

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA IKAN LELE
(*Clarias batrachus*) PADA PERI LELE DI KOTA BENGKULU**

***CATFISH BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY
(Clarias batrachus) ON FAIRY CATFISH IN BENGKULU CITY***

Giri Asvian Putra*, Ana Nurmalia, Herri Fariadi

Universitas Dehasen Bengkulu

*email: giriaspian321@gmail.com

ARTICLE HISTORY : Received [08 December 2025] Revised [29 April 2026] Accepted [12 June 2026]

ABSTRAK

Tujuan: Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha Peri serta strategi pengembangan dan peningkatan pendapatan usaha ikan lele di Kota Bengkulu. **Metodologi:** Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang menerapkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) serta metode analisis IFAS dan EFAS. **Hasil:** Penelitian strategi pengembangan usaha ikan lele pada Peri lele di Kota Bengkulu mengungkap bahwa Faktor kekuatan utama adalah tingginya kandungan gizi dan tingginya jumlah produksi (skor 0,57), faktor kelemahan utama adalah rendahnya kualitas kolam (skor 0,20) dan skor total berat Matriks Internal Factor Evaluation adalah 2,78. **Temuan:** Faktor peluang utama adalah tingginya permintaan pasar (skor 0,58), faktor ancaman utama adalah jarak pasar (skor 0,26) dan skor total berat Matriks External Factor Evaluation adalah 2,72. **Kebaruan:** Penelitian ini menghadirkan pendekatan komprehensif dalam mengintegrasikan analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS dalam konteks usaha ikan lele di Kota Bengkulu, yang sebelumnya jarang diterapkan. Pendekatan ini memadukan evaluasi faktor internal dan eksternal secara kuantitatif dan kualitatif sekaligus menyusun strategi berbasis data lapangan yang konkret. **Originalitas:** Pengembangan usaha ikan lele sebagai komoditas lokal dengan mempertimbangkan aspek gizi, produksi, dan pemasaran digital yang masih minim diterapkan, penggunaan analisis IFAS dan EFAS dalam mengolah data SWOT memberikan perspektif baru dalam strategi pengembangan yang relevan dan aplikatif untuk pelaku usaha peri lele. **Kesimpulan:** Strategi pengembangan usaha ikan lele pada peri lele terdapat enam (6) alternatif strategi yang dihasilkan yaitu: 1) Meningkatkan permintaan pasar dan produksi, 2) Mensosialisasikan tingginya kandungan gizi untuk menarik konsumen, 3) Memperluas jaringan distribusi, 4) Meningkatkan daya tarik konsumen yang mengutamakan ukuran ikan lele, 5) Memanfaatkan teknologi pemasaran digital seperti media sosial untuk mempromosikan ikan lele di pasar penjualan, 6) Mengembangkan produk olahan turunan yang berbasis ikan lele. **Jenis Paper:** Artikel penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada analisis strategi pengembangan usaha.

Kata Kunci: *Pengembangan usaha, ikan lele*

ABSTRACT

Purpose: Identification of internal and external factors in the Peri business and catfish development strategies in Bengkulu City aims to increase business income. **Methodology:** This research is qualitative with a descriptive approach, which applies SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis, as well as IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) analytical methods. **Results:** The research on the catfish business development strategy in Bengkulu City revealed that the main strength factors are the high nutritional content and the high production volume (score 0.57). The main weakness factor is the low quality of the ponds (score 0.20), and the total weighted score for the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix is 2.78. **Findings:** The main opportunity factor is the high market demand (score 0.58), the main threat factor is the market distance (score 0.26), and the total weighted score for the External Factor Evaluation (EFE) Matrix is 2.72. **Novelty:** This research presents a comprehensive approach by integrating SWOT analysis with the IFAS and EFAS matrices within the context of the catfish farming business in Bengkulu City, which has rarely been applied before. This approach simultaneously combines the quantitative and qualitative evaluation of internal and external factors, while formulating strategies based on concrete field data. **Originality:** The development of the catfish business as a local commodity, considering nutritional, production, and digital marketing aspects (which are still minimally implemented), and the use of IFAS and EFAS analysis in processing SWOT data, provides a new perspective for relevant and applicable development strategies for catfish farming entrepreneurs. **Conclusion:** The catfish farming business development strategy resulted in six (6) alternative strategies, namely: 1) Increasing market demand and production. 2) Socializing the high nutritional content to attract consumers. 3) Expanding the distribution network. 4) Enhancing consumer appeal by prioritizing catfish size. 5) Utilizing digital marketing technology such as social media to promote catfish in the sales market. 6) Developing derivative processed products based on catfish. **Type of Paper:** A research article with a descriptive qualitative approach focusing on business development strategy analysis.

Keywords: Business Development, Catfish

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah baik di daratan maupun perairan, yang memberikan manfaat signifikan secara finansial sekaligus menjaga keseimbangan ekosistem. Di wilayah perairan, sumber daya alam tersebut terwujud dalam bentuk hayati, seperti berbagai jenis biota air termasuk ikan, rumput laut, dan organisme lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh manusia. Subsektor perikanan memegang peran krusial dalam pembudidayaan sumber daya perairan, dengan fokus pada peningkatan kualitas dan kuantitas produksi guna meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan nelayan, menyediakan protein hewani untuk kebutuhan pangan dan gizi masyarakat, serta mendorong peningkatan ekspor. Selain itu, subsektor ini juga berperan menyediakan bahan baku industri, Pembangunan subsektor perikanan, sebagai bagian integral dari pembangunan pertanian dan nasional,

diarakan untuk memperluas lapangan kerja serta membuka peluang usaha baru. Upaya ini mendukung pencapaian tujuan bangsa Indonesia dalam mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur secara material maupun spiritual, sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, sambil menjaga kelestarian lingkungan hidup. (Parwiniah 2001).

Merintis usaha bukanlah pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapa saja. Yang terpenting adalah keyakinan serta nilai yang kuat terhadap kemandirian usaha. Namun, kemauan kuat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup, kemampuan, keberanian, dan kesempatan juga merupakan elemen krusial yang harus diperkuat. (Zuhrinal M. Nawawi.2015).

Pembentukan industri usaha merupakan kegiatan yang dilakukan dan dikembangkan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Melalui industri usaha ini, diharapkan dapat memajukan kesejahteraan masyarakat dengan mengatasi kemiskinan dan keterbatasan ekonomi. Selain itu, industri usaha menjadi solusi tepat bagi masyarakat untuk berkreasi serta menciptakan nilai produksi melalui barang berkualitas, seperti makanan atau produk lainnya. (Sukirno 2011).

Salah satu hambatan krusial dalam memajukan sektor perikanan Indonesia adalah ketidakefisienan sistem pengelolaan data dan informasi perikanan, yang mengurangi keandalan serta ketepatan penyampaian data. Kekurangan ini berpotensi memicu ketidaktepatan dalam perencanaan strategis, sehingga meningkatkan risiko kebangkrutan usaha. Sebagai negara kepulauan, Indonesia dituntut untuk mengembangkan Sistem Informasi Perikanan yang optimal guna memaksimalkan pengelolaan sumber daya perikanan secara berkelanjutan. Sistem ini melibatkan tiga pilar fundamental, yakni data sebagai dasar pengetahuan, prosedur sebagai mekanisme pengoperasian, dan tenaga ahli yang bertugas menghasilkan keluaran, mengatasi kendala, merumuskan kebijakan, serta memanfaatkan sistem secara efektif. Kolaborasi harmonis antar-pilar tersebut akan membentuk ekosistem ideal untuk eksploitasi sumber daya perikanan yang prudent, selaras dengan doktrin pelestarian lingkungan. (Tangke 2011).

Kota Bengkulu merupakan salah satu daerah yang mengembangkan usaha ikan lele. Para pelaku usaha di daerah ini memanfaatkan air sungai sebagai media untuk pembesaran ikan lele. Namun, dalam menjalankan usahanya, mereka menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang menghalangi perkembangan usaha tersebut. Akibatnya, usaha budidaya ikan lele di wilayah ini belum mampu berkembang sesuai dengan harapan yang diinginkan. Tujuan dari

penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha Peri serta strategi pengembangan dan peningkatan pendapatan usaha ikan lele di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha Peri lele yang berlokasi di Kota Bengkulu. Lokasi ini dipilih karena memiliki akses yang strategis untuk mendukung pengembangan usaha ikan lele di Kota Bengkulu dengan metode budidaya modern. Penelitian dilakukan selama periode bulan Februari Maret 2025, mencakup pengumpulan data terkait strategi pengembangan usaha ikan lele. Dengan waktu penelitian yang terencana, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi dan pengembangan usaha ikan lele pada Peri lele, dengan periode yang ditetapkan.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif sebagai jenis studi utama. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang difokuskan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui deskripsi komprehensif. Studi ini mengutamakan proses dan interpretasi dari sudut pandang partisipan, dengan mengandalkan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam serta pengamatan langsung.

Dalam pelaksanaan ini menggunakan jenis data, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Tanujaya, (2017) Data primer diperoleh melalui pengumpulan informasi secara langsung melalui wawancara tatap muka, komunikasi telepon, atau saluran tidak langsung seperti surat, email, dan bentuk komunikasi lainnya.

2. Data Sekunder

Menurut Nita *et al.*, (2020) Data sekunder diperoleh dari sumber yang tidak menyampaikan informasi secara langsung kepada peneliti, melainkan melalui perantara orang lain atau berupa dokumen tertulis.

Teknik Penentuan Populasi dan Sampel Responden

Menurut Sugiyono (2018), Populasi merujuk pada keseluruhan objek atau individu yang menjadi sasaran penelitian, yang memiliki karakteristik khusus, terdefinisi dengan jelas, dan mencakup secara komprehensif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 9 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 1.

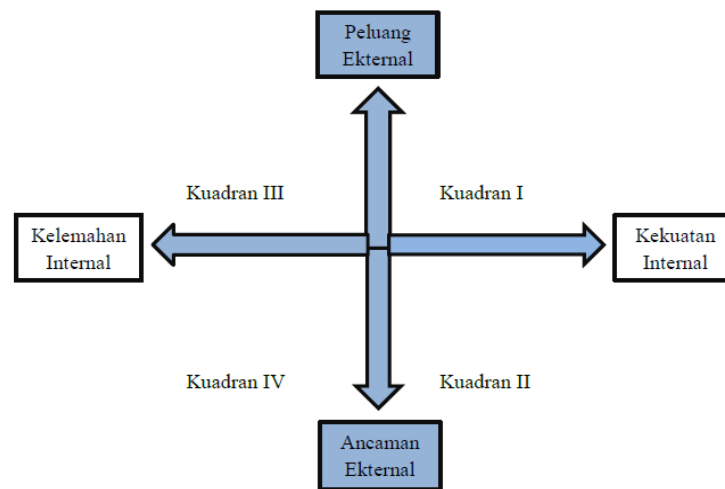
Tabel 1. Informan

No	Jenis Informan	Pakar	Jumlah
1.	Penjual	Pemasaran	2
2.	Pemilik Usaha	Informasi dan Kepakarannya	1
3.	Pemerintah Daerah	Dinas Perikanan	2
4.	Konsumen	Informasi	2
5.	Akademik	Ahli Perumusan Strategi	2
Jumlah			9

Sumber : Data Primer Olahan, 2025

Metode Analisis Data

Metodeh analisis datah dimaksudkan untuk menyederhanakan, mengorganisasi, dan mengolah informasi yang telah terkumpul secara terstruktur. Selanjutnya, data tersebut ditafsirkan dan diberi interpretasi guna menyelesaikan isu penelitian yang dihadapi. Proses ini secara khusus bertujuan menjawab rumusan masalah studi. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan melalui pendekatan deskriptif kualitatif, dilengkapi metode IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*), serta dilanjutkan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menyusun strategi pengembangan yang optimal.



Gambar 1. Diagram Kuadran SWOT

- Kuadran I :** Ini merupakan situasi yang menguntungkan, di mana usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Dalam kondisi ini, strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- Kuadran II:** Walaupun dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal, usaha ini tetap memiliki kekuatan internal yang signifikan. Strategi yang perlu diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan tersebut untuk memanfaatkan peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran III :** Usaha ini menghadapi peluang pasar yang sangat besar, namun di sisi lain juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah internal agar usaha dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).
- Kuadran IV :** Kondisi ini menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan, di mana usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi ini adalah melakukan tindakan penyelamatan agar terhindar dari kerugian yang lebih besar (*defensif*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal

Faktor internal yang memengaruhi pengembangan usaha Peri di Kota Bengkulu mencakup kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan pengembangan usaha peri lele terdiri dari empat faktor. Faktor-faktor internal yang merupakan kelemahan pengembangan usaha ikan lele pada Peri lele terdiri dari empat faktor. Berdasarkan

hasil identifikasi faktor internal diperoleh kekuatan dan kelemahan yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kekuatan dan Kelemahan Pengembangan Usaha Peri Lele

Faktor-Faktor Strategi	
Kekuatan	Kelemahan
1. Modal	1. Sarana Distribusi
2. Kandungan Gizi	2. Teknologi Budidaya
3. Jumlah Produksi	3. Kualitas Kolam
4. Ukuran Ikan Lele	

Sumber: Data prime setelah diolah, 2025

Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha ikan lele pada peri lele di kota Bengkulu terdiri dari peluang dan ancaman. Faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang usaha peri lele terdiri dari empat faktor dan faktor eksternal ancaman pada usaha ikan lele pada Peri lele terdiri dari dua faktor. Berdasarkan hasil identifikasi faktor eksternal, faktor yang merupakan peluang dan ancaman yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Peluang dan Ancaman Pengembangan usaha Peri Lele.

Faktor-faktor Strategis	
Peluang	Ancaman
1. Selera Konsumen	1. Pesaing
2. Permintaan Pasar	2. Jarak Pasar
3. Harga Ikan Lele	
4. Harga Pakan	

Sumber: Data prime setelah diolah, 2025

Setelah proses identifikasi, faktorr internal dianalisis melalui matriks Internal Factor Evaluation (IFE) yang didasarkan pada hasil identifikasi tersebut. Analisis ini bertujuan untuk memperkuat aspek kekuatan (strengths) yang dapat dimaksimalkan serta mengatasi kelemahan (weaknesses) yang ada. Identifikasi faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan secara keseluruhan dalam pengembangan usaha peri lele. Hasil pembobotan dan pemberian rating dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Matriks IFE Strategi Pengembangan Usaha Peri Lele

No	KEKUATAN	Rating	Bobot	RxB
1.	Tesedianya modal	3,889	0,114	0,44
2.	Tingginya kandungan Gizi	3,778	0,150	0,57
3.	Tingginya jumlah produksi	3,556	0,161	0,57
4.	Ukuran ikan lele yang sesuai standar	3,111	0,132	0,41
Sub total kekuatan			0,56	1,99
KELEMAHAN				
5.	Rendahnya kualitas Kolam	1,667	0,120	0,20
6.	Rendahnya teknologi budidaya	1,778	0,174	0,31
7.	Rendahnya sarana distribusi	1,889	0,149	0,28
Sub total Kelemahan			0,44	0,79
Total			1	2,78

Sumber : hasil olahan data primer, 2025

Hasil analisis menunjukkan total skor IFE mencapai 2,78, yang mengindikasikan kondisi internal usaha peri lele berada pada posisi kuat dan mampu merespons dengan efektif terhadap kekuatan serta kelemahan yang ada.

Tabel 5. Matriks EFE Strategi Pengembangan Usaha Peri Lele

No	PELUANG	Rating	Bobot	RxB
1.	Tingginya selera konsumen	3,333	0,156	0,52
2.	Tingginya permintaan pasar	3,333	0,173	0,58
3.	Tingginya harga ikan lele	3,333	0,183	0,61
4.	Stabilnya harga pakan	2,556	0,162	0,41
Sub Total Peluang			0,647	2,12
Ancaman				
4.	Jarak pasar	1,778	0,147	0,26
5.	Pesaing	1,889	0,178	0,34
Sub Total Ancaman			0,325	0,60
Total			1	2,72

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Dapat dilihat bahwa kekuatan utama pada pengembangan usaha peri lele adalah tingginya kandungan gizi (skor 0,57). Kelemahan dalam pengembangan usaha peri lele ini terletak pada rendahnya kualitas kolam (skor 0,20). Proses identifikasi faktor eksternal

meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang relevan. pengembangan usaha ikan lele. Hasil pembobotan dan pemberian rating dapat dilihat pada Tabel 5.

Analisis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT, perhitungan skor bobot faktor internal dan eksternal menghasilkan strategi pengembangan usaha ikan lele di Peri Lele, Kota Bengkulu. Sumbu X (horizontal) diperoleh dari pengurangan kekuatan minus kelemahan faktor internal, sedangkan sumbu Y (vertikal) dari peluang minus ancaman faktor eksternal. Hasil koordinat ini menentukan strategi pengembangan usaha yang tepat yang dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis SWOT

No	Item	Nilai Tertimbang	Selisih	Nilai
1.	Kekuatan	1,99	1,20	+
2.	Kelemahan	0,79		
3.	Peluang	2,12	1,52	+
4.	Ancaman	0,60		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Matriks SWOT disusun berdasarkan hasil evaluasi faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman). Dari analisis matriks SWOT tersebut, diperoleh nilai kekuatan sebesar 1,20 (positif) dan peluang sebesar 1,52 (positif), sehingga koordinat berada pada kuadran I yang mengindikasikan strategi agresif. Strategi ini mencerminkan kondisi yang sangat menguntungkan bagi pengembangan usaha. dalam pengembangan usaha ikan lele pada peri lele. Karena usaha tani Memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang mendukung, sehingga mampu mengoptimalkan potensi yang tersedia. Strategi yang sesuai dalam kondisi ini adalah penerapan kebijakan pertumbuhan agresif (growth-oriented strategy) atau strategi progresif, yang menandakan organisasi berada pada kondisi optimal dan stabil, sehingga sangat memungkinkan untuk melakukan ekspansi berkelanjutan, memperluas skala usaha, serta mencapai kemajuan secara maksimal.

Tabel 7. Analisi SWOT

FAKTOR INTERNAL FAKTOR EKSTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN(W)
	1. Tersedianya modal 2. Tingginya kandungan gizi 3. Tingginya produksi 4. Besarnya ikan lele	1. Rendahnya sarana distribusi 2. Rendahnya teknologi budidaya 3. Rendahnya kualitas kolam
PELUANG (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Tingginya selera konsumen 2. Tingginya permintaan pasar 3. Tingginya harga ikan lele 4. Stabilitasnya harga pakan	1. Meningkatkan permintaan pasar dan produksi.(S1,O1,O2,O3) 2. Mensosialisasikan tingginya kandungan gizi untuk menarik konsumen (S2,O1) 3. Memperluas jaringan distribusi (S1,O2) 4. Meningkatkan daya tarik konsumen yang mengutamakan ukuran ikan lele.(S1,O4) 5. Memanfaatkan teknologi pemasaran digital seperti media sosial untuk mempromosikan ikan lele di pasar penjualan.(S3,O2) 6. Mengembangkan produk olahan turunan yang berbasis ikan lele untuk menjawab peluang pasar yang lebih luas dan permintaan akan produk yang variatif serta bergizi tinggi.(O2,O3)	1. Memanfaatkan peluang eksternal. Seperti memperbaiki sarana distribusi yang rendah dengan dukungan dari tingginya permintaan pasar. (W1,O2) 2. Memperbaiki sarana distribusi dengan teknologi baru untuk menjaga kesegaran ikan lele agar harga ikan lele tetap tinggi hingga sampai pada konsumen .(W1,W2,O3,O1) 3. Mengoptimalkan kualitas kolam dengan dana yang dapat diperoleh dari pasar yang tinggi untuk meningkatkan hasil produksi.(W3,O2) 4. Memperbaiki kelemahan teknologi budidaya yang rendah dengan memanfaatkan peluang permintaan pasar yang tinggi untuk mendapatkan pendanaan dan pelatihan teknologi baru sehingga produksi bisa meningkat.(W2,O2) 5. Menggandeng mitra atau kolaborasi bisnis untuk mengurangi kelemahan dalam hal kapasitas distribusi yang terbatas agar permintaan konsumen terpenuhi dengan maksimal.

		(O1,W1)
		6. Memanfaatkan peluang harga pakan yang stabil dan permintaan pasar yang tinggi untuk memperbaiki kelemahan dalam distribusi produk dan teknologi produksi agar daya saing meningkat.(O4,O2,W1)
		7. Mengatasi rendahnya kolam dengan investasi teknologi filtrasi dan pengolahan air yang lebih modern, mendukung peningkatan produksi seiring dengan permintaan konsumen yang tinggi.(3W,W2,O1)
ANCAMAN (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Pesaing	1. Untuk menghadapi atau menghindari ancaman. Contohnya menggunakan produksi yang tinggi sebagai kekuatan untuk bersaing dengan pesaing.(S3,T1)	1. Mengurangi kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman dari luar, seperti mengatasi rendahnya teknologi budidaya untuk mengurangi risiko kalah bersaing.(W2,T1)
2. Jarak pasar	2. Dengan tingginya produksi dapat Memanfaatkan pasar yang lebih berdekatan guna mengurangi ketergantungan terhadap pasar tersebut..(S3,T2)	2. Mengoptimalkan penyimpanan sarana distribusi dalam pengemasan produk agar tetap berkualitas meskipun melalui perjalanan jarak jauh.(W1,T2)
	3. Menggunakan tim pemasaran untuk meningkatkan kesadaran kuliatas ikan lele terhadap konsumen dan membedakan kualitas produk dari pesaing.(S3,T1)	3. Memperbaiki sarana distribusi yang rendah agar produk dapat lebih cepat dan efisien sampai ke pasar, sehingga dapat mengatasi ancaman persaingan dan jarak pasar yang jauh.(W1,T1,T2)

Sumber: hasil pengolahan data primer,2025

Pengembangan strategi usaha Peri Lele di Kota Bengkulu dirumuskan melalui analisis SWOT sebagai lanjutan dari analisis IFE dan EFE. Analisis ini menggabungkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman), menghasilkan empat alternatif strategi: S-O (Strengths-Opportunities), S-T (Strengths-Threats), W-O (Weaknesses-Opportunities), dan W-T (Weaknesses-Threats). Hasil matriks SWOT menempatkan usaha ikan lele Peri Lele pada kuadran pertama, yang menunjukkan kekuatan internal kuat dan peluang eksternal yang menguntungkan. Oleh karena itu, strategi S-O yang optimal adalah memanfaatkan kekuatan untuk mengoptimalkan peluang yang tersedia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor kekuatan utama adalah tingginya kandungan gizi dan tingginya jumlah produksi (skor 0,57), faktor kelemahan utama adalah rendahnya kualitas kolam (skor 0,20) dan skor total berat Matriks Internal Factor Evaluation adalah 2,78. Faktor peluang utama adalah tingginya permintaan pasar (skor 0,58), faktor ancaman utama adalah jarak pasar (skor 0,26) dan skor total berat Matriks External Factor Evaluation adalah 2,72. Dalam strategi pengembangan usaha ikan lele pada peri lele terdapat enam (6) alternatif strategi yang dihasilkan yaitu: 1) Meningkatkan permintaan pasar dan produksi, 2) Mensosialisasikan tingginya kandungan gizi untuk menarik konsumen, 3) Memperluas jaringan distribusi, 4) Meningkatkan daya tarik konsumen yang mengutamakan ukuran ikan lele, 5) Memanfaatkan teknologi pemasaran digital seperti media sosial untuk mempromosikan ikan lele di pasar penjualan, 6) Mengembangkan produk olahan turunan yang berbasis ikan lele untuk menjawab peluang pasar yang lebih luas dan permintaan akan produk yang variatif serta bergizi tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berperan aktif mendukung kelancaran penelitian ini, khususnya Bapak dan para informan yang telah menyediakan data primer yang diperlukan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu atas bimbingan, dukungan, serta motivasi yang konsisten selama proses penelitian. Tak lupa, apresiasi saya sampaikan kepada keluarga dan sahabat yang senantiasa memberikan dorongan semangat sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. S. (2008). Strategi pengembangan usaha tani lele dumbo di kabupaten boyolali.
- Aisy, R. R. (2024). strategi pemasaran ikan lele dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus pada Pembudidaya Pembesaran Ikan Lele Dumbo di Kelurahan Parakannyasag Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya) (Doctoral dissertation, Fakultas Pertanian).
- Alfikri, F. M. (2020). Sistem Informasi Manajemen Distribusi Ikan Lele Di Kp. Mina Hikmah Mandiri (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Awang Surya et al., (2023). Strategi Pengembangan Usaha Pada Usaha Ternak Lele As-Salaam. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen* 13, no. (2023): 166–75.
- Gunawan, W. H., & Susilo, R. T. (2018). Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Dan Implikasi Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus UKM Pengelola Ikan Lele di Kabupaten Cirebon). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(2).
- Ismail, H. B. (2016). Analisis Faktor Persediaan Barang dan Permintaan Pasar terhadap Profitabilitas PT. Eko Agro Mandiri Lamongan.
- Jurnal, C. A. R. E., & Mubarakah, U. (2021). Inovasi olahan tulang dan kepala ikan lele sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan limbah ikan lele berbasis zero waste. *Jurnal Resolusi Konflik, CSR dan Pemberdayaan (CARE)*, 6(1), 49-62.
- Kuncoro, M. (2011). Metode kuantitatif: Teori dan aplikasi untuk bisnis & ekonomi. Language, 402, 24cm.
- Kustoro Budiarta. (2009). Pengantar Bisnis. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marihot Tua Efendi Hariandja (2002). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PTGramedia Widiasarana Indonesia.
- Mustajib, M., Elfitasari, T., & Chilmawati, D. (2018). Prospek pengembangan budidaya pembesaran ikan lele (*Clarias sp*) di Desa Wonosari, kecamatan bonang, kabupaten demak. *Sains Akuakultur Tropis: Indonesian Journal of Tropical Aquaculture*, 2(1), 38-48.
- Nita, C. I. R., Setyawan, D. A., & Lestari, W. (2020). Analisis Pembelajaran Daring Melalui Grup What'sapp Siswa Kelas IV SD NEGERI 3 Kebonagung Pakisaji Malang. *In Prosiding Seminar Nasional PGSD UNIKAMA* (Vol. 4, No. 1, pp. 447-452).
- Parwiniah. (2007). Evaluasi Kebijakan Perikanan Mengenai “Pengembangan Agribisnis Terpadu” Makalah Falsafah Sains (PPs 702) Program Pasca Sarjana /S3 IPB diakses tanggal 3 November 2007.
- Pramono, T. B., Marnani, S., & Sukanto, S. (2018). Transfer Teknologi Bioflok Pada Budidaya Ikan Lele: Upaya Peningkatan Produktivitas Usaha yang Ramah Lingkungan. *Agromix*. 9(2), 83-88
- Primaningtyas, A. W., & Hastuti, S. (2015). Performa produksi ikan lele (*Clarias gariepinus*) yang dipelihara dalam sistem budidaya berbeda. *Journal of Aquaculture Management and Technology*, 4(4), 51-60.
- Purwanto, Iwan. (2006). *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.
- R, Dafid Fred. (2011). *Strategi Manajemen (Manajemen Strategi Konsep)*. Bandung: Salemba Empat.
- Rangkuti, A. N. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, PTK, dan penelitian pengembangan*.
- Riska, F. F., Primyastanto, M., & Abidin, Z. (2015). Strategi Pengembangan USAha Budidaya Ikan Lele (*Clarias SP.*) Pada USAha Perseorangan “Toni Makmur” Dikawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang, Jawa Timur. *ECISOFiM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal)*, 3(1).

- Sari, D. P., & Nugroho, H. (2021). Pengaruh Kondisi Lingkungan terhadap Produktivitas Budidaya Ikan Lele di Daerah Pesisir. *Jurnal Perikanan Tropis*, 12(1), 33-44.
- Setyawan, A. A., Ekasari, R., & Dewi, N. N. (2020). Pengaruh produk, harga, promosi terhadap minat beli konsumen lele di sidoarjo. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 3(1), 224-234.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suhardi, A. (2010). Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Nilai Penjualan Ikan Lele Di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus Pada Kelompok Pembudidaya Ikan Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 40-47.
- Sukirno Sadono. (2011). *Mikro Ekonomi Edisi Ketiga*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tangke, U. (2011). Pemanfaatan sistem informasi perikanan dalam pengelolaan sumberdaya. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 4(2), 52-59.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Prosedur Operasional Standar Produksi Pada Perusahaan Kopiin. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, (1), 90-95.
- Wahab, W. (2023). Peranan Modal Dalam Pengembangan Pertanian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(6), 954-963.
- Widodo, T., Santoso, A. B., Ishak, S. I., & Rumeon, R. (2023). Sistem kendali proporsional kualitas air berupa ph dan suhu pada budidaya ikan lele berbasis IoT. *JEPIN (Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika)*, 9(1), 59-66.
- Zuhrinal M. Nawawi. (2015). *Kewirausahaan Islam*. Medan: Febi UIN-SU Press.
- Zuraidah, E. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pertumbuhan Benih Ikan Lele Dengan Metode Fuzzy Saw Di Mutiara Salsabila Farm. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*, 8(2), 23-31.