017 dan komoditas ikan hias sebesar 2,873. Ini mengindikasikan bahwa masih banyak peluang-peluang yang belum dimanfaatkan dengan baik. Perbedaan penelitian Bagus Dwi Nugroho dkk ini objek penelitiannya ikan nila dan fokus penelitian pada strategi pengembangan budidaya ikan nila pada kelompok mitra sedangkan penelitian yang dilakukan penulis objek penelitian ikan gurame dan fokus penelitiannya strategi pengembangan budidaya ikan gurame guna meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Persamaan penelitian Bagus Dwi Nugroho dkk dengan penelitian penulis sama-sama pendekatan kualitatif menggunakan analisis SWOT.

Penelitian yang dilakukan oleh Denny Jatnika dkk⁵², bertujuan untuk (1) menganalisis kelayakan budidaya ikan lele di lahan kering di Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta (2) menganalisa potensi budidaya ikan lele di kolam terpal di tanah kering, (3) mengembangkan usaha alternatif di Kabupaten Gunung Kidul

⁵² Denny Jatnika, dkk, " Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias sp.*) di Lahan Kering di Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta", Manajemen IKM, Vol. 9 No. 1, Februari 2014, Hal. 96-105 <http://journal.ipb.id/index.php/jurnalmpi/> Diakses pada tanggal 26 Agustus pada pukul 16.00 WIB.

Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang berfokus pada aspek teknis dan budidaya pengembangan usaha, serta analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats* (SWOT). Berdasarkan analisis kelayakan memiliki prospek yang menjanjikan dan layak untuk dikembangkan. Untuk memaksimalkan pendapatan petani lele, kombinasi strategi SO, strategi WO dan strategi ST merupakan strategi yang tepat untuk dipilih petani. Untuk memaksimalkan pendapatan pembudidaya ikan lele, dilakukan penambahan jumlah dan luas kolam, serta mengembangkan usaha budidaya, menerapkan cara-cara pemeliharaan dan budidaya yang baik, serta memperluas jangkauan pasar mulai dari konsumen perorangan, pasar tradisional rumah makan dan restoran hingga ke pasar modern untuk meningkatkan efisiensi modal dan meningkatkan keuntungan bagi petani lele pada lahan kering di Kabupaten Gunung Kidul. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Denny Jatnika dkk, ini fokus penelitiannya pengembangan usaha ikan lele di lahan kering sebagai usaha alternatif sedangkan penelitian yang dilakukan penulis fokus penelitiannya strategi pengembangan budidaya ikan gurame guna meningkatkan pendapatan masyarakat. Persamaannya sama-sama menggunakan metode deskriptif dengan analisis SWOT.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Hadijah dkk⁵³, bertujuan untuk untuk mengetahui pendapatan petani dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha budidaya ikan nila di Kecamatan Ampana Kota Kabupaten Tojo Una-Una. Metode penelitian yang digunakan deskriptif dengan data yang terkumpul dianalisis

⁵³ Siti Hadija, dkk, "Analisis Pendapatan Dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Nila di Kecamatan Ampana Kota Kabupaten Tojo Una-Una", *Agroland*, Vol. 22, No. 3, Desember 2015 <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/AGROLAND/article/view/8797> Diakses pada tanggal 26 Agustus pada pukul 15.30 WIB.

menggunakan pendapatan, analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian pada hasil analisis SWOT yang tepat dalam pengembangan usaha budidaya ikan nila adalah strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*) dengan nilai skor sebesar 3,255 yang berada pada kuadran pertama. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*) yaitu :

- a. Memanfaatkan bantuan pemerintah guna mengoptimalkan kinerja dari pokdakan melalui pelatihan guna optimalisasi dan peningkatan produksi.
- b. Pengembangan jaringan distribusi dan memperluas jaringan pemasaran.
- c. Meningkatkan potensi lahan yang ada guna memenuhi peningkatan konsumsi ikan nila.

Hasil analisis QSPM diperoleh strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*) yang terbaik dari tiga program pengembangan usaha budidaya ikan nila di Kecamatan Ampana Kota yakni program ke-2 “Program Pengembangan jaringan distribusi dan memperluas jaringan pemasaran” dengan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 5,216. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Siti Hadijah dkk ini metode data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendapatan, analisis SWOT dan QSPM sedangkan penelitian yang dilakukan penulis hanya menggunakan data yang terkumpul analisis SWOT. Persamaan penelitian ini sama-sama fokus penelitian pada strategi pengembangan usaha budidaya ikan.

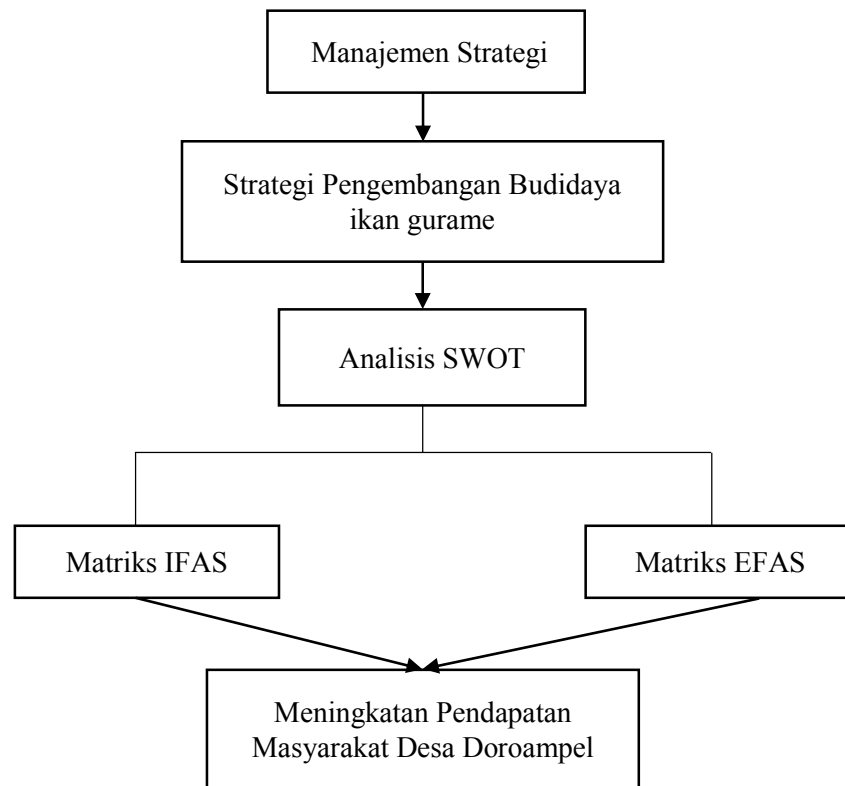
Kevin Sanjaya dan Ronny H. Mustamu⁵⁴, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan dan pengembangan usaha pada perusahaan pengolahan ikan bandeng di Sidoarjo dimana objek penelitian berada pada

⁵⁴ Kevin Sanjaya, Ronny H. Mustamu, “Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Perusahaan Pengolahan Ikan Bandeng di Sidoarjo”, *Jurnal Agora* Vol. 1, No.1 2013. <http://lib.unnes.ac.id/29688/1/7111411049.pdf> Diakses pada tanggal 26 Agustus pada pukul 16.30 WIB.

tambak ikan. Metode yang digunakan tergolong metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu dengan menggunakan teknik studi kasus. Hasil dari penelitian ini yaitu dari analisis strategi diferensiasi dengan menambah varian produk seperti bandeng asap, otakotak bandeng, dan bandeng presto selain itu menggunakan analisis SWOT guna untuk mengetahui bagaimana IFE dan EFE perusahaan. Perbedaan penelitian ini terdapat beberapa objek yaitu perusahaan pengolahan ikan di Sidoarjo sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah terdapat satu objek penelitian yang berada di Desa Doroampel. Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan judul penelitian yaitu mengenai “Strategi Budidaya Pengembangan Ikan Gurame Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Doroampel Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung”. Maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Pemikiran

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Kerangka konsep penelitian diatas menjelaskan mengenai Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Gurame guna Meningkatkan Pndapatan Masyarakat Desa Doroampel. Desa Doroampel ini mempunyai potensi pada sektor perikanan mayoritas masyarakatnya budidaya ikan gurame. Perlunya manajemen strategi dalam strategi pengembangan untuk meningkatkan hasil produksi yang berkualitas agar meningkatkan pendapatan yang lebih berkembang yang akan memberikan keuntungan bagi masyarakat petani ikan gurame. Dalam penerapannya pada sebuah usaha, diperlukan pendekatan analisis SWOT. Selain itu, harus menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi budidaya ikan gurame. Faktor-faktor ini selanjutnya dibagi menjadi dua kategori, yaitu faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS).

Dari kedua faktor tersebut dapat di analisis bagaimana hasil dari penerapan analisis SWOT. Karena telah mengetahui apa saja kekuatan- kekuatan yang berupa ketrampilan yang telah dimiliki dan apa yang menjadi kelemahan yang mungkin akan dapat diminimalisir, kemudian adakah peluang yang dapat diperoleh dan bagaimana ancaman yang ada. Sehingga petani budidaya ikan gurame di desa Doroampel akan mengetahui hal tersebut maka akan berusaha budidaya ikan gurame menjadikan yang lebih baik lagi yang akan meningkatkan pendapatan.