

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BUDIDAYA IKAN GURAMI
(Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami “Arifin Ikan”
Di Dusun Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah
Kabupaten Kebumen)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

**MUHAMMAD NAJIH ARWI
NIM : 1522201020**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Najih Arwi

NIM : 1522201020

Jenjang : S-1

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami (Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami “Arifin Ikan” Di Dusun Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen)”** adalah benar merupakan karya saya sendiri dan tidak melakukan tindakan plagiat dalam penyusunannya. Adapun kutipan yang ada dalam penyusunan karya ini telah saya cantumkan sumber kutipannya dalam skripsi. Saya bersedia melakukan proses yang semestinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku jika ternyata skripsi ini sebagian atau keseluruhan merupakan plagiat dari karya orang lain. Demikian karya ini dibuat untuk keperluan.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 11 Mei 2020



Muhammad Najih Arwi

NIM. 1522201020



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, 628250, Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami
(Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami "Arifin Ikan" Di Dusun
Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen)**

Yang disusun oleh Saudara **Muhammad Najih Arwi NEM. 1522201020**
Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **03 Juni 2020**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**
oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

Pembimbing/Penguji

H. Sochimir, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 19 Juni 2020

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19630921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari :

Nama : MUHAMMAD NAJIH ARWI

NIM : 1522201020

Judul : Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami Studi Kasus

Usaha Budidaya Ikan Gurami "Arifin Ikan" Di Dusun Nusawaru Desa
Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen.

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 13 Mei 2020
Pembimbing,



H. Sochim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal memiliki kekayaan sumber daya alam hayati yang sangat berlimpah salah satu kekayaan tersebut adalah sumber daya perikanan yang cukup besar, terutama dalam keanekaragaman jenis-jenis ikan. Sebagai salah satu subsektor pertanian, perikanan memiliki peranan yang cukup penting, terutama dikaitkan dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi perikanan, pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungannya mulai dari pra produksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. (Undang-Undang 31, 2004)

Perikanan di Indonesia dibagi menjadi tiga jenis perikanan yaitu: perikanan air laut, perikanan air payau, dan perikanan air darat. Perikanan air darat adalah perikanan yang diusahakan di kolam, perairan umum ataupun sawah, perikanan air darat dibagi menjadi 3 jenis, yaitu: perikanan kolam air tawar, perikanan di rawa, waduk, danau dan sungai, serta perikanan sawah, beberapa jenis ikan yang dibudidayakan antara lain ikan mas, ikan gurami, ikan tawes, ikan nila, ikan mujair, ikan lele. (Wiwit Rahayu, 2017: 93)

Ikan gurami (*Osphronemus gouramy*) merupakan salah satu jenis ikan air tawar asli Indonesia yang sudah lama dibudidayakan dan dikonsumsi masyarakat Indonesia karena rasa dagingnya yang lezat sehingga memiliki nilai ekonomis tinggi dan menjadi sasaran untuk meningkatkan produksi dan pendapatan pembudidaya di Indonesia, setiap tahunnya pertumbuhan terhadap ikan gurami ini terus mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dilihat dari data ikan gurami di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 169.000 ton dan meningkat pada tahun 2018 menjadi 356.530 ton. (Kementrian Kelautan, 2019)

Dilihat dari persyaratan hidupnya, ikan gurami relatif tahan hidup pada kondisi air yang tergenang yang miskin oksigen, walaupun persyaratan hidupnya tidak membutuhkan kekhususan, akan tetapi pada kenyataannya petani yang tertarik untuk mengembangkan ikan ini sangat kurang bila dibandingkan dengan

ikan lele, mas, nila dan ikan ekonomis penting lainnya. Penyebab kurangnya minat petani untuk mengembangkan ikan tersebut adalah karena kuatnya anggapan bahwa ikan gurami termasuk ikan yang pertumbuhannya lambat.

Budidaya ikan gurami merupakan budidaya yang didalam nya memanfaatkan sumber daya alam air untuk sumber budidayanya, islam mengajarkan supaya manusia memanfaatkan sumber daya, Allah SWT merupakan pemilik dari sumber daya alam di alam semesta ini, manusia sebagai hamba Allah SWT dan khalifah di bumi merupakan pihak yang mendapatkan kuasa dari Allah untuk memanfaatkan dan mengelola sumber daya. Allah berfirman dalam Q.S. Al Baqarah (2:60) tentang menjaga lingkungan, yang berbunyi:

وَإِذِ اسْتَسْقَىٰ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ فَقُلْنَا اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ فَانْفَجَرَتْ مِنْهُ اثْنَتَا عَشْرَةَ عَيْنًا قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَّشْرِبَهُمْ كُلُّوا وَاشْرَبُوا مِن رِّزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعَثُّوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٦٠﴾

Artinya: “dan (ingatlah) ketika Musa memohon air untuk kaumnya, lalu Kami berfirman: "Pukullah batu itu dengan tongkatmu". lalu memancarlah daripadanya dua belas mata air. sungguh tiap-tiap suku telah mengetahui tempat minumnya (masing-masing). Makan dan minumlah rezki (yang diberikan) Allah, dan janganlah kamu berkeliaran di muka bumi dengan berbuat kerusakan” (Q.S. Al-Baqarah 2:60)

Islam mengajarkan bahwa manusia sebagai khalifah (pemimpin) di bumi bertugas untuk melestarikan alam serta menjaga keberlangsungan. Dalam tugas tersebut terdapat tiga nilai yang harus dilakukan manusia, yaitu wajib membangun lingkungan, memanfaatkan, serta menjaga keberlangsungan. Nilai tersebut mengajarkan bahwa dalam memanfaatkan alam tidak terlepas dari tanggung jawab untuk menjaga keberlangsungan ekosistem alam tersebut.

Usaha budidaya gurami Arifin ikan terletak di dusun Nusawaru dalam lingkup desa Jatijajar yang masuk dalam daerah kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, lokasi berada pada 150m ke selatan dari jalan raya Goa Jatijajar, yang mana desa Jatijajar berada di lereng bukit dengan sumber mata air nya dari sungai dan sedang, air nya yang terus mengalir di segala musim yang membuat banyak terdapat kolam-kolam yang cocok untuk budidaya ikan air tawar seperti ikan gurami dan juga dikarenakan ikan gurami memiliki cita rasa yang tinggi,

budidayanya mudah, mendapatkan pakannya gampang sehingga banyak masyarakat memanfaatkan kolam mereka untuk budidaya ikan gurami.

Pengelola usaha budidaya ikan gurami yakni pak Arifin sudah lama menekuni dunia perikanan, banyaknya ikan yang dibudidaya oleh beliau seorang adalah bukti dari ketekunan beliau dan banyak konsumen yang membeli ikan gurami kepada beliau. Kolam-kolam ikan gurami yang ada di tempat usaha budidaya Arifin ikan berada pada hampir seluruh daerah sekitaran rumah beliau, kolam tersebut terletak di samping, depan, belakang rumah beliau agar mempermudah dalam pengawasan dan kolam yang ada disini seperti kolam pada umumnya dan ada yang berbentuk segi empat beralaskan karpet plastik, di kolam-kolam tersebut terdapat kurang lebih 20.000 ekor ikan gurami yang dibudidaya.

Tempat budidaya Arifin ikan yang menjadikan unik dan beda dari tempat budidaya ikan yang lain adalah letak kolam yang berada di setiap sisi tempat tinggal nya, karena pada umumnya kolam-kolam pembudi daya lain yang ada di dusun Nusawaru hanya dibuat di bagian sisi samping dan belakang saja. Yang paling menonjol dari tempat usaha Arifin ikan yaitu kolam yang terletak pada bagian timur, kolam tersebut berada pada area yang pada mulanya merupakan persawahan kemudian diubah menjadi beberapa kolam, yang mana area tersebut tampak seperti ladang perkebunan yang penuh dengan warna hijau dedaunan dan tumbuhan-tumbuhan, menurut perkataan pak Arifin sebagai pembudidaya yang menarik pembeli untuk membeli ikan di tempat beliau karena disini membudidayakan banyak ikan gurami dan merupakan salah satu tempat budidaya perikanan terlengkap di desa Jatijajar dan sekitarnya.

Kendala dalam budidayanya sendiri yaitu proses pertumbuhannya yang lambat, selain itu kendala yang lain terjadi pada musim kemarau dimana ikan menjadi mudah terkena penyakit dikarenakan suhu air menjadi dingin dan berkurangnya volume air pada kolam, tetapi dalam proses budidaya di sini dilakukan dengan sangat baik dari proses pembenihan, pendederan dan juga dalam pembesaran diberikan pakan yang unggul dan beberapa jenis daun-daun yang lunak sehingga mendapatkan kualitas ikan yang bagus dan tidak berpenyakit. Teknik pembenihan ikan gurami di tempat budidaya Arifin ikan

meliputi tahap persiapan kolam pemijahan, pemilihan induk, pemijahan, pemanenan telur, penetasan telur, pemeliharaan larva gurami, dan pendederan. Pemijahan dilakukan di kolam buatan yang berbentuk segi 4 panjang yang beralaskan karpet plastik. Produk ikan yang dibudidaya disini juga tidak hanya ikan gurami saja, ada ikan air tawar yang lain seperti ikan nila, ikan patin, ikan lele, bahkan ikan sidat dan berbagai ikan hias.

Kekurangan dalam usaha budidaya ikan yang dikelola pak Arifin ini adalah dalam hal meningkatkan jumlah konsumen yakni kurangnya mengenalkan atau mengiklankan produk gurami kepada calon-calon konsumen dan budidaya dilakukan dengan sistem perorangan, maka untuk menemukan cara mengatasi hal tersebut diperlukan strategi pengembangan usaha yang cocok untuk mengatasi masalah tersebut, agar strategi pengembangan usaha dapat berjalan perlu menerapkan sistem manajemen dalam usaha budidaya ikan gurami.

Menurut Oey Liang Lee manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan pengorganisasian dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Lee, 2012: 4)

Didalam manajemen terdapat proses yang harus dilakukan dimana yang pada umumnya proses manajemen meliputi *Planning* adalah kegiatan membuat tujuan perusahaan dan diikuti dengan membuat berbagai rencana untuk mencapai tujuan tersebut. *Organizing* merupakan suatu kegiatan pengaturan pada sumber daya manusia dan sumber daya fisik lain yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan. (Aziz, 2012: 12-14)

Berikut adalah tabel jumlah penjualan setiap bulannya :

Tabel (1.1) Data Hasil Penjualan Ikan Gurami per kilo Tahun 2018

No.	Bulan	Jumlah	Nama Barang	Harga Barang
1	Januari	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
2	Februai	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
3	Maret	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
4	April	6 Kg	Ikan gurami	Rp.240.000
5	Mei	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
6	Juni	10 Kg	Ikan gurami	Rp.500.000
7	Juli	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
8	Agustus	6 Kg	Ikan gurami	Rp.240.000
9	September	8 Kg	Ikan gurami	Rp.320.000
10	Oktober	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
11	November	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
12	Desember	7 Kg	Ikan gurami	Rp.280.000

Sumber: data hasil wawancara pada 16 Maret 2019

Dari data tabel penjualan diatas bisa dilihat jika penjualan dari produk ikan gurami di tempat Usaha Arifin ikan setiap bulanya rata-rata memperoleh hasil penjualan yang sama. Salah satu permasalahan tempat usaha budidaya Arifin ikan tidak mengalami peningkatan yaitu pemasaran.

Tabel (1.2) Data penjualan ikan gurami harga 6000 tahun 2019:

No	Bulan	Jumlah	Nama Barang	Harga Barang
1	Januari	100	Ikan Gurami	Rp.600.000
2	Febuari	133	Ikan Gurami	Rp.800.000
3	Maret	200	Ikan Gurami	Rp.1.200.000
4	April	233	Ikan Gurami	Rp.1.400.000
5	Mei	266	Ikan Gurami	Rp.1.600.000
6	Juni	300	Ikan Gurami	Rp.1.800.000

7	Juli	333	Ikan Gurami	Rp.2.000.000
8	Agustus	366	Ikan Gurami	Rp.2.200.000
9	September	400	Ikan Gurami	Rp.2.400.000
10	Oktober	466	Ikan Gurami	Rp.2.800.000
11	November	483	Ikan Gurami	Rp.2.900.000
12	Desember	500	Ikan Gurami	Rp.3.000.000

Sumber: data hasil wawancara 13 Januari 2020

Dari data diatas dapat diketahui penjualan ikan gurami untuk di budidaya kembali terus mengalami kenaikan per bulannya hal ini dapat terjadi karena tingginya kebutuhan konsumen akan ikan untuk di pelihara lagi dan ingin mengisi tambahan ikan di kolam mereka.

Hasil survei peneliti menemukan permasalahan yang terjadi pada usaha budidaya Arifin Ikan yaitu` berkaitan dalam bidang strategi pemasaran, dimana pola pemasaran yang dilakukan masih pasif yakni hanya menunggu konsumen datang, kurangnya metode periklanan produk dan tidak adanya manajemen dalam usaha budidaya ini, maka penulis mencoba menggunakan teknik analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan yang cocok untuk pengembangan usaha budidaya Arifin ikan.

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman internal dan eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yaitu:

- a. Kekuatan (*Strenght*), yaitu suatu perusahaan sebaiknya melihat kekuatan yang dimilikinya meskipun kekuatan tersebut tidak sepenuhnya merupakan keunggulan bersaing. Yang penting bagi perusahaan adalah memiliki kekuatan yang relatif lebih besar dibanding pesaing.
- b. Kelemahan (*Weakness*), yaitu suatu kelemahan-kelemahan yang ada dalam perusahaan yang perlu dirinci dan selanjutnya diatasi sebelum perusahaan

tersebut terjun ke persaingan. Jika mungkin kelemahan yang ada dihilangkan dengan nilai lebih yang dimiliki perusahaan.

- c. Peluang (*Opportunity*), yaitu suatu perusahaan harus mengukur kekuatan dan kelemahan bisnisnya untuk meraih peluang yang sesuai dan sukses karena didukung kerjasama antar bagian perusahaan itu sendiri.
- d. Ancaman (*Threat*) yaitu kecenderungan yang tidak menguntungkan dan mengancam kedudukan perusahaan apabila tidak diantisipasi dengan aktivitas pemasaran yang terpadu. (Angga dan Mumuh, 2010)

Agar mempermudah pengertian dan maksud dari judul tersebut, terlebih dahulu penulis memberi penjelasan kata atau istilah dari kata-kata penting yang terdapat dalam judul **Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami (Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami “Arifin Ikan” Di dusun Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen)**

B. Definisi Operasional

1. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen.

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. (Afridal, 2017: 224)

2. Budidaya

Budidaya adalah kegiatan untuk memproduksi mengembangkan biota (*organisme*) di lingkungan terkontrol dalam rangka mendapatkan keuntungan. (Setiawan, 2016: 4)

3. Ikan Gurami

Ikan gurami merupakan ikan asli Asia Tenggara yang penyebarannya meliputi beberapa wilayah Indonesia seperti Pulau Jawa, Sumatra dan Kalimantan. Pada habitat awalnya ikan ini merupakan asli sungai ataupun rawa, ikan gurami merupakan *herbivora* atau pemakan daun-daunan, dan termasuk ikan yang mempunyai alat pernapasan tambahan berupa *labirint*. (Kristina, 2015: 27)

C. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang diambil yakni: bagaimana strategi pengembangan usaha budidaya ikan gurami Arifin ikan di dusun Nusawaru desa Jatijajar kecamatan Ayah kabupaten Kebumen ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami “Arifin ikan” di dusun Nusawaru desa Jatijajar kecamatan Ayah kabupaten Kebumen. Sedangkan manfaat yang didapat dari penelitian ini menghasilkan 2 manfaat baik itu teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan usaha yang berkaitan dengan budidaya perikanan khususnya budidaya ikan gurami dan juga memberikan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan strategi pengembangan usaha budidaya ikan gurami,
- b. Dapat menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca pada khususnya di bidang budidaya perikanan.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi di perpustakaan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam dan perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- b. Diharapkan dalam penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pengusaha ikan gurami agar usahanya bisa berkembang, maju, dan memperoleh keuntungan.
- c. Dapat mengetahui wawasan dan ilmu pengetahuan bagaimana dan apa saja yang harus dilakukan agar berkembangnya usaha budidaya ikan gurami.
- d. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan usaha budidaya ikan untuk meningkatkan perkembangan usaha dan meningkatkan pemberdayaan usaha.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kegiatan untuk mendalami, menelaah, mencermati dan melakukan identifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada. Penulisan skripsi ini ditunjang dengan kajian pustaka terdahulu.

Dalam analisis penelitian Saifuddin Zuhri dengan Judul “Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan” hasil penelitian ini menunjukkan Usaha kecil sangkar ayam saat ini sudah berjalan sampai dua generasi lebih dan mampu bertahan melawan perkembangan jaman. Yang berawal dari usaha sampingan kini dijadikan usaha utama sebagai mata pencarian para pengrajin. Walaupun ada sebagian yang masih mencoba beralih melirik usaha lain dan menggunakan usaha sangkar ayam ini sebagai usaha sampingan, namun tetap usaha ini yang mereka jadikan usaha utama mereka. Usaha ini kelola oleh keluarga pengrajin, mulai dari produksi hingga pemasaran dikelola masing-masing pengrajin itu sendiri. Sedangkan daya produksi 1 orang pengrajin mampu menghasilkan 3 buah sangkar ayam dalam satu hari dan apabila dalam satu keluarga terdapat 4 pengrajin maka dalam satu hari mampu menghasilkan 12 buah sangkar ayam. (Zuhri, 2015: 54)

Dalam analisis penelitian Dona wahyuning Laily dengan judul “Strategi pengembangan agribisnis di kabupaten kediri” hasil penelitian ini menunjukkan kegiatan agribisnis ikan gurami di Desa Tunglur Kecamatan Badas Kabupaten Kediri merupakan sentra usaha tani pembesaran ikan gurami di Kabupaten Kediri, kegiatan agribisnis ikan gurami ini merupakan profesi sampingan atau diperuntukkan sebagai penghasil tambahan. Setelah dilakukan identifikasi internal dan eksternal kekuatan utama dalam mengembangkan agribisnis ikan gurami di Kabupaten Kediri yaitu terfokus pada pembesaran. Sedangkan kelemahan yang paling mendasar yaitu permodalan yang kecil. Peluang utama dalam mengembangkan agribisnis ikan gurami adalah banyak pihak yang mendukung pengembangan agribisnis ikan gurami. Sedangkan ancaman yang paling besar yaitu harga faktor produksi yang semakin meningkat. (Laily, 2013: 3)

Dalam analisis jurnal penelitian, Hijjah Rahmawati, Dede Hartono dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Air Tawar Di Kecamatan Air Nipis Kabupaten Bengkulu Selatan” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan usaha budidaya ikan air tawar adalah tersedianya SDA yang memenuhi kualitas budidaya ikan air tawar, tersedianya teknologi yang mendukung, adanya dukungan pemerintah, ketersediaan lahan milik sendiri, kecukupan hasil ikan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan memiliki potensi budaya yang cukup besar. Kelemahan usaha budidaya ikan air tawar yakni belum optimalnya perkembangan usaha budidaya ikan, kualitas SDM yang masih rendah, belum optimalnya pemasaran, modal terbatas, jumlah tenaga kerja yang di butuhkan masih rendah. Peluang usaha budidaya ikan air tawar di kecamatan air nipis adalah adanya perluasan kesempatan kerja, permintaan pasar tinggi, peningkatan pendapatan masyarakat. Ancaman bagi pengembangan usaha budidaya ikan air tawar di kecamatan Air Nipis yakni harga produk yang tidak stabil, harga pakan yang meningkat, belum adanya konsumen tetap hasil produksi dan adanya hama penyakit. (Rahmawati dan Hartono, 2012: 130-131)

Dalam analisis jurnal penelitian, Bacthiyar C.G.S. Worang, Hengky J. Sinjal, Revol D. Monijung dengan judul “Strategi pengembangan budidaya perikanan air tawar di Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara Provinsi

Sulawesi Utara” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budidaya ikan yang terdapat di Kecamatan Dimembe masih tergolong budidaya semi intensif. Petani ikan di Dimembe sudah melakukan pembenihan dan untuk mendapatkan ikan nila jantan dilakukan dengan perlakuan monosex tapi masih belum dikatakan unggul dan sebagian benih ikan masih didatangkan dari BPBAT Tatelu, jenis ikan yang dipelihara ada beberapa, antara lain ikan nila, ikan mas, ikan mujair dan ikan hias, tetapi yang paling banyak dipelihara adalah ikan nila. Hasil ikan yang dipelihara sebagian dijual kepada pedagang pengumpul, sebagian dijual dipasar dan sebagian dikonsumsi sendiri. Petani ikan memberikan pakan buatan (pelet) dan pakan tambahan berupa sisa-sisa makanan, keteluh pohon dam ampas kelapa. Benih ikan yang ada di Kecamatan Dimembe sebagian besar petani masih melakukan pembenihan sendiri dan sebagian diperoleh dari BPBAT Tatelu dan Sukabumi. Keberadaan kelompok petani ikan di desa yang ada di Kecamatan Dimembe telah memberikan nilai tambah bagi masyarakat yang ada di desa ini dan sekitarnya dalam kontribusinya sebagai penyedia ikan air tawar untuk dimakan. (Worang, Sinjal dan Monijung, 2018: 69-70)

Dalam analisis jurnal penelitian, Djoni dengan judul “Strategi pengembangan bisnis ikan hias cupang (*beta sp*) di pangkalan bun, kotawaringin barat” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan bisnis ikan hias cupang adalah kualitas ikan hias cupang yang unggul menjadi ketertarikan konsumen untuk membelinya, pengetahuan dan pengalaman pemilik usaha, pelayanan yang baik kepada konsumen akan menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas pada bisnis yang dijalankan dan keanekaragaman varietas ikan cupang. Kelemahan dari bisnis ikan hias cupang yakni minimnya iklan dan promosi, kurangnya fasilitas dan peralatan budidaya ikan cupang dan modal yang terbatas. Peluang usaha bisnis ikan hias cupang terdapat pada adanya suatu bantuan dari pemerintah setempat berupa modal, sarana, prasarana, dan event-event pameran seperti di Kobar Expo dan *Car Free Day* yang dapat menunjang kemajuan dan kelanjutan usaha budidaya ikan cupang ini, adanya komunitas hobbies pecinta ikan cupang, lokasi budidaya ikan hias cupang yang dekat dengan konsumen akan mengurangi biaya pengepakan dan transportasi. Ancaman dari bisnis ini adalah persaingan usaha

sejenis, adanya pasokan ikan hias cupang dari luar negeri, terutama dari Thailand akan menambah persaingan usaha, fluktuasi biaya budidaya. (Djoni, 2017: 183-185)

Tabel (1.3) Penelitian Terdahulu

NO	NAMA dan JUDUL PENELITIAN	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Saifuddin Zuhri(2013) Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan	Usaha kecil sangkar ayam saat ini sudah berjalan sampai dua generasi lebih dan mampu bertahan melawan perkembangan jaman. Yang berawal dari usaha sampingan kini dijadikan usaha utama sebagai mata pencarian para pengrajin.	Penelitian dilakukan dengan metode analisis yang sama	Produk budidaya, lokasi penelitian yang berbeda
2	Dona Wahyuning Laily (2013) Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Gurame Di Kabupaten Kediri	Kekuatan utama pengembangan agribisnis ikan gurame di Kabupaten Kediri yaitu terfokus pada pembesaran. Sedangkan kelemahan yang paling mendasar yaitu permodalan yang kecil	Pengembangan usaha budidaya ikan berfokus pada pembesaran produk	Lokasi penelitian berbeda, hasil penelitian berbeda
3	Hijjah Rahmawati, Dede Hartono (2012) Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Air Tawar	Kekuatan usaha budidaya ikan air tawar adalah tersedianya SDA yang memenuhi kualitas budidaya air tawar. Kelemahan usaha budidaya antara lain belum optimalnya perkembangan usaha budidaya ikan, kualitas SDM yang masih rendah	Penelitian menggunakan metode analisis yang sama	Lokasi penelitian berbeda, produk budidaya berfokus pada jenis ikan air tawar
4	Bachthiyar C.G.S. Worang, Hengky J. Sinjal, Revol D. Monijung (2018) Strategi pengembangan budidaya perikanan air tawar di Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi	Budidaya ikan yang terdapat di Kecamatan Dimembe masih tergolong budidaya semi intensif. Petani ikan di Dimembe sudah melakukan pembenihan dan untuk mendapatkan ikan nila jantan dilakukan dengan	Metode penelitian menggunakan metode analisis yang sama	Metode analisis berbeda, Lokasi penelitian berbeda

	Utara	perlakuan monosex tapi masih belum dikatakan unggul dan sebagian benih ikan masih didatangkan dari BPBAT Tatelu		
5	Djoni (2017) Strategi Pengembangan Bisnis Ikan Hias Cupang (<i>beta sp</i>) Di Pangkalan Bun, Kotawaringin Barat	kekuatan bisnis ikan hias cupang adalah kualitas ikan hias cupang yang unggul, pelayanan yang baik kepada konsumen, pengetahuan dan pengalaman pemilik usaha, Kelemahan dari bisnis ikan hias cupang yakni minimnya iklan dan promosi, kurangnya fasilitas dan peralatan budidaya ikan cupang dan modal yang terbatas.	Penelitian menggunakan metode analisis yang sama	Lokasi penelitian berbeda, produk budidaya yang berbeda

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi merupakan garis besar penyusunan yang bertujuan mempermudah pemikiran dan memahami secara keseluruhan isi dari skripsi. Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut: Bagian awal dari skripsi berisi halaman judul, pernyataan keaslian, pengesahan, nota dinas pembimbing, motto, abstrak, pedoman transliterasi, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

Bab I, Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab II, Berisikan kajian pustaka yang terdiri dari teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam membahas hasil penelitian, adapun teori-teori tersebut terdiri strategi, pengembangan, budidaya, ikan gurami.

Bab III, Metodologi penelitian mengenai metode yang digunakan untuk meneliti dan mendapatkan jawaban atas perumusan masalah yang terdiri dari jenis penelitian, subjek dan obyek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV, Analisis dan pembahasan terkait dengan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami (Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Gurami“Arifin Ikan” Di Dusun Nusawaru Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen)

Bab V, Merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

Sedangkan bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah di butuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah di terapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara eksplisit, strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktifitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Intinya, strategi adalah pilihan untuk melakukan aktifitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing. (Mulyono, 2012: 14)

Menurut Rangkuti strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Strategi menurut Hamel dan Prahalad adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Daft menjelaskan bahwa strategi (*strategy*) secara eksplisit, yaitu rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan.

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah hal yang membedakan suatu perusahaan dari perusahaan lain dan memberi ciri khas bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pasar konsumen. Inti perumusan strategi adalah menentukan bagaimana perusahaan kita akan berbeda dengan

perusahaan lain. Strategi tentu saja berubah seiring waktu sesuai dengan kondisi lingkungan, namun agar tetap kompetitif strategi perusahaan yang berfokus kepada: Pemanfaatan kompetensi dasar, mengembangkan sinergi, dan menciptakan nilai bagi pelanggan. (Slamet, 2016: 139)

Menurut Jatmiko strategi adalah suatu cara dimana organisasi akan mencapai tujuan-tujuannya sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal organisasi. (Jatmiko, 2003: 135)

Sedangkan definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler dalam Rangkuti menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. (Chandler, 2007: 92)

Bintoro mengartikan strategi sebagai keseluruhan langkah-langkah (kebijaksanaan) dengan perhitungan yang pasti, guna mencapai suatu tujuan untuk mengatasi suatu permasalahan, dimana dalam strategi itu terdapat metode dan teknik. (Bintoro, 1982: 33)

Pengertian strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan, kebijaksanaan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-sarana tersebut. Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal utama yaitu:

- a. Tujuan(*ends*)
- b. Sarana(*means*)
- c. Cara(*ways*)

Untuk menetapkan sasaran strategis digunakan metode SMART (*specific, measurable, achievable, relevant, dan timed*). Oleh karena itu, strategi perlu didukung oleh kemampuan (*capability*) untuk mengantisipasi kesempatan atau peluang yang ada. (Suryono, 2004: 79-80)

Menurut David Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup *ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi*, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi adalah aksi

potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. (David, 2011: 18-19)

Menurut Tjiptono istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah–daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. (Tjiptono, 2006: 3)

Menurut Jauch and Glueck, strategi merupakan arus keputusan dan tindakan yang mengarah kepada perkembangan suatu strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Strategi ialah rencana yang disatukan, strategi mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi itu menyeluruh, strategi meliputi semua aspek penting perusahaan. Strategi itu terpadu, semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian. (Suandy, 2008: 2)

Menurut Sukristono, strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. (Sukristono, 2001: 31)

2. Tipe-Tipe Strategi

Pada prinsipnya, Strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi menurut Freddy Rangkuti yaitu:

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi pengembangan pasar, dan sebagainya.

b. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi.

c. Strategi Bisnis

Strategi ini sering juga disebut strateg bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan. (Rangkuti, 2014: 6)

3. Tahapan-Tahapan Manajemen Strategi

Menurut Fred. R. David proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap, yaitu:

a. Perumusan atau Perencanaan strategi (*Strategic planning*)

Tahapan pertama ini adalah proses pembuatan perencanaan atau perumusan strategi dalam suatu perusahaan merupakan tahap awal yang tidak mudah. Dalam hal ini menentukan kegiatan yang meliputi upaya melihat kekuatan (*strength*) yang dimiliki perusahaan bukan hanya dan yang tersedia, melainkan juga kualitas sdm dan teknologi yang dimiliki perusahaan. Dengan menganalisis secara strategi atas kekuatan dan kelemahan yang ada, selanjutnya dilihat dari peluang (*opportunity*) yang ada dan harus diraih. Perencanaan strategi disusun oleh pemimpin atas yang dibantu oleh para ahli perencanaan strategi.

b. Pelaksanaan Strategi (*Strategic Actuating*)

Setelah direncanakan selanjutnya adalah melaksanakan dari perencanaan tersebut. Sebelum dilaksanakan harus membuat kegiatan untuk mengarah atau memobilisasi seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan, mulai dari dana, sumber daya manusia, teknologi, dan lain lain, khususnya sumber daya manusia yang ditugaskan secara strategi dalam fungsinya masing-masing. Semua sumber daya yang diperlukan dialokasikan tepat waktu dan tepat guna. Dalam hal ini juga diperlukan skill atau keterampilan para karyawan dengan kualitas operasional yang baik karena akan mendukung pelaksanaan dari perencanaan strategi agar berhasil optimum.

c. Pengawasan Evaluasi Strategi (Strategic Controlling)

Hal-hal penting dalam evaluasi strategi yaitu menilai hasil kerja secara keseluruhan, agar diperoleh hasil kerja yang sesuai dengan rencana strategi, menilai seluruh variable internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi rencana strategi yang sedang dilaksanakan dan evaluasi tersebut termasuk membuat koreksi yang terjadi agar sesuai dengan rencana strategi. (David, 2013: 35-36)

4. Konsep-Konsep Strategi

a. *Distinctive Competence*

Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “*Distinctive Competence*”. Konsep ini menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. Menurut Day dan Wensley, identifikasi *distinctive competence* dalam suatu organisasi meliputi: keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya, dua faktor itu menyebabkan perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing. Misalnya, menghasilkan produk yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing dengan cara memahami secara detail keinginan konsumen, serta membuat program pemasaran yang lebih baik daripada program pesaing. (Day dan Wensley, 1988: 45)

b. *Competitive Advantage*

Menurut Porter dalam buku Husein Umar ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu:

1. Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*)
2. Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)
3. Strategi Fokus (*Focus Strategy*)

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai atau kualitas produk yang sama. Harga jual lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomi, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan *brand image* yang lebih unggul. Selain itu, strategi focus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan. (Porter, 2005: 37)

5. Strategi usaha dalam Ekonomi Islam

Strategi bisnis/usaha yang dijalankan Rasulullah SAW. Meliputi yaitu :

a. Strategi operasi

Strategi operasi merupakan strategi untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin manusia) menjadi keluaran yang bernilai. Strategi operasi harus dikoordinasi dengan strategi pemasaran, strategi sumberdaya manusia dan strategi keuangan.

b. Strategi keuangan

Strategi keuangan Rasulullah SAW bertujuan pemanfaatan sumberdaya keuangan untuk mendukung bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi keuangan ini mencakup penghapusan riba, spekulasi (gharar) dan perjudian (maisir) dalam semua transaksi, peningkatan kekayaan dan pemerataan distribusi pendapatan serta pencapaian masyarakat yang sejahtera dibawah perlindungan Allah SWT. Prinsip transaksi bisnis tersebut meliputi prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip kepercayaan, prinsip sewa dan prinsip kebajikan.

c. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Pasar

yang menonjol pada masa Rasulullah SAW adalah pasar konsumen. Untuk pemasaran produk konsumen, variabel segmentasi utama adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografi, segmentasi perilaku dan segmentasi manfaat.

d. Strategi promosi

Promosi yang dilakukan Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan meliputi, berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegrasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.

B. Pengembangan

1. Pengertian Pengembangan

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia karya Wjs Peorwadarminta dalam buku Pengembangan Media Pembelajaran karya Sukiman, pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai. (Sukiman, 2012: 53)

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap. (Setyosari, 2012: 218-219)

Dapat diartikan bahwa pengembangan adalah suatu proses atau usaha untuk melakukan suatu perubahan baik secara perlahan maupun secara bertahap dengan memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

2. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan suatu tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka

besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. (Anoraga, 2011: 66)

Pengembangan usaha menurut Mussleman dan Jackson adalah suatu aktifitas yg memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan di organisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.

Menurut Donald L. Kirkpatrick dalam buku Adam I. Indra Wijaya, (2000), yang dimaksud dengan perkembangan usaha adalah “Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi”. (Hendrawan, dkk, 2019: 29)

Pengembangan usaha menurut Steinfeld adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yg diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yg tidak memiliki surat izin tempat usaha.

Menurut Mulyadi Nitisusantoro, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha. (Nitisusantoro, 2010: 271)

Menurut Mahmud Mahfoedz perkembangan usaha adalah perdagangan yg dilakukan oleh sekelompok orang yg terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. (Arliyawan, Suryoko, 2015: 2)

Menurut Brown dan Petrello (1976) Pengembangan Usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

3. Tahap-Tahap Pengembangan Usaha

a. Memiliki ide usaha

Usaha apapun yang dikembangkan oleh seorang wirahusaha, pada mulanya berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki oleh seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain, contohnya pengusaha bakso yang telah berlangganan tertarik memasuki usaha bakso setelah melihat kesuksesan usaha bakso tersebut. Selain melalui pengamatan terhadap keberhasilan usaha orang lain, ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Konsep Usaha

Ide usaha masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menerjemahkan ide usaha tersebut kedalam konsep usaha yang merupakan penerjemahan lebih lanjut ide usaha kedalam mitra-mitra bisnis yang lebih spesifik.

Dalam membuat konsep usaha, wirausaha akan memperjelas ide usahanya dengan menjabarkan ide usaha tersebut ke dalam dimensi-dimensi yang relevan seperti siapakah yang menjadi target pasar, produk apakah yang harus dibuat untuk dipasarkan, pada kisaran harga berapa produk tersebut akan dijual, selain itu didalam konsep usaha juga diuraikannya tempat/lokasi usaha yang akan dijalankan dan siapa yang terlibat didalamnya.

c. Pengembangan rencana usaha

Wirausahawan adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi (uang, tenaga kerja, material dll) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan laba rugi *proforma* yang akan dijalankan. Laporan laba rugi *proforma* merupakan laporan laba rugi yang disusun berdasarkan perkiraan asumsi usaha yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Laporan ini berbeda

dengan laporan laba rugi (*income statement*) yang disusun dengan menggunakan data-data historis.

d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan ke dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausahawan akan mengerahkan berbagai sumber daya yang diperlukan seperti modal, material dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha. Berdasarkan proses evaluasi dengan membandingkan hasil pelaksanaan usaha dengan target usaha yang telah dibuat dalam perencanaan usaha, seorang wirausahawan dapat mengetahui apakah bisnis yang ia jalankan dapat mencapai target yang diinginkan atau tidak.

4. Tehnik Pengembangan Usaha

a. Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (*economics of scale*). Sebaliknya bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (*diseconomics of scale*), maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha (*economics of scope*). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan output, maka kurva

pengalaman atau kurva belajar (*learning curve*) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

b. Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (*diversifikasi*), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah.

Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup, sebaliknya lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (*joint venture*), atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan. (Suryana, 2006: 156)

5. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha

a. Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru. Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan. Strategi

pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk baru yang masih terkait dengan produk yang sekarang. Dengan demikian produk baru atau yang dimodifikasi tersebut, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang melalui saluran pemasaran yang ada. Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai product lifestyle. (David, 2009: 251)

Penekanan dari pelaksanaan strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan daya tarik produk, dan sekaligus menjaga citra dari merek dan reputasi perusahaan, serta memberikan pengalaman positif bagi pelanggan.

Menurut Fred R. David lima pedoman tentang kapan pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang efektif, yaitu:

1. Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk; gagasannya di sini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru (yang lebih baik) sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.
2. Ketika organisasi berkompetensi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat.
3. Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga “bagus”.
4. Ketika organisasi bersaing dalam industri dengan tingkat pertumbuhan tinggi.
5. Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat. (David, 2009: 260)

b. Strategi Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru. Strategi pengembangan pasar dipilih

untuk dijalankan dengan pertimbangan dapat dilakukannya pengkoordinasian, sehingga akan dapat dicapai biaya pengorbanan yang lebih rendah dan resiko yang dihadapi lebih kecil. Penekanan dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang sekarang dijalankan, dengan pertimbangan telah dimilikinya keahlian dan keterampilan dalam pengoperasian baik untuk pelanggan yang ada, maupun untuk pelanggan baru. Dalam hal ini kegiatan yang ditingkatkan adalah penambahan saluran distribusi dan cabang perusahaan, serta mengubah dan meningkatkan program advertensi dan promosi.

Pengembangan pasar adalah suatu keputusan strategik dari suatu perusahaan atau korporasi. Keputusan strategik itu diarahkan untuk dapat memanfaatkan peluang pasar bagi pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan. Dengan keberhasilan ini diharapkan suatu perusahaan dapat mempunyai keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Dalam pelaksanaannya suatu strategi pemasaran perusahaan menggambarkan rencana bermain manajerial untuk keberhasilan dalam menjalankan penjualan dan bagian pemasaran dari suatu bisnis. Suatu perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan pasarnya dengan penekanan pada lingkup strategik di dalam suatu industri, dengan menawarkan lebih banyak produk/ teknologi/ jasa guna membuka jalan untuk segmen pasar yang lebih banyak. (Assauri, 2013: 135).

Menurut Fred R. David ada enam pedoman tentang kapan pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif, yaitu:

1. Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik.
2. Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya.
3. Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum jenuh muncul.
4. Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola perluasan operasi.

5. Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih.
 6. Ketika industri dasar organisasi dengan cepat berkembang menjadi global dalam cakupannya. (David, 2009: 259)
- c. Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi memfokuskan pada suatu kombinasi produk dan pasar tertentu. Suatu pertumbuhan terkonsentrasi merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal, dalam suatu pasar tunggal dengan suatu teknologi yang dominan. Pemilihan secara rasional atas pendekatan ini adalah melakukan penetrasi pasar dengan strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan di dalam suatu arena bisnis persaingan.

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi diarahkan untuk mempertinggi kinerja perusahaan, dimungkinkannya hal ini, karena didukung oleh kemampuan menilai kebutuhan pasar, pengetahuan tentang perilaku pembeli, sensitivitas harga pelanggan dan efektivitas dari advertensi dan promosi. Suatu perusahaan menjalankan strategi pertumbuhan yang terkonsentrasi secara berhasil, bila didukung oleh pengembangan keterampilan atau skill, dan kompetensi bagi upaya pencapaian keberhasilan bersaing.

- d. Strategi Inovasi

Strategi inovasi menjadi perhatian bagi suatu perusahaan, karena dalam banyak industri apabila tidak dilakukan inovasi akan dapat meningkatkan timbulnya risiko yang dihadapi perusahaan itu. Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produk-produk industri, maupun untuk barang-barang konsumsi, karena selalu diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan. Di dalam era persaingan, kompetensi suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu melakukan inovasi, baik yang terkait dengan inovasi produk untuk menemukan produk baru atau produk modifikasi, maupun

inovasi proses yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, sebagai akibat digunakannya teknologi baru yang lebih maju.

e. Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration*)

Integrasi horizontal terjadi apabila suatu organisasi perusahaan menambah satu atau lebih bisnisnya yang memproduksi produk/jasa yang sejenis dioperasikan pada pasar produk yang sama.

6. Pengembangan dalam Ekonomi Islam

Sejak zaman Rasulullah SAW umat islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. diantara para sahabat Banyak yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial kota Mekkah dan Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis. (Yusanto, 2002: 1)

Harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran Islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

1. Niat yang baik

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan, jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, sebaiknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak, sebagaimana hadits Rasulullah SAW berikut ini: “*Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan*”. (HR. Bukhari)

Apa yang dikatakan Rasulullah itu bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha. Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar

aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha Allah semata, (Abdullah, 2011: 17)

sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-An'am: 162-163 berikut:

الْعَالَمِينَ رَبِّ لِلَّهِ وَمَمَاتِي وَمَحْيَايَ وَنُفْسِي صَلَاتِي إِنَّ قُلْنَ
الْمُسْلِمِينَ أَوْلُ وَأَنَا أُمِرْتُ وَبِذَلِكَ ۖ لَهُ شَرِيكَ لَا

Artinya: “Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. tiada sekutu bagiNya dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)” (Q.S. Al-An'am: 162-163)

Semakin berkualitas keikhlasan seseorang wirausaha muslim dalam menghadirkan niat untuk semua aktivitasnya, maka pertolongan dan bantuan Allah akan semakin mengalir. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bantuan Allah berjalan seiring dengan persiapan kita (niat) yang terkandung di dalam hati.

2. Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi Islam, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi, yaitu untuk menyempurnakan akhlak. Beberapa akhlak dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha muslim antara lain:

a. Jujur

Dalam mengembangkan harta seorang wirausaha muslim harus menjunjung tinggi kejujuran, karena kejujuran merupakan akhlak utama yang merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnisnya, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya masuk ke dalam surga. Pencerminan dari sifat jujur ini dapat dilihat ketika seorang wirausaha memposisikan barang dagangannya.

Apakah ia mempromosikan/menjelaskan dengan sejujurnya atau keterangan/sumpah palsu yang dapat menyesatkan seperti marak terjadi dalam iklan produk/jasa yang banyak ditayangkan lewat televisi. Mayoritas iklan yang dimuat tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Bila kita jujur, semua orang juga akan menyukai kita, bila

kita jujur karena setiap orang membutuhkan informasi yang akurat untuk mengambil keputusan apapun. Misalnya: sebagai penjual kita akan disukai pelanggan, sebagai karyawan akan disukai juragan, sebagai juragan akan disukai karyawan.

Pencerminan dari sifat jujur ini dapat dilihat ketika seorang wirausaha mempromosikan barang dagangannya. Apakah ia mempromosikan/menjelaskan dengan sejujurnya atau keterangan/sumpah palsu yang dapat menyesatkan seperti marak terjadi dalam iklan produk/jasa yang banyak ditayangkan lewat televisi. Mayoritas iklan yang dimuat tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Bila kita jujur, semua orang juga akan menyukai kita, bila kita jujur karena setiap orang membutuhkan informasi yang akurat untuk mengambil keputusan apapun. Misalnya: sebagai penjual kita akan disukai pelanggan, sebagai karyawan akan disukai juragan, sebagai juragan akan disukai karyawan.(Rizka, 2015: 13-14)

b. Amanah

Amanat berarti kedudukan atau kewajiban orang yang dipercaya (al-amin). Namun, amanat secara umum merupakan menjaga sesuatu, tidak harus harta, yang mesti dijaga dan disampaikan kepada seseorang. Seperti amanat untuk menjaga rahasia perusahaan, amanat dalam pekerjaan tertentu ataupun amanat untuk memberikan informasi kepada pihak tertentu.

Islam mengajarkan agar seorang wirausaha muslim selalu menghidupkan mata hati mereka dengan selalu menegakkan sikap amanah. Dan dengan sikap amanah itu pula mereka dapat menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, sehingga ia tidak lalai dalam melaksanakan kewajibannya. Ia tidak menyepelkan atau tidak memperhatikan amanah yang diamanatkan Allah kepadanya, karena ia sadar melanggarnya adalah suatu malapetaka baginya. Sebagaimana diingatkan Rasulullah SAW dalam haditsnya: *“Tidaklah beriman*

seseorang yang tidak bisa amanah dan tidaklah dianggap beragama orang yang tidak bisa memegang perjanjian”.(HR. Ahmad)

Makna amanah dalam berbisnis juga bisa dilihat dari ketika seorang penjual mengatakan dengan terus terang mengenai cacat barang yang dijualnya kepada calon pembelinya. Penjual yang jujur itu tidak khawatir barangnya tidak laku karena cacatnya diketahui oleh calon pembeli. Ia sadar betul dengan apa yang dirasakan dalam hatinya: “selayaknya seorang tidak ridha terhadap sesuatu yang menimpa orang lain sebagaimana dia tak akan ridha bila hal itu menimpa dirinya”.

Oleh karena itu bagi seorang wirausaha muslim keuntungan satu rupiah yang diberkahi Allah akan menjadi sebab kebahagiaannya di dunia dan akhirat jauh lebih baik dari pada jutaan rupiah yang dicela dan dijauhkan dari berkah yang akan menjadi sebab kehancuran pemiliknya di dunia dan akhirat.

c. Toleran

Sikap toleran akan memudahkan seseorang dalam menjalankan bisnisnya. Ada beberapa manfaat yang didatangkan oleh sikap toleran dalam berbisnis, diantaranya: mempermudah terjadinya transaksi, mempermudah hubungan dengan calon pembeli, dan mempercepat perputaran modal.

d. Menepati Janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan penganutnya untuk menepati janji dan semua bentuk komitmen yang telah disepakati dalam hubungan muamalah antar manusia. Seorang wirausaha muslim wajib mengimani/percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Setelah percaya dengan takdir, maka ia pun harus berdzikir dan bersyukur bila menerima keuntungan dalam hartanya dan tidak akan bergembira secara berlebihan.

e. Bersyukur

Wirausaha muslim adalah wirausaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang sudah Allah berikan selama ini, hal ini akan selalu diingatnya

f. Kerja sebagai ibadah

Islam memposisikan bekerja sebagai kewajiban kedua setelah sholat. Oleh karena itu apabila dilakukan dengan ikhlas, maka bekerja bernilai ibadah dan mendapat pahala. Dengan bekerja kita tidak saja menghidupi diri kita sendiri, tetapi juga menghidupi orang-orang yang ada dalam tanggungan kita bahkan bila kita sudah berkecukupan dapat memberikan sebagian dari hasil kita untuk menolong orang lain yang memerlukan.

C. Budidaya

1. Pengertian

Menurut Sakti Wibowo (2008) budidaya merupakan kegiatan terencana pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk diambil manfaat atau hasil panennya.

Budidaya adalah kegiatan untuk memproduksi biota (*organisme*) di lingkungan terkontrol dalam rangka mendapatkan keuntungan (*profit*). Budidaya berasal dari bahasa Inggris *aquaculture* (*aqua* = perairan; *culture* = budidaya) dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi budidaya perairan, budidaya perikanan, perikanan budidaya atau akuakultur. Oleh karena itu, budidaya dapat didefinisikan menjadi campur tangan (upaya-upaya) manusia untuk meningkatkan produktivitas perairan melalui kegiatan budidaya. Kegiatan budidaya yang dimaksud adalah kegiatan pemeliharaan untuk memperbanyak (*reproduksi*), menumbuhkan (*growth*), serta meningkatkan mutu biota akuatik sehingga diperoleh keuntungan. (Hadie, 2015: 13)

Kegiatan budidaya merupakan kegiatan perikanan yang bersifat dapat memilih tempat yang sesuai dan memilih metode yang tepat serta komoditas yang diperlukan, sehingga dengan sifatnya yang luwes ini maka

pendistribusian produk dapat disesuaikan dengan permintaan yang ada ataupun pemanfaatannya. Kegiatan budidaya laut makin mendapatkan perhatian karena dari kegiatan penangkapan tidak lagi dapat diandalkan untuk memenuhi permintaan pasar yang membutuhkan pasok semakin besar dan menginginkan standar kualitas yang lebih pasti. (Anggawati, 1991: 12)

Budidaya perikanan merupakan usaha membesarkan dan memperoleh ikan, baik ikan yang masih hidup liar di alam, atau sudah dibuatkan tempat tersendiri dengan adanya campur tangan manusia. Jadi, budidaya bukan hanya memelihara ikan di kolam, tambak, empang, aquarium, sawah dan sebagainya. Namun, secara luas budidaya ini mencakup juga kegiatan mengusahakan komoditas perikanan di danau, sungai, waduk atau laut.

Menurut Crespi dan Coche (2008) pengertian akuakultur air tawar adalah budidaya organisme akuatik dimana produk akhir dihasilkan di lingkungan air tawar; tahap awal siklus hidup spesies yang dibudidayakan bisa saja di perairan payau atau laut. Pengertian akuakultur air payau adalah budidaya organisme akuatik dimana produk akhir dihasilkan di lingkungan air payau, tahap awal siklus hidup spesies yang dibudidayakan bisa saja di perairan tawar atau laut. Sedangkan pengertian akuakultur air laut adalah budidaya *organisme akuatik* dimana produk akhir dihasilkan di lingkungan air laut, tahap awal siklus hidup spesies yang dibudidayakan bisa saja di perairan payau atau tawar.

Budidaya air tawar adalah kegiatan pemeliharaan flora dan fauna air, tetapi tidak termasuk dalam kegiatan yang berkaitan dengan pemeliharaan dan pembenihan jenis-jenis biota untuk akuarium, biota untuk eksperimen atau percobaan di laboratorium, dan biota yang dipelihara khusus untuk memenuhi kebutuhan perseorangan. Selain itu, beberapa pakar ada juga yang mendefinisikan akuakultur sebagai kegiatan untuk memproduksi biota air (termasuk di dalamnya: pemeliharaan, penanganan, pengolahan, dan pemasaran) untuk tujuan komersial. (Setyono, 2004: 28)

Menurut Yani budidaya merupakan kegiatan terencana pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu areal lahan untuk diambil manfaat/hasil panennya. Budidaya perikanan adalah usaha pemeliharaan dan

pengembangbiakan ikan atau organisme air lainnya. Perikanan budidaya air tawar ialah perikanan yang terdapat di sawah, sungai, danau, kolam dan rawa. (Yani, 2007: 112)

2. Persyaratan Budidaya Perikanan

a. Tersedianya Sumber Air

Unsur-unsur tersedianya sumber air disini meliputi jarak sumber air terhadap lokasi pembudidayaan, debit jumlah air untuk kebutuhan ke kolam pembudidayaan.

b. Kondisi lingkungan

Unsur-unsur kondisi lingkungan meliputi tata guna lahan atau perencanaan, status kepemilikan lahan, dampak sumber daya alam biologis, dan sumber daya fisik.

c. Kondisi Iklim

Unsur-unsur kondisi iklim meliputi pengaruh iklim terhadap proses pembudidayaan ikan, suhu udara pada musim kemarau, jumlah bulan kering (musim kemarau) per tahun, rata-rata penyinaran matahari pada musim hujan, dan kelembaban udara yang dapat mempengaruhi proses pembudidayaan tersebut.

d. Potensi Pasar

Unsur-unsur potensi pasar meliputi jumlah penduduk setempat maupun luar daerah terhadap jumlah konsumsi ikan air tawar tersebut, serta lahan untuk dijadikan peluang usaha tersebut.

D. Ikan Gurami

Ikan gurami adalah ikan yang asli berasal dari Indonesia, tepatnya berasal dari perairan daerah Sunda kemudian menyebar hingga ke perairan Malaysia, Thailand, hingga sampai ke Australia. Ikan gurami merupakan keluarga dari *Anabantidae*. Ikan gurami menjadi kegemaran untuk konsumsi maupun hanya sebagai ikan hias.

Menurut Sarwono, ikan gurami mempunyai bentuk badan yang khas dengan bentuk tubuhnya agak panjang, pipih, dan lebar. Badan tertutupi oleh sisik yang kuat dengan tepi yang kasar. Ikan ini memiliki ukuran mulut yang kecil yang

letaknya miring tidak tepat di bawah ujung moncong. Bibir bawah terlihat sedikit lebih maju dibandingkan dengan bibir atas dan dapat disembulkan.

Menurut Respati dan Santoso warna badan umumnya biru kehitam-hitaman, bagian perut berwarna putih, bagian punggung berwarna kecoklatan. Warna tersebut akan berubah menjelang dewasa, yakni pada bagian punggung berwarna kecoklatan dan pada bagian perut berwarna keperakan atau kekuningan. Pada Ikan gurami muda terdapat garis tegak berwarna hitam berjumlah $\pm 7-8$ buah dan akan tidak terlihat bila sudah menjadi ikan dewasa.

Sebagai ikan konsumsi gurami lebih digemari karena memiliki tekstur daging yang kompak dan padat serta gurih dan berduri besar. Sebagai ikan hias karena ikan gurami memiliki sisik yang berwarna warni. Hal yang menjadikan menarik bagi para petani pembudidaya untuk membudidayakan gurami karena tidak membutuhkan perawatan yang intensif, hanya dengan memastikan dalam kolam perawatan selalu tersedia air dengan jumlah cukup besar.

E. Analisis SWOT

1. Pengertian

Menurut Freddy Rangkuti analisis swot adalah indifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) 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 *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *thtreats* (ancaman). (Siagian, 2000: 172)

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap 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.

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 (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan 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 disaat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

2. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Menurut Sondang P Siagian ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor kekuatan

Faktor kekuatan adalah 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

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

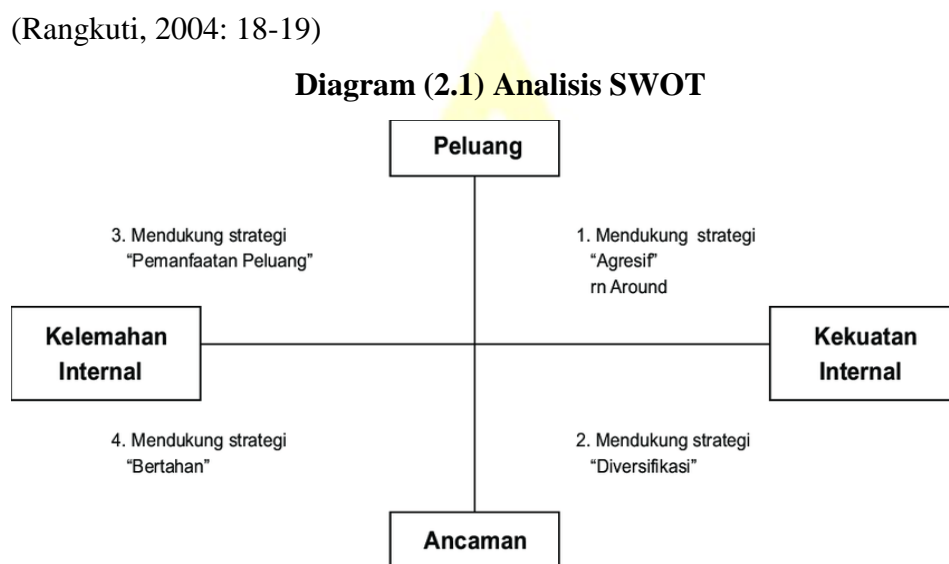
3. Faktor peluang

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. (Siagian, 2000: 173)

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. (Rangkuti, 2004: 18-19)



Sumber: Data dari jurnal Analisis SWOT

3. Matrik 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 set kemungkinan alternatif strategis.

Diagram (2.2) Matriks SWOT

EKSTERNAL/ INTERNAL	STRENGTHS	WEAKNESSES
	Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Data dari Jurnal Analisis SWOT

a. Strategi SO

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

b. Strategi ST

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

c. Strategi WO

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

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. (Elyarni, Hermanto, 2016: 87)

F. Landasan Teologis

Islam mengajarkan umatnya agar bekerja untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, bekerja disini juga bisa dilakukan dengan cara melakukan suatu kegiatan usaha atau berwirausaha, seperti menciptakan lapangan pekerjaan sendiri ataupun bekerja pada orang lain. Dalam berwirausaha baiknya menerapkan sikap atau etika berwirausaha yang sesuai dengan syariat yang dianjurkan dalam Islam. Hal ini dilakukan agar usaha yang kita lakukan tersebut membuahkan hasil yang maksimal dan mendapat berkah dari Allah walaupun hasilnya itu sedikit, tetapi kalau itu berkah maka akan menjadi kebahagiaan tersendiri bagi si pencari usaha atau orang yang berwirausaha.

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

عَنْ عَاصِمِ بْنِ عُبَيْدِ اللَّهِ عَنْ سَالِمٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:
إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُؤْمِنَ الْمُحْتَزِفَ (أَخْرَجَهُ الْبَيْهَقِيُّ)

Artinya: “Dari ‘Ashim Ibn ‘Ubaidillah dari Salim dari ayahnya, Ia berkata bahwa

Rasulullah SAW. Bersabda: “Sesungguhnya Allah menyukai orang mukmin yang berkarya.”(H. R. Al-Baihaqi).

Berdasarkan hadits di atas dapat disebutkan bahwa berwirausaha merupakan kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi. Kreatifitas adalah mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat sekalipun seorang wirausaha tetap mampu menangkap dan menciptakan peluang baru untuk berbisnis, sehingga ia tidak pernah khawatir kehabisan lahan. Sedangkan inovasi adalah mampu melakukan pembaruan-pembaruan dalam menangani bisnis yang digelutinya, sehingga bisnis yang dilakukannya tidak pernah usang dan selalu dapat mengikuti perkembangan zaman. Sifat inovatif ini akan mendorong bangkitnya kembali kegairahan untuk meraih kemajuan dalam berbisnis.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut empat kata kunci yang perlu yang diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan, maka dari itu penulis dalam hal ini melakukan penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, metode kualitatif menurut Chaedar Alwasilah memiliki kelebihan adalah adanya *fleksibilitas* yang tinggi bagi peneliti ketika menentukan langkah-langkah penelitian sedangkan Kirk dan Miller menyebutkan, pendekatan kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. (Hikmat, 2011: 38)

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk menyusun skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu peneliti langsung terjun kelapangan atau ke tempat yang menjadi subyek penelitian (Tempat usaha Budidaya ikan gurami Arifin ikan, Dusun Nusawaru, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen).

B. Lokasi Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di tempat usaha budidaya ikan gurami Arifin ikan, Dusun Nusawaru, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini pada dasarnya diambil dengan dua cara:

1) Data primer

Data Primer diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di Tempat usaha Budidaya ikan gurami Arifin ikan, Dusun Nusawaru, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen.

2) Data Sekunder

Sumber Data Sekunder yaitu data primer yang diperoleh oleh pihak lain atau data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pengumpul data primer atau pihak lain. Peneliti mengambil data sekunder dari para peneliti-peneliti terdahulu yang telah melakukan penelitian terlebih dahulu yang masih berhubungan dengan apa yang peneliti teliti saat ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penulis dalam mengumpulkan data dilakukan dengan cara :

a. Metode Observasi

Observasi adalah kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. (Imsar: 2018, 37)

Disini penulis melakukan observasi langsung untuk mendapatkan data-data tentang cara budidaya ikan gurami, lokasi budidaya ikan gurami, di Dusun Nusawaru, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen dengan terjun langsung ke lokasi penelitian.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan motivasi seseorang terhadap suatu obyek. (Soegijono, 1993: 1)

Wawancara dilakukan dengan bentuk pertanyaan yang diajukan untuk mendapatkan data dan mengembangkan pertanyaan dan perhatian kepada persoalan-persoalan relevan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti di lapangan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas, detail dan menyeluruh mengenai objek yang diteliti. Dalam wawancara ini peneliti melakukan tanya jawab langsung dalam bentuk lisan kepada pak Arifin

untuk menggali informasi yang berkompeten dengan permasalahan yang sedang penulis teliti.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang diperlukan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk ditelaah secara intens, sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu masalah. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tertulis yang ada di tempat usaha budidaya ikan gurami Arifin ikan, Dusun Nusawaru, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penyusunan penulisan ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan menggunakan metode triangulasi. Metode penelitian kualitatif adalah menurut Straus dan Corbin yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi.

Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktifitas sosial dan lain-lain. Metode triangulasi adalah mencari dengan cepat pengujian data yang sudah ada dalam memperkuat tafsir dan meningkatkan kebijakan serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia. Dengan cara menguji informasi dengan mengumpulkan data melalui metode berbeda, oleh kelompok berbeda dan dalam populasi berbeda, penemuan mungkin memperlihatkan bukti penetapan lintas data, mengurangi dampaknya dari penyimpangan potensial yang bisa terjadi dalam satu penelitian tunggal. (Bahcri, 2010: 55)

Metode Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan :

1. Triangulasi Data

Menggunakan berbagai sumber data, seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

2. Triangulasi Pengamat

Adaya pengamat diluar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data dalam penelitian ini, misalnya pembimbing bertindak sebagai pengamat (*export judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

3. Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat.

4. Triangulasi Metode

Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi.

Berdasarkan keempat teknik pemeriksaan keabsahan peneliti menggunakan triangulasi data dan triangulasi metode. Triangulasi data menggunakan berbagai sumber data, seperti dokumen, arsip hasil wawancara, hasil observasi atau dengan mewawancarai beberapa subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Sedangkan triangulasi metode peneliti menggunakan beberapa metode untuk meneliti suatu hal. Pada kajian ini peneliti menggunakan metode penelitian wawancara, observasi, dan dokumentasi. (Afifuddin, 2009: 143)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah usaha budidaya Arifin ikan

Berdirinya Usaha Budidaya Arifin ikan dirintis oleh beliau sendiri Bapak Arifin yang akrab dipanggil dengan pak Ripin di desa beliau, berdiri pada tahun 2009. Pak Arifin menekuni tentang perikanan, lebih khususnya pengetahuan tentang perikanan air tawar sejak beliau kecil, dikarenakan di desa beliau dulu banyak sekali ikan yang bisa ditangkap dan dijual dengan bebas sehingga beliau tertarik mempelajari tentang perikanan khususnya perikanan air tawar. Beliau pernah menempuh S1 di STAIN (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri) Purwokerto sekitar tahun 1989-1995 dan setelah itu beliau mengabdikan menjadi guru di Kalimantan Barat kota Pontianak. Setelah mengabdikan menjadi guru di pulau seberang selama 12 tahun, beliau memutuskan kembali ke asal daerah beliau sambil merintis budidaya ikan dan sebagai pengajar.

Setelah kembali ke desa, beliau mulai memberdayakan ikan gurami lebih khususnya mulai merintis budidaya dengan membuat kolam dan menaruh indukan ikan gurami dikolam-kolam yang ada. Beliau mempunyai pemikiran dengan berbudidaya ikan yang mana menjadi hobi beliau dan agar mampu memberdayakan sekaligus meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan lahan yang telah ada tersebut.

Pada mulanya pak Arifin menyewa lahan tanah yang bertujuan untuk dimanfaatkan sebagai area persawahan. Tanah tersebut terdiri dari tanah kering dan tanah basah. Dikarenakan struktur tanah di wilayah dusun Nusawaru mengandung banyak unsur air yang sangat cocok untuk membuat kolam guna perikanan maka, dimanfaatkanlah ini oleh pak Arifin guna memulai kegiatan budidaya perikanan air tawar. Pada tahun 2009, beliau mulai mendirikan usaha perorangan budidaya ikan air tawarnya, beliau adalah pendiri, pemilik, pemimpin, sekaligus pengelola pada usaha budidaya perikanan ini.

2. Gambaran Umum

Usaha budidaya ikan gurami ini beralamat di dusun Nusawaru, Rt 02/03, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, terletak 150m ke selatan dari jalan raya Goa Jatijajar, berada dekat dengan sawah yang mana lokasi tersebut terdapat banyak lahan yang dimanfaatkan untuk dibuat kolam ikan sehingga cocok untuk budidaya ikan air tawar seperti ikan gurami.

Beliau sudah lama terjun di dunia perikanan dibuktikan dengan banyaknya ikan yang dibudidaya oleh beliau seorang, dan banyak konsumen yang membeli ikan kepada beliau. Kolam-kolam yang berada di tempat usaha budidaya Arifin ikan berada hampir seluruh daerah sekitaran rumah beliau, dimana kolam tersebut dibuat di samping, depan, belakang rumah beliau untuk mempermudah dalam pengawasan ikan gurami dan kolam tersebut ada yang berbentuk segi empat yang beralaskan karpet plastik, beliau juga merubah sawah yang berada di timur rumah beliau menjadi kolam untuk berbudidaya ikan, disini terdapat kurang lebih 20.000 ekor ikan gurami.

Usaha budidaya Ikan gurami pak Arifin beralamat di Desa Jatijajar yang merupakan salah satu desa di Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Propinsi Jawa Tengah. Jarak dari kantor kecamatan Ayah kurang lebih 3 km, jarak dari pusat kota kabupaten kurang lebih 42 km.

Wilayah desa Jatijajar mempunyai batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Desa Redisary
- b. Sebelah Selatan : Desa Mangunweni
- c. Sebelah Timur : Perhutani
- d. Sebelah Barat : Desa Demangsari

3. Analisis Usaha Budidaya Ikan Gurami Arifin Ikan

a. Modal

Ketika menjalankan suatu usaha, paling pertama yang terpenting dan harus diperhatikan adalah tersedianya modal, modal merupakan hal pokok dalam menunjang berlangsungnya suatu usaha. Tanpa tersedianya modal, suatu usaha tidak akan berdiri dan berjalan lancar. Hal ini juga merupakan anjuran dari Rasulullah SAW dalam pemanfaatan sumber daya keuangan yang digunakan

untuk usaha dalam jangka panjang. Dalam urusan permodalan Arifin ikan bermodal mandiri dan tambahan modal benih gurami dari mitra atau kelompok perikanan yang ada di dusun Nusawaru.

b. Kolam

Kolam ikan gurami di buat pada sekitaran rumah beliau yang mana lokasi dari tempat budidaya ini beralamat di Dusun Nusawaru, RT.02/03, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen. Pada awal pendirian usaha budidaya gurami beliau mempunyai 10 kolam ikan, namun seiring berjalannya waktu beliau melakukan pengembangan usaha budidayanya dengan menambah beberapa kolam baru untuk menampung ikan yang bertambah dalam beberapa tahun, hingga tahun 2020 pak Arifin memiliki 25 kolam.

Gambar 1.1 Kolam Pemijahan Ikan Gurami



Sumber: data hasil observasi dengan pada usaha budidaya ikan pak Arifin 9 Februari 2020

Kolam disini difungsikan sebagai tempat untuk proses budidaya ikan gurami dari benih sampai ketahap panen, dan juga bisa digunakan sebagai media pembesaran ikan. Kolam yang ada disini di bedakan dari fungsi masing-masing ada yang untuk media perkawinan induk, kolam untuk gurami ukuran sedang, ukuran kecil dan ukuran besar yang siap dipanen. Ikan gurami diletakkan dikolam yang berbeda-beda dikarenakan alasan agar pembagian

pakan dapat merata dan tidak terjadinya kekurangan pakan antar ikan gurami, karena apabila semua ikan gurami berbagai ukuran berada dalam kolam yang sama maka ikan gurami yang ukuran lebih kecil akan kalah dalam mendapatkan pakan dan juga terjadinya perkelahian antar ikan yang menjadikan ikan tersebut cacat.

Ikan gurami apabila berada pada 1 kolam yang sama, maka banyak ikan yang ukuran lebih kecil akan kalah dengan ikan gurami yang ukurannya lebih besar, sehingga mengakibatkan banyak yang mati dan juga pada berkelahi sesama ikan dan membuat ikan jadi cacat.

c. Pembibitan dan Pemilihan benih

Bibit yang didapat melalui proses pemijahan dilakukan Pak Arifin pertama-tama dengan mengambil satu ekor gurami jantan dan empat atau lima gurami betina yang sudah siap kawin. Proses pemijahan dilakukan pada kolam berukuran 3 x 4m². Semua gurami tersebut dimasukkan ke dalam kolam yang diberi sarang yang terbuat dari kulit kelapa yang sudah dibuat seperti untuk sapu sebagai wadah menempelnya telur-telur ikan. Proses pemijahan dilakukan dalam satu hari satu malam.

Telur ikan gurami kemudian di pindahkan pada bak ember untuk memisahkan dari sarang dan memilah telur yang dapat menetas, pemilihan tersebut dilakukan karena dari hasil telur ikan gurami itu ada yang mati/tidak dapat untuk menetas. yang menetas setelah berumur 10 hari telur gurami yang sudah menetas dapat ditebar ke kolam pembibitan. Penyebaran bibit gurami dilakukan pada waktu sore hari karena kondisi suhu air yang sudah turun. Proses pembibitan berada di lokasi kolam pembibitan yang berjumlah enam kolam. Pakan yang diberikan berupa cacing sutra, diberikan pada pagi hari, sedangkan siang dan sore diberi pakan pelet jenis Vengli00. Setelah bibit berumur 20 hari, bibit gurami siap dimasukkan ke dalam kolam pembesaran. Sebelum bibit dimasukkan ke dalam kolam, Bapak Arifin sudah mempersiapkan kolam yang sebelumnya sudah diberi garam dan kapur yang diendapkan selama 1 minggu yang bertujuan agar bibit penyakit dan bakteri kotoran dari ikan gurami mati.

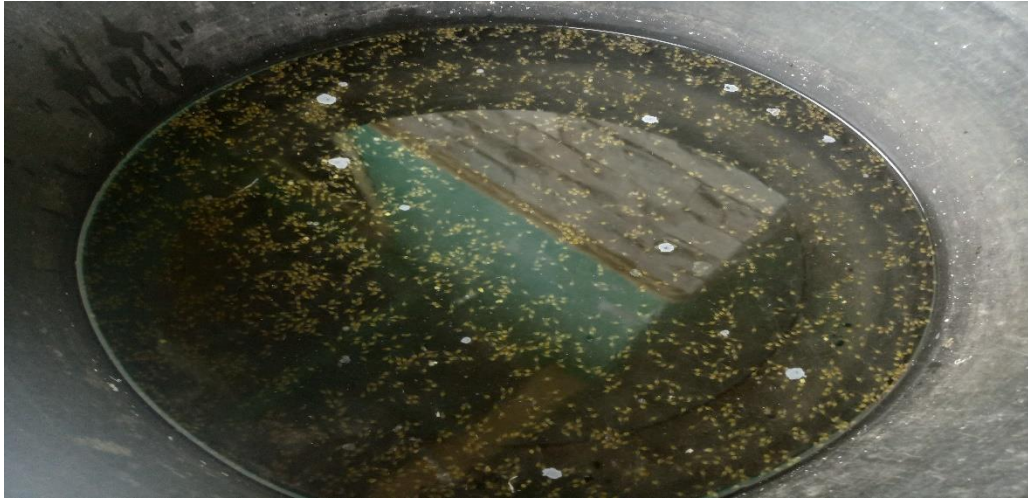
Gambar 1.2 Pemindahan Benih/Telur Gurami



Sumber: data hasil dokumentasi usaha budidaya ikan pak Arifin 9 Ferbuari 2020

Dalam pembudidayaan ikan gurami disini, agar mendapatkan benih yang baik dan bagus dipilih dari warna gurami itu sendiri, benih gurami yang bagus adalah yang berwarna ungu kemerah-merahan sedangkan benih yang kurang bagus yang berwarna hitam. Pemilihan benih dilakukan seselektif mungkin supaya tidak mengalami kerugian kedepannya. Pertumbuhan benih yang berkualitas bagus biasanya terlihat lebih cepat, dibandingkan dengan benih yang berkuliatas kurang bagus. Hal itu biasanya disebabkan karena perbedaan nafsu makan ikan.

Gambar 1.3 Telur Gurami



Sumber: Hasil dokumentasi pada usaha budidaya ikan pak Arifin 9 Februari 2020

Dalam budidaya ikan gurami rata-rata benih yang akan di tebar berukuran silet atau korek, silet itu sekitar ukuran 2 cm, sedangkan korek itu sekitar ukuran 3,5 cm. Harga benih ukuran silet saat ini sekitar Rp 2000 per ekor, sedangkan ukuran korek saat ini harganya sekitar Rp 3000 per ekor. Dalam memilih benih lebih bagus harus melihat kondisi ikan terlebih dahulu, carilah gurami yang berwarna ungu kemerah-merahan, sehingga tidak akan mengalami kerugian, dan resiko timbul penyakit pada ikan tersebut juga bisa diminimalkan.

d. Perawatan dan Pembesaran

Perawatan dalam budidaya ikan gurami terdiri dari beberapa tahapan seperti pemberian pakan, pencegahan dari hama atau cacat dan pemberian obat jika terjadi gejala tertentu yang dapat mengakibatkan ikan terkena penyakit, dan pengkondisian air atau sirkulasi air.

1) Pemberian pakan

Dalam perawatan gurami yang tidak asing yakni pemberian pakan, pakan untuk gurami yakni cacing sutra hanya diberikan ketika gurami berumur beberapa hari, pelet/pur ikan dan tumbuh-tumbuhan lunak, ikan diberi pakan dalam jangka dua kali sehari tepatnya pagi dan sore hari.

Berikut proses pemberian pakan dari gurami menetas sampai berumur 100 hari lebih:

Tabel (4.1) Pakan Ikan Gurami

Umur Ikan Gurami	Pakan Gurami
Ikan gurami umur 10 hari	Cacing Sutra
Ikan gurami umur 30 hari	Pelet ikan Vengli 00
Ikan gurami umur 40 hari	Pelet ikan Vengli 01
Ikan gurami umur 60 hari	Pelet ikan F500
Ikan gurami umur 70 hari	Pelet ikan F900
Ikan gurami umur 90 hari	Pelet ikan F99
Ikan gurami umur 100 hari	Pelet ikan T78-2a dan Dedaunan Lunak

Sumber: data hasil wawancara pada 18 Januari 2020

Pakan ikan yang baik dan bagus untuk gurami ukuran sedang dan besar itu bagusnya menggunakan pur T78-2a karena cocok dan tidak mengakibatkan ikan mengalami penyakit, sebaliknya apabila gurami diberi pakan pur -2 yang bagus untuk lele tetapi akan menyebabkan penyakit bagi gurami.

2) Pencegahan dari hama atau cacat

Untuk mencegah munculnya penyakit pada ikan gurami, perawatannya dilakukan dengan cara mencampur vaksin anti virus kedalam pakan ikan gurami, atau dengan cara mencampurkan anti biotik dalam proses pemberian pakan. Pencegahan penyakit juga bisa dilakukan dengan cara melakukan perawatan pada air kolam, karena ketika air kolam bagus, maka bakteri atau virus yang bisa mengganggu kesehatan ikan tidak akan muncul. Pencegahan penyakit penting untuk dilakukan agar ikan kebal akan penyakit dan menjadikan ikan gurami menjadi sehat.

Melakukan perawatan terhadap gurami sangat penting untuk menjaga kualitas dari ikan gurami itu sendiri agar tidak mengalami cacat, merawat gurami bisa dengan cara menjaga kualitas air kolam atau mencampurkan

anti biotik dengan pur ikan, sehingga ikan akan terawat dari dalam dan juga dari luar yang membuat ikan menjadi kebal dari penyakit.

3) Pembesaran

Proses pembesaran dilakukan waktu ikan gurami sudah mencapai ukuran 2-3cm di dalam kolam pembesaran. Pada proses ini bapak Arifin merawat ikannya dengan mengecek kondisi kolam akibat serangan hama, menjaga kondisi sirkulasi air, dan pemberian pakan yang berupa pelet jenis Vengli 01 dan campuran antibiotik. Kolam dijaga kebersihannya dengan membuang ikan yang mati dan sisa pakan yang tidak habis.

e. Masa Panen Gurami

Ikan gurami masa panennya bisa di bilang membutuhkan waktu yang lama yaitu satu tahun sekali, gurami mulai bisa dipanen sekitar usia 9 sampai 10 bulan. Ikan gurami memiliki masa panen yang lebih lama di banding ikan air tawar yang lain seperti ikan patin dan ikan lele. Ikan patin dan lele dalam satu tahun bisa dua kali panen, tetapi ikan gurami konsumsi ini hanya dapat dipanen satu kali selama satu tahun.

Gambar 1.4 Pemilik Usaha Budidaya Ikan Gurami



Sumber: Hasil dokumentasi dengan pak Arifin 18 Februari 2020

f. Pemasaran Ikan gurami

Hasil ikan gurami di jual dengan cara para pembeli langsung ke tempat beliau, ikan gurami tersebut ada yang jual untuk di budidaya kembali oleh konsumen dan untuk konsumsi dengan berbagai ukuran dan harga.

4. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Arifin Ikan

1. Modal

Modal awal usaha budidaya ikan gurami milik pak Arifin yaitu membeli tanah yang terletak sebelah selatan dan utara rumah beliau yang digunakan untuk membuat kolam yakni 25 juta rupiah dan membeli 40 kg ikan gurami yang berisi 3 ekor jantan ikan gurami dan 15 ekor betina gurami yang akan dijadikan sebagai induk gurami. Kemudian pak Arifin membeli tanah yang berada di barat rumah nya untuk menambah jumlah kolam sebesar 65 juta rupiah, setelah budidaya ikan gurami yang semakin berkembang, kemudian beliau menyewa tanah yang berada di timur rumah beliau selama 14 tahun untuk menambah lagi kolam seharga 7 juta rupiah.

2. Kolam

Pak Arifin mempunyai banyak kolam yang berada pada sekitaran rumahnya yakni berada pada utara, selatan, barat dan timur yang digunakan untuk membudidayakan ikan gurami.

Dibawah ini adalah tabel kolam ikan gurami milik Bapak Arifin:

Tabel (4.2) Kolam Budidaya Pak Arifin Sebelah Utara

Ukuran kolam	Luas/m ²	Lokasi
3 x 12	36	Utara
4 x 5	20	Utara
4 x 7	28	Utara
2 x 4	8	Utara
1 x 3	3	Utara
1 x 4	4	Utara
Total	99	

Sumber: data hasil wawancara pada 18 Januari 2020

Tabel (4.3) Kolam Budidaya Pak Arifin Sebelah Selatan

Ukuran kolam	Luas/m ²	Lokasi
5 x 12	60	Selatan

2 x 4	12	Selatan
2 x 6	16	Selatan
2 x 4	8	Selatan
1 x 3	3	Selatan
1 x 3	3	Selatan
2 x 4	8	Selatan
2 x 4	8	Selatan
2 x 3	6	Selatan
Total	124	

Sumber: data hasil wawancara pada 18 Januari 2020

Tabel (4.4) Kolam Budidaya Pak Arifin Sebelah Timur

Ukuran kolam	Luas/m ²	Lokasi
2 x 12	60	Timur
7 x 12	84	Timur
2 x 15, 2 x 12	54	Timur
5 x 7	35	Timur
5 x 6	30	Timur
4 x 12	48	Timur
Total	311	

Sumber: data hasil wawancara pada 18 Januari 2020

Tabel (4.5) Kolam Budidaya Pak Arifin Sebelah Barat

Ukuran kolam	Luas/m ²	Lokasi
2 x 12	60	Barat
3 x 4	12	Barat
3 x 10, 3 x 12	62	Barat
3 x 10	30	Barat
Total	164	

Sumber: data hasil wawancara pada 18 Januari 2020

3. Pemilihan benih

Dalam proses pemilihan benih dilakukan dengan cara memilih gurami yang berwarna ungu kemerah-merahan karena gurami tersebut bagus dan sehat, sedangkan gurami yang tidak bagus yaitu gurami yang berwarna hitam yang menandakan bahwa gurami tersebut mengalami kelalaian gen yang mengakibatkan kurang bagusnya gurami tersebut dan tidak bagus untuk dijadikan benih, dimana orang daerah rumah pak Arifin menyebutnya sebagai gurami wulung.

4. Perawatan dan pembesaran

Pemilihan telur gurami diambil tempat sarang telur di kolam hasil perkawinan antar induk gurami ketika setelah melalui proses kawin 1 hari 1 malam, kemudian telur dipindahkan ke ember yang berbentuk bulat selama 10 hari, setelah itu telur yang sudah berumur 10 hari di pindahkan lagi ke kolam kecil dan sudah bisa diberi pakan berupa cacing sutra, dimana telur tersebut sudah mempunyai ekor.

Ketika umur gurami sudah mencapai 40 hari gurami diberi pakan pur vengli 00 dan 01 sampai berumur 60 hari. Setelah gurami berumur 60 hari akan di beri pakan pur f 500 sampai gurami berumur 70 atau 75 hari, kemudian gurami akan di beri pur f 900, gurami yang berumur 75-100 hari akan di beri pur f 99 setelah gurami berumur 100 hari dan selebihnya gurami akan di beri pur t78-2a dan dedunan lunak. Proses pemberian pakan dilakukan 2 x dalam sehari, setiap pemberian pakan harus selalu di campur dengan obat untuk gurami pak Arifin menggunakan obat booster dalam campurannya. Pakan gurami atau pur di masukan kedalam ember yang sudah berisi air dan campuran booster kemudian didiamkan selama 30 menit sampai air meresap kedalam pur, setelah pur siap untuk di berikan kepada gurami. Proses ini juga membantu gurami dalam mencerna pur dikarenakan pur tersebut sudah mengalami perubahan yang awalnya keras menjadi lunak. Gurami yang berumur 60 hari dan selebihnya sudah diletakkan ke kolam yang luas.

5. Masa Panen ikan Gurami

Dalam usaha yang dikelola pak Arifin masa panen nya tidak menentu dikarenakan banyaknya gurami yang sudah di panen ketika belum masuk waktu yang ditentukan, seringnya gurami dipanen disebabkan karena sudah banyak konsumen yang membeli gurami yang masih berukuran kecil dan sedang yang mana gurami tersebut digunakan untuk di pelihara kembali. Masa panen gurami semestinya ketika berumur 9 bulan yang mana sudah masuk untuk bahan konsumsi.

Gambar 1.5 Pemilik Usaha Budidaya Ikan Gurami



Sumber: data hasil dokumentasi pada usaha budidaya ikan 18 Februari 2020

6. Pemasaran Gurami

Usaha budidaya ikan pak Arifin tidak menggunakan sistem pemasaran seperti mengenalkan produk ke konsumen atau menawarkannya, hal ini disebabkan karena sudah banyak pelanggan yang membeli gurami ke tempat pak Arifin dan sudah mengetahui tempat budidaya gurami beliau yang membuat konsumen datang sendiri untuk membeli gurami. Lebih tepatnya produk gurami sudah terpasarkan sendiri melalui proses dari mulut ke mulut. Dikarenakan sudah banyak pelanggan yang puas dari hasil gurami dari tempat budidaya beliau yang mengakibatkan pelanggan tersebut membicarakan kepada masyarakat yang berasal di daerahnya, sehingga menarik konsumen dengan sendirinya.

Gambar 1.6 Proses Penangkapan Ikan Gurami



Sumber: hasil dokumentasi pada usaha budidaya ikan pak Arifin 21 Februari 2020

5. Analisis Strategy

a. *Distinctive Competence*

Tindakan yang dilakukan oleh Arifin ikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dibandingkan dengan kompetitornya yakni dimana Pak Arifin sendiri mempunyai keahlian dalam menghasilkan produk-produk ikan yang berkualitas, pendekatan dengan konsumen, sehingga usaha budidaya Arifin ikan ini sudah dikenal oleh konsumen, dapat menyesuaikan keinginan para konsumen, menerapkan sistem dengan cara islami yakni dengan sistem kejujuran terhadap pelanggan.

Usaha budidaya Arifin ikan sendiri memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh kompetitornya dimana memiliki sesuatu yang unik yakni kolam yang berada di lingkungan budidaya berbeda dengan yang lain, berbentuk kotak lebar yang sudah di bagi menjadi 5 kotakan dalam kotak lebar tersebut dan terbuat dari tanah alami dan ditanami berbagai tanaman sebagai pondasinya sehingga membuat konsumen merasakan adanya perbedaan dari tempat usaha budidaya ikan yang lain.

b. *Competitive Advantage*

Kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh Arifin ikan sendiri yang membuat unggul dibandingkan kompetitor sesama pembudidaya dengan cara mengurangi biaya produksi dalam menghasilkan ikan yang berkualitas, dengan memberikan pakan dedaunan yang sudah ditanam oleh pak Arifin dan pengurangan bahan kimia dalam perawatan ikan, dengan merawat ikan pada kolam yang berada pada air yang cocok untuk ikan gurami dan bebas hama, karena inilah Arifin ikan telah menerapkan *cost leadership* yang baik sehingga menghasilkan produk yang berkualitas sama tetapi dengan biaya yang lebih rendah. *Deferensiasi* produk yang membedakan dengan kompetitor lain yang dimiliki usaha Arifin ikan adalah hasil produk ikan dengan yang berkualitas karena pak Arifin telah lama terjun dalam budidaya perikanan air tawar sehingga tidak perlu diragukan lagi akan kualitas ikan yang dihasilkan.

c. Strategi pengembangan produk

Ikan gurami dibudidayakan dalam kondisi pemeliharaan yang baik, baik dari segi pakan yang diberikan dimana menggunakan pur ikan dilakukan dengan teratur dan di tambahkan dedaunan lunak sehingga ikan menjadi sehat tak luput pula dari kondisi kolam yang yang dijaga kebersihannya dan air kolam cocok untuk ikan gurami.

d. Strategi penerapan harga

Harga gurami ditetapkan sesuai biaya pengeluaran yang telah dikeluarkan semasa dalam proses produksi dan menambahkan sesuatu *prosentase* ke dalam labanya dengan cara menjual ikan gurami dalam bentuk satuan, harga satuan gurami dapat meningkatkan keuntungan.

e. Strategi pengembangan pasar

Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi dalam hal ini menggunakan media sosial, menjual ikan gurami lebih tinggi dari harga pasar karena produk yang dihasilkan sudah jelas berkualitas bagus dan diambil langsung dari kolam. Perlunya memperkenalkan produk ikan gurami ke wilayah yang baru atau ke luar desa.

f. Strategi pemasaran

Menjalin hubungan baik kepada setiap konsumen yang datang untuk membeli ikan gurami sesuai yang dilakukan oleh Rasulullah SAW yakni memahami pelanggan, yang mana akan berdampak pada pemasukan yang rutin dan dilakukan dengan cara berkomunikasi secara langsung kepada konsumen yang membuat konsumen merasa puas terhadap produk ikan gurami, konsumen tersebut nanti akan memberitahu konsumen lainnya sehingga penjualan dapat meningkat.

g. Meningkatkan skala ekonomis

Menambah skala produksi ikan gurami dengan cara menambah benih-benih gurami yang dapat meningkatkan produksi gurami agar apabila gurami yang sudah terjual ke pelanggan usaha budidaya ikan ini masih mempunyai ikan gurami walaupun masih tahap tumbuh, Pak Arifin sebagai pemilik usaha untuk lebih belajar dengan teknologi agar dapat meningkatkan pengetahuan tentang

usaha ini lewat media sosial, menambah kolam untuk membudidayakan gurami dengan cara mengubah kolam yang tadinya untuk ikan air tawar lain supaya dapat menampung ikan gurami dalam skala yang lebih banyak.

h. Strategi pengembangan yang terkonsentrasi

Usaha budidaya yang dilakukan di tempat budidaya Arifin ikan diutamakan untuk memfokuskan dalam pemeliharaan ikan gurami saja, hal ini dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ikan gurami tersebut dalam lingkup pasar yang dominan dalam hal ini lingkup daerah desa Jatijajar dan sekitarnya, agar konsumen pasti mendapatkan produk ikan gurami ketika mencari di lingkup pasar ini.

i. Strategi operasi

Untuk mendapatkan gurami dalam pasar konsumsi tempat budidaya disini dianjurkan untuk menyisihkan gurami yang tumbuh sampai waktu panen yang semestinya, hal ini agar konsumen yang menginginkan gurami untuk konsumsi dapat mendapatkannya di tempat usaha budidaya ini, yang mana sesuai dengan strategi operasi yang dianjurkan Rasulullah SAW mengubah bahan baku menjadi keluaran yang bernilai.

j. Menerapkan usaha budidaya ikan gurami dengan niat yang baik

Menjalankan usaha dengan niat yang baik, karena niat yang baik merupakan pondasi dari amal dan perbuatan, jika usaha budidaya ikan gurami melakukan usahanya dengan niat yang baik maka usaha tersebut akan berjalan dengan baik juga, dan akan mendapatkan keberkahan didalamnya sehingga sesuai yang diajarkan oleh Rasulullah SAW.

k. Berinteraksi dengan konsumen menggunakan ahlak yang sesuai prinsip islam

Akhlak merupakan unsur penting dalam rancang bangun ekonomi Islam, dengan menjunjung tinggi kejujuran ketika menjelaskan ikan gurami dengan keadaan yang sejujurnya, tidak membohongi konsumen maka dengan menerapkan sikap tersebut konsumen akan senang dan menyukai tempat budidaya ini.

6. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Budidaya Arifin Ikan

Dari hasil identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal yang telah dilakukan, maka dapat diidentifikasi bahwa yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal usaha budidaya Arifin ikan adalah sebagai berikut:

A. Faktor Internal

1. Kekuatan

- a. Mempunyai produk-produk ikan yang berkualitas dikarenakan pemeliharaan yang baik, baik dari segi pakan yang diberikan dimana menggunakan pur ikan dilakukan dengan teratur dan di tambahkan dedaunan lunak sehingga ikan menjadi sehat tak luput pula dari kondisi kolam yang dijaga kebersihannya dan air kolam cocok untuk ikan gurami.
- b. Usaha ini sudah dikenal oleh masyarakat di daerah yang ditargetkan, karena pengelolanya dari daerah tersebut dan masyarakat sudah saling mengenal dan mengetahui bahwa usaha budidaya Arifin ikan merupakan tempat budidaya yang menghasilkan ikan-ikan yang berkualitas di daerah tersebut.
- c. Prinsip kerja yang sesuai dengan bisnis Islam dikarenakan beliau menjalani usaha ini dengan kejujuran dan menerapkan sistem saling percaya sehingga usaha tersebut dengan mudah membangun kepercayaan terhadap para pelanggan.
- d. Harga produk yang sesuai pasar, murah dan terjangkau bagi masyarakat dan tetap menetapkan kualitas yang baik sehingga menjadi nilai plus bagi usaha budidaya Arifin ikan.
- e. Dapat dengan mudah menyesuaikan keinginan para pelanggan, karena prinsip kerja yang ditanamkan adalah menjual barang yang baik mutunya sehingga memuaskan para pelanggan.
- f. Kualitas jasa yang bagus dikarenakan pelanggan dapat melihat produk tersebut secara langsung ketika proses penangkapan sehingga terciptanya kepercayaan terhadap pelanggan yang mana sesuai dengan prinsip islam yang sehat.

2. Kelemahan

- a. Dalam proses budidaya dari pemeliharaan ikan sampai dengan penjualan ikan beliau melakukannya seorang diri sehingga mengakibatkan kurangnya sumber daya manusia untuk meringankan dalam proses tersebut.
- b. Di era kemajuan teknologi komunikasi seperti sekarang, perusahaan tidak terlalu menguasainya sehingga kurangnya promosi dimana teknologi adalah yang menjadi pusatnya kegiatan promosi.
- c. Adanya gangguan dari perubahan iklim yang dapat mengakibatkan pertumbuhan ikan menjadi sangat lama dan terkena penyakit akibat suhu ekstrim.

B. Faktor Eksternal

1. Peluang

- a. Bisnis di bidang perikanan merupakan usaha yang memiliki pasar potensial, sehingga usaha jenis ini akan bertahan dalam jangka waktu yang lama.
- b. Memiliki pelanggan tetap yang membutuhkan produk ikan dari sini
- c. Lokasi usaha budidaya Arifin ikan mudah terjangkau.
- d. Banyaknya konsumen dari luar yang membeli produk dari Arifin ikan karena beliau berprofesi sebagai guru sehingga membantu dalam proses promosi.

2. Ancaman

- a. Mulai muncul jenis usaha yang sejenis memungkinkan usaha ini mulai diminati oleh beberapa orang sehingga Arifin ikan harus terus meningkatkan kualitas ikan yang bagus dan memberikan produk terbaik pada pelanggan.
- b. Biaya pada pakan ikan yang lambat laun mengalami kenaikan dari waktu ke waktu.
- c. Kolam yang digunakan masih berdekatan dengan kolam umum sehingga memungkinkan ikan untuk terkena penyakit. Letak kolam yang berada pada dataran rendah yang memungkinkan ikan untuk lepas ketika musim

penghujan apabila terjadi banjir.

7. Analisis Matrik SWOT

Diagram (4.1) Matrik SWOT

EKSTERNAL/INTERNAL	STRENGTHS	WEAKNESSES
	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempunyai produk-produk ikan yang berkualitas b. Peningkatan pelanggan c. Harga produk yang murah 	<ul style="list-style-type: none"> d. Kurangnya SDM e. Belum menguasai teknologi untuk sarana promosi f. Gangguan Iklim musim
OPPORTUNITIES	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ul style="list-style-type: none"> g. Merupakan bisnis yang dapat bertahan lama h. Mempunyai pelanggan tetap i. Lokasi yang menguntungkan j. Peran pemilik sebagai seorang pengajar yang dapat meningkatkan promosi k. Produk yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> l. Potensi produk yang berkualitas dapat menciptakan pelanggan yang setia serta berakibat pada meningkatnya konsumen m. Menerapkan sistem kejujuran dimana menciptakan kepercayaan kepada konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> n. Meskipun hanya dilakukan oleh seorang diri namun teratasi dengan puasnya pelanggan dengan mendapatkan pelayanan yang baik o. Potensi pasar yang bagus dan selalu memberi bonus kepada pelanggan mampu meningkatkan jumlah pelanggan
THREATS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ul style="list-style-type: none"> p. Perlunya mempelajari tentang teknologi lebih lanjut q. Biaya pakan yang lambat laun mengalami kenaikan r. Mulai bermunculan sesama pengusaha di bidang yang sama 	<ul style="list-style-type: none"> s. Memberikan kualitas produk yang sehat, tidak berpenyakit dengan harga yang terjangkau t. Mempertahankan kinerja dan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing 	<ul style="list-style-type: none"> u. Memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan untuk menciptakan kepercayaan pelanggan serta menciptakan hubungan yang baik pada masyarakat.

Sumber: data dari analisis SWOT usaha budidaya ikan pak Arifin

8. Analisis Strategi Penjualan Ikan Gurami Arifin Ikan

Produk hasil yang dijual di sini lebih banyak menjual ikan yang masih berukuran 3 jari yang didagangkan untuk dipelihara kembali oleh konsumen dan ada gurami yang dijual ketika sudah masuk usia panen. Untuk harga per 1 kilo ikan gurami Arifin ikan mematok harga 40.000 Rp, sedangkan untuk produk yang di jual untuk dipelihara kembali mematok harga 6.000 sampai 7000 Rp per ekornya.

Berikut data hasil penjualan ikan gurami per 2018 :

Tabel (4.6) hasil penjualan tahun 2018

No.	Bulan	Jumlah	Nama Barang	Harga Barang
1	Januari	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
2	Februai	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
3	Maret	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
4	April	6 Kg	Ikan gurami	Rp.240.000
5	Mei	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
6	Juni	10 Kg	Ikan gurami	Rp.500.000
7	Juli	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
8	Agustus	6 Kg	Ikan gurami	Rp.240.000
9	September	8 Kg	Ikan gurami	Rp.320.000
10	Oktober	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
11	November	5 Kg	Ikan gurami	Rp.200.000
12	Desember	7 Kg	Ikan gurami	Rp.280.000

Sumber: data hasil wawancara pada 16 Maret 2019

Dari data diatas dapat diketahui bahwa penjualan Ikan Gurami konsumsi tidak mengalami kenaikan setiap bulannya, dikarenakan usaha budidaya gurami disini lebih banyak menjual gurami yang belum masuk usia panen. lebih seringnya konsumen membeli gurami yang sudah masuk usia panen atau siap konsumsi adalah ketika terjadi peristiwa besar yang membuat kenaikan jumlah pembeli, seperti dari penjelasan data diatas bahwa bulan Juni dimana pada bulan tersebut terjadi peristiwa besar yakni lebaran yang membuat kenaikan jumlah ikan yang dibeli oleh konsumen.

Tabel (4.7) Ikan gurami di sini di jual dalam berbagai harga

Produk	Harga	Ukuran cm
Ikan gurami	4000	7-8
Ikan gurami	5000	8-11
Ikan gurami	6000	10-11
Perkilo	40.000	

Sumber: data hasil wawancara pada 18 Januari 2020

Tabel (4.8) Data penjualan Ikan Gurami yang di budidaya kembali per 2019

No	Bulan	Nama Barang	Harga Barang
1	Januari	Ikan Gurami	Rp.600.000
2	Febuari	Ikan Gurami	Rp.800.000
3	Maret	Ikan Gurami	Rp.1.200.000
4	April	Ikan Gurami	Rp.1.400.000
5	Mei	Ikan Gurami	Rp.1.600.000
6	Juni	Ikan Gurami	Rp.1.800.000
7	Juli	Ikan Gurami	Rp.2.000.000
8	Agustus	Ikan Gurami	Rp.2.200.000
9	September	Ikan Gurami	Rp.2.400.000
10	Oktober	Ikan Gurami	Rp.2.800.000
11	November	Ikan Gurami	Rp.2.900.000
12	Desember	Ikan Gurami	Rp.3.000.000

Sumber: data hasil wawancara pada 13 Januari 2020

Dari data diatas dapat diketahui penjualan ikan gurami untuk di budidaya kembali terus mengalami kenaikan per bulannya, hal ini dapat terjadi karena banyaknya pembudidaya yang ingin mengisi kolam mereka dengan ikan gurami dan puasnya konsumen terhadap gurami pak Arifin, sehingga banyak dari konsumen tersebut yang membicarakan gurami pak Arifin kepada konsumen lain yang berasal dari daerahnya. Pelanggan pak Arifin sudah banyak yang berasal dari luar daerahnya seperti di Kebumen mencakup kec Ayah, wilayah kec Rowokele yang berbatasan dengan desa Jatijajar, kab Banyumas seperti daerah Tambak, Sumpiuh bahkan sampai ke kab Cilacap.

Ikan gurami yang buat dipelihara kembali itu lebih laku dan banyak yang membelinya karena di desa pak Arifin ini banyak dari warganya yang memiliki kolam dan ingin mengisi kolam mereka dengan ikan gurami, dari luar daerah

seperti Banyumas dan Cilacap banyak dari mereka yang membeli ikan gurami di tempat pak Arifin dan sudah banyak yang menjadi pelanggan.

9. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Budidaya Arifin Ikan

1. Segmen dan Target Pasar Usaha budidaya Arifin ikan

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik usaha, bapak Arifin menyatakan segmen pasar untuk produk ikan gurami adalah untuk masyarakat biasa dan sesama komoditi pembudidaya ikan yang berada di sekitar desa Jatijajar, Purwosari dan beberapa desa yang berdekatan. Segmen yang menjadi target pasar adalah untuk rumah tangga, para pembudidaya ikan yang membutuhkan produk atau bibit yang berkualitas.

Komitmen dari usaha budidaya Arifin ikan ini berorientasi menghasilkan produk ikan yang berkualitas bagus, sehat dan tidak cacat sehingga dapat mempertahankan konsumen yang membeli produk ikan dari usaha Arifin ikan ini. Pak Arifin tak lupa memberikan pengetahuan dan cara memelihara, merawat ikan gurami kepada pelanggan agar produk ikan setelah sampai di kolam pembeli tetap menjaga kualitas dan perawatan dari ikan gurami tersebut. Selain itu untuk pembeli yang sudah lama menjadi langganan ikan gurami dari sini beliau juga memberikan tips dan tata cara merawat kolam agar menjadi tempat yang baik untuk ikan di lingkungan budidayanya dan perawatan ikan apabila ikan terkena penyakit atau masalah yang berkaitan dengan perikanan air tawar sehingga terciptanya image yang bagus dan ikatan silaturahmi dengan konsumen.

2. Produk usaha

Produk yang jual adalah lebih mengutamakan produk ikan gurami yang belum masuk waktu panen yang disediakan dengan berbagai pilihan ukuran yang sudah termasuk harga yang dijual dalam paket tergantung dari kebutuhan dan keinginan konsumen. Paket tersebut terdiri dari beberapa pilihan harga dari yang 3000 untuk ukuran (3-4cm), 4000 untuk ukuran (4-5cm), 6000 ukuran (8cm) yang dijual per satu ekor ikan gurami, dan ada yang dijual perkilo yang diberikan dengan berbagai produk ikan gurami yang ada.

Dari pilihan paket dan perkilo itulah para konsumen usaha budidaya Arifin ikan mendapatkan produk ikan gurami yang berkualitas bagusl langsung dari kolam dan juga selalu ditambahkannya bonus kepada konsumen berupa beberapa ekor ikan yang terdapat dalam paket dan kilo tersebut. Produk ikan gurami pak Arifin dijual dengan harga sesuai pasar naik tetapnya harga juga melihat dari peristiwa atau kejadian hari besar seperti lebaran makan harga akan menjadi naik, dengan keunggulan kualitas ikan guraminya dan sudah banyak langganan dari pembeli maka Arifin ikan menargetkan ingin menjadi pengusaha budidaya ikan yang menjadi pemasok untuk daerah desa Jatijajar dan luar desa.



BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami “Arifin Ikan” Arifin ikan beralamat di dusun Nusawaru, Rt 02/03, Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen. dapat ditemukan beberapa strategi untuk mengembangkan usaha budidaya ini yaitu :

a. Strategi pengembangan produk

Ikan gurami diletakkan pada kolam-kolam terawat dan diberi pakan secara teratur disertai obat untuk kesehatan ikan sehingga mendapatkan hasil panen ikan yang bagus yang membuat konsumen menjadi puas terhadap kualitas ikan gurami.

b. Kompetensi khas

Usaha budidaya Arifin ikan memiliki sesuatu yang unik yakni kolam yang berada di lingkungan budidaya berbeda dengan yang lain, berbentuk kotak lebar yang sudah di bagi menjadi 5 kotakan dalam kotak lebar tersebut dan terbuat dari tanah alami dan di tanami berbagai tanaman sebagai pondasinya.

c. Keunggulan kompetitif

Mengurangi biaya produksi dalam menghasilkan ikan yang berkualitas dengan memberikan pakan dedaunan dan pengurangan bahan kimia dalam perawatan ikan agar tercipta kondisi *cost leadership* yang baik sehingga menghasilkan produk yang berkualitas sama tetapi dengan biaya yang lebih rendah.

d. Strategi pemasaran

Lebih mengenalkan terhadap konsumen agar meningkatkan pendapatan atau profit yang lebih.

e. Strategi dengan pendekatan kepada konsumen

Menerapkan sistem jual dengan cara islami yakni dengan sistem kejujuran terhadap pelanggan dan juga dengan cara mengurangi biaya produksi dalam menghasilkan ikan yang berkualitas dengan memberikan pakan dedaunan yang sudah ditanam oleh pak Arifin dan pengurangan bahan kimia dalam perawatan ikan dengan merawat ikan pada kolam yang berada pada air yang cocok untuk ikan gurami dan bebas hama.

f. Strategi harga

Harga gurami ditetapkan sesuai biaya pengeluaran yang telah dikeluarkan semasa dalam proses produksi dan menambahkan sesuatu prosentase ke dalam labanya dengan cara menjual ikan gurami dalam bentuk satuan, harga satuan gurami dapat meningkatkan keuntungan.

g. Strategi operasi

Untuk mendapatkan gurami dalam pasar konsumsi tempat budidaya disini dianjurkan untuk menyisihkan gurami yang tumbuh sampai waktu panen yang semestinya, hal ini agar konsumen yang menginginkan gurami untuk konsumsi dapat mendapatkannya di tempat usaha budidaya ini

h. Menerapkan usaha budidaya ikan gurami dengan niat yang baik

Menjalankan usaha dengan niat yang baik, karena niat yang baik merupakan pondasi dari amal dan perbuatan, jika usaha budidaya ikan gurami melakukan usahanya dengan niat yang baik maka usaha tersebut akan berjalan dengan baik juga.

i. Berinteraksi dengan konsumen menggunakan ahlak yang sesuai prinsip islam

Akhlak merupakan unsur penting dalam rancang bangun ekonomi Islam, dengan menjunjung tinggi kejujuran ketika menjelaskan ikan gurami dengan keadaan yang sejujurnya, dengan sikap tersebut konsumen akan senang dan menyukai tempat budidaya ini.

2. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain :

1. Pak Arifin sebagai pembudidaya ikan gurami sebaiknya lebih mempelajari teknologi dan media sosial, agar usaha ini dapat lebih berkembang karena jaman sekarang banyak transaksi bisnis terjadi pada media sosial.
2. Lebih memperhitungkan pengeluaran yang dikeluarkan dalam proses budidaya ikan gurami dan menentukan harga yang sesuai dengan pengeluaran tersebut agar lebih mendapatkan laba dari usaha ini.
3. Dalam menjual ikan gurami yang akan dijual kembali sebaiknya dalam menentukan ukuran ikan ketika akan dijual lebih cermat lagi supaya keuntungan dari penjualan ikan satuan tersebut lebih maksimal.
4. Bagi kampus IAIN Purwokerto khususnya FEBI, dengan adanya penelitian ini diharapkan kampus bisa mengetahui tentang budidaya perikanan ikan gurami dan dapat mengetahui ikan gurami yang berkualitas bagus.
5. Bagi masyarakat atau mahasiswa, dengan adanya penelitian ini masyarakat atau mahasiswa dapat mengetahui proses-proses budidaya ikan gurami dari pembenihan sampai proses panen.
6. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti secara lebih mendalam masalah yang dihadapi untuk mengembangkan usaha budidaya ikan gurami.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Hendrawan, Ferri Kuswanto, Hari Sucahwy, “*Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*” Jurnal HUMMANSI, Vol. 2 No. 1, Hal 29.
- Angga Sulistiono, Mumuh Mulyana, *Strategi Pengembangan Pemasaran UKM Pengrajin Sepatu Sandal*, 2010.
- Bachthiyar C.G.S. Worang, Hengky J. Sinjal, Revol D. Monijung, “*Strategi Pengembangan Budidaya Perikanan Air Tawar Di Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara*” Vol 6, No2, Mei 2018, Hal 69-70.
- Bachtiar S. Bachri, “*Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*” jurnal teknologi Pendidikan, Vol.10 No. 1, April 2010, Hal 55.
- Bangkit Setiyawan, Publikasi Ilmiah: “*Pengembangan Budidaya Ikan Air Tawar Rekreatif Di Karanganyar*” (Karanganyar: 2016), Hal. 4. Dona Wahyuning Laily, “*Strategi Pengembangan Agribisnis Ikan Gurami Di Kabupaten Boyolali*” (Lamongan: Universitas Islam Lamongan, 2013)
- Diakses dari laman web <https://kkp.go.id/artikel/8063-tunjukkan-pertumbuhan-positif-kkp-catat-pdbi-perikanan-rp-59-98-triliun> Pada tanggal 10 Oktober 2019. Pukul 15.30.
- Dian Maya Saputri, “*Dokumentasi Sebagai Teknik Pengumpulan Data*” (Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2018)
- Djoni, “*Strategi Pengembangan Bisnis Ikan Hias Cupang (beta sp) Di Pangkalan Bun, Kotawaringin Barat*” Vol 5, No 2, Januari 2017, Hal 183-185.
- DRG, K.R. Soegijono, MS, “*Wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data*” Media Litbangkes, Vol III, No 1, 1993, Hal 17.
- Dwi Eny, Djoko Setyono, “*Pengetahuan Dasar Akuakultur*” Vol XXIX, No 1, 2004, Hal 27-32.
- Elyarni, Hermanto, “*Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT SAP*” 2016, Hal 81-88.
- Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Persepektif Islam* (Majenang, Pustaka El-Bayan, 2012), Hal 4-14.
- Heru Susanto, *Budidaya Ikan Gurami*, (Yogyakarta:Kansius,1989), Hal. 7.

- Hijjah Rahmawati dan Dede Hartono, "*Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Air Tawar*" Vol 1, No 2 , September 2012.
- Imsar. SEI, MSi, "*Analisis Produksi dan Pendapatan Usaha Tani Kopi Gayo Arabika Kabupaten Bener Meriah*" Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan, 2018, Hal 37.
- Marilin, Kristina, "*Sistem Pendukung Keputusan Mendukung Kualitas Habitat Ikan Gurami Di Pekon Sukosari Menggunakan Aplikasi Visual Basic 6.0*", jurnal TAM, Vol 4 2015, Hal 27.
- Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjamasin: Antasari Press, 2011, Hal 17.
- Muhammad Afridal, "*Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangka Kabupaten Birueun*" jurnal s. pertanian. Vol 1 No. 3. 2017, Hal 224.
- Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, Hal 1.
- Pupu Saeful Rahmat, "*Penelitian Kualitatif*" Equilibrium, Vol 5, No 5, Januari-September 2009.
- Rikza Abdullah, "*Kiat Menjadi Orang Kaya*", dalam artikel, Desember 2015, Hal 13-14.
- Saifudin Zuhri, *Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka pengentasan Kemiskinan*, Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Vol 2, No 3, Desember 2013, Hal 54
- Surya, Sri, "*Pengembangan Usaha UKMBandeng Duri Lunak di Kelurahan Krobokan Kota Semarang*" Diponegoro Journal of Social and Political of Science 2015, Hal 2.
- Wiwit rahayu dkk, "*Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Pada Kelompok Ikan Di Desa Jatisari Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri*", (wonogiri:jurnal DIANMAS, Vol 6, No 2, 2017), Hal. 93.
- Veithzal Rivai, Amir Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Bisnis and Aconomic Ethics Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis*, Keuangan, dan Ekonomi, Bumi Aksara, Jakarta, 2012, Hal. 487.