



## Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada Kolam Ikan Aba di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau

<sup>1\*</sup> Warnadi, <sup>2</sup> Muhklas Adi Putra <sup>3</sup> Said Afriaris

<sup>1,2,3</sup> Dosen Program Studi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri, Indonesia

Email : <sup>1</sup> [dwarnai@itbind.ac.id](mailto:dwarnai@itbind.ac.id) <sup>2</sup> [muhklas@itbind.ac.id](mailto:muhklas@itbind.ac.id) <sup>3</sup> [saidafriaris@itbind.ac.id](mailto:saidafriaris@itbind.ac.id)

**Abstract** Rengat, which is mostly located in the Indragiri River, has great potential in developing fish cultivation and rearing businesses which can be done in various ways, of course by utilizing the availability of water so that it is economically valuable. The research method used is a qualitative descriptive analysis type of research using data collection techniques through interviews, observation and documentation. The results of this research indicate that it is necessary to develop the distribution of cultivation products, especially expanding the freshwater fish market segment so that productivity can be optimized and also protect the waters along the Indragiri River in Indragiri Hulu Regency, Riau Province.

**Keywords:** SWOT Analysis, Aba Fish Pond, Business

**Abstrak** Rengat yang sebagian besar berada pada aliran Sungai Indragiri memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis budidaya maupun pembesaran ikan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara tentunya dengan memanfaatkan ketersediaan airnya sehingga bernilai secara ekonomi. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlu mengembangkan distribusi hasil budidaya terutama perluasan segmen pasar ikan air tawar sehingga produktifitas dapat dioptimalkan dan juga menjaga perairan sepanjang aliran Sungai Indragiri di Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Kolam Ikan Aba, Bisnis

### 1. PENDAHULUAN

Kabupaten Indragiri Hulu yang masyarakatnya selalu mengkonsumsi ikan untuk kebutuhan sehari-hari baik itu perikanan air tawar yang berupa hasil tangkapan maupun perikanan budidaya, tidak terlepas dari pada potensi perikanan sungainya karena berada disepanjang daerah aliran Sungai Indragiri. Rengat yang sebagian besar berada pada aliran Sungai Indragiri memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis budidaya maupun pembesaran ikan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara tentunya dengan memanfaatkan ketersediaan airnya sehingga bernilai secara ekonomi. Menjadikan peluang bagi masyarakat yang tinggal di sepanjang tepian aliran Sungai Indragiri sebagai mata pencaharian baik yang berprofesi sebagai penangkap ikan ataupun pembudidaya ikan, terutama sekali masyarakat yang menjadikan air Sungai Indragiri untuk sumber ketersediaan air dari kerambah ataupun kolam permanen yang bergerak di usaha pembesaran ikan

Usaha “Kolam Ikan ABA” yang berlokasi ditepian Sungai Indragiri sehingga cukup mudah untuk menjaga ketersediaan sumber air dan siklus airnya, tepatnya berada di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau yang sudah dijalankan sejak awal tahun 2019 sampai dengan sekarang, dimana usaha ini berfokus pada pembesaran ikan lele. Namun dalam

perkembangannya terdapat beberapa permasalahan yang menjadi hambatan usaha “Kolam Ikan ABA” ini yaitu hasil produksi yang belum maksimal dan pemasarannya baik dari sisi nilai jual produk yang masih rendah, distribusi produk dan ketersediaan bibit juga ketersediaan pakan/makanan ikan, serta yang terpenting adalah promosi. Sehingga solusi yang akan dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut berupa upaya meningkatkan kapasitas daya tampung kolam, meningkatkan kuantitas bibit ikan lele, meningkatkan jaringan pemasok baik bibit maupun pakan/makanan ikan dan meningkatkan produksi mitra dengan cara pengolahan hasil ikan lele menjadi produk jadi dalam kemasan berupa ikan lele asap/ikan lele kering serta penjualan mitra dapat ditingkatkan melalui promosi *online*.

Dalam fungsinya sebuah strategi yang direncanakan dan diterapkan memiliki peranan yang sangat penting terhadap perkembangan sebuah bisnis yang dibangun agar kegiatan bisnis yang dilaksanakan tersebut semakin besar, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dan mampu memenangkan ketatnya persaingan terhadap para kompetitor yang lain. Kesalahan dalam menentukan dan menjalankan suatu strategi yang tidak tepat dapat menyebabkan kemunduran terhadap usaha bisnis yang dijalankan dan tidak memiliki daya saing yang cukup baik di pasaran, bahkan bisa sampai kepada suatu keadaan dimana usaha tersebut mengalami kebangkrutan atau gulung tikar. Karena itu, sebuah strategi yang akan dijalankan perlu untuk dianalisis kembali apakah sudah efektif dan dapat diterapkan dengan baik nantinya agar tidak sampai merugikan bisnis yang dikelola. Strategi usaha sangatlah berperan penting dan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha karena menyangkut tentang cara pengelolaan dan pengembangan usaha tersebut agar semakin maju, luas, dan semakin berkembang.

Jika strategi yang digunakan efektif maka usaha tersebut akan mampu bersaing dengan usaha-usaha yang lain dan mampu berkembang dalam jangka waktu tertentu. Sehingga berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada Kolam Ikan ABA di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu”.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Strategi**

Setiap organisasi bisnis menurut Sondang (2018:1) dihadapkan kepada dua jenis “lingkungan”, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Makin besar suatu perusahaan atau organisasi, makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi

dalam menghadapi ke dua jenis lingkungan tersebut. Salah satu implikasi kompleksitas itu ialah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit. Untuk itulah diperlukan manajemen strategik dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasarannya.

Untuk dapat mencapai suatu tujuan dalam suatu pengembangan bisnis dibutuhkan alat berupa strategi. Menurut Eddy Yunus (2016:27) manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyuluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Inti dari manajemen strategis adalah memenangkan persaingan, sehingga perusahaan harus senantiasa menganalisis diri dan memperbaiki diri agar lebih baik dari perusahaan pesaing.

Menurut David (2019:11) strategi (*strategies*) dimaksudkan untuk pencapaian tujuan jangka panjang (*long-term objective*). Strategi bisnis mungkin mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar. Strategi mempengaruhi kesejahteraan jangka panjang organisasi, biasanya paling sedikit lima tahun, dan oleh karena itu berorientasi masa depan. Strategi memiliki konsekuensi multifungsi atau multidimensi dan membutuhkan pertimbangan, baik faktor internal maupun eksternal yang dihadapi oleh perusahaan.

Dalam menghadapi tantangan dimasa depan, baik sifatnya internal maupun eksternal bagi suatu organisasi menurut Sondang (2018:15) diperlukan sikap yang antisipatif dan proaktif. Dengan sikap yang antisipatif mampu memperhitungkan konsekuensi berbagai kecenderungan yang terjadi, baik internal dalam organisasi maupun eksternal dalam arti lingkungan dengan mana organisasi harus berinteraksi, yang bermuara kepada sikap yang proaktif, artinya dengan antisipasi yang tepat, perubahan yang terjadi dapat diduga sebelumnya dan siap mengambil langkah-langkah tertentu menghadapi tantangan yang ditimbulkan.

Salah satu proses dalam konsep manajemen menurut Yunus (2016:87) adalah menyusun faktor penentu keberhasilan yang diawali dengan mengkaji lingkungan strategis yang meliputi kondisi, situasi, keadaan, peristiwa dan pengaruh-pengaruh yang berasal dari dalam maupun luar suatu organisasi atau unit satuan wilayah baik pada level negara, provinsi, kabupaten dan kota. Analisis lingkungan dibutuhkan agar perusahaan mampu menentukan tindakan preventif dan antisipasi atas perubahan-perubahan yang terjadi, sehingga perusahaan dapat cepat beradaptasi terhadap perubahan dan menjadi perusahaan yang mampu bertahan ditengah kondisi lingkungan yang sangat rumit, perusahaan dapat membuat keputusan strategi

yang tepat bagi kelangsungan hidup perusahaan. Analisis lingkungan strategis mampu menyusun asumsi-asumsi strategis dan mengujinya dengan visi dan misi organisasi untuk memperoleh faktor penentu keberhasilan.

Menurut David (2019:11) manajemen strategik (*strategic management*) didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Manajemen strategik berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi.

Manajemen strategis (*strategic management*) didefinisikan Pearce II & Robinson Jr (2013:3) sebagai suatu rangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen strategis meliputi perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian keputusan serta tindakan yang sesuai dengan strategi perusahaan. Strategi (*strategy*) diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan (Pearce II & Robinson Jr, 2013:4).

Proses manajemen strategik (*strategic manajemen process*) terdiri atas 3 (tiga) tahap menurut David (2019:11) yaitu formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Menurut Rangkuti (2014:7) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 (tiga) tipe strategi, yaitu (1) strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan secara makro, (2) strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, dan (3) strategi bisnis sering juga disebut dengan strategi bisnis fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen.

Menurut David (2011: 168) terdapat 4 (empat) jenis strategi yaitu (1) strategi integrasi memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan kontrol atas distributor, pemasok, dan pesaing, (2) strategi intensif yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk, (3) strategi diversifikasi (*diversification strategies*) yaitu diversifikasi terkait dan diversifikasi tak terkait, dan (4) strategi defensif yang terdiri atas penciptaan, divestasi dan likuidasi.

Dari berbagai macam penjelasan mengenai jenis-jenis strategi di atas menggambarkan penelaahan alternatif strategi yang layak untuk diimplementasikan dalam mengembangkan usaha atau bisnis berjalan. Pada dasarnya strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan manajemen organisasi bisnis khususnya menurut Sondang (2018:17) ialah rencana skala

besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.

### **Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan Usaha/Bisnis**

Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal perusahaan dengan situasi eksternalnya. Dalam bisnis perusahaan beroperasi ke arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi/manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Dalam hal ini tentunya analisis SWOT merupakan faktor penting dalam memberikan perspektif dalam sudut pandang bisnis secara berkesinambungan. Menurut Fahmi (2013:252) dimana SWOT dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Dalam manajemen, analisis SWOT menurut Fahmi (2013:253) mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan tantangan, sehingga pengambil keputusan bisa melihat dari empat dimensi ini secara komprehensif. Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bias terjadi dimasa-masa yang akan datang (Fahmi, 2013:254).

Analisis SWOT (*SWOT Analysis*) menurut *Pearce II & Robinson Jr* (2013:156) merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Strategi yang efektif diturunkan dari kesesuaian yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Analisis SWOT paling umum digunakan sebagai kerangka logis yang mengarahkan pembahasan dan refleksi mengenai situasi dan alternative dasar suatu perusahaan. Kerangka SWOT menyediakan dasar yang terorganisasi untuk diskusi dan berbagi informasi secara mendalam, yang dapat memperbaiki kualitas pilihan dan keputusan yang kemudia diambil (*Pearce II & Robinson Jr*, 2013:158).

Untuk menganalisa secara lebih dalam tentang SWOT (Fahmi, 2013:260), maka perlu dilihat faktor internal dan eksternal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT yaitu (1) Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). Dimana

faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya, dan (2) Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strength and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut tentang kondisi yang terjadi di dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT (Yunus, 2016:83) dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal organisasi. Analisis lingkungan merupakan suatu proses monitoring yang dilakukan oleh penyusun strategi terkait sektor-sektor lingkungan untuk menentukan kesempatan-kegiatan (peluang) dan ancaman-ancaman bagi perusahaan, sedangkan diagnose lingkungan berisi tentang keputusan manajerial yang dibutuhkan dengan cara menilai signifikan data kesempatan dan ancaman dari analisa lingkungan.

Matriks ini mengkombinasikan kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman untuk menentukan alternative strategi perusahaan, ada empat macam strategi yang bias diidentifikasi dengan matriks SWOT (Yunus, 2016:85) yaitu :

1. Strategi *Opportunities-Strenght* (OS) atau Peluang Kekuatan (PEKU). Strategi ini memanfaatkan peluang yang ada dengan jalan mengoptimalkan kekuatan internal perusahaan.
2. Strategi *Opportunities-Weakness* (OW) atau Peluang Kelemahan (PEKA). Strategi ini menitik beratkan pada memperbaiki kelemahan perusahaan dengan cara mengambil manfaat dari peluang yang ada.
3. Strategi *Threat-Weakness* (TW) atau Ancaman Kelemahan (AKA). Strategi ini mengatasi kelemahan yang ada dengan cara menghindari ancaman.
4. Strategi *Threat-Strenght* (TS) atau Ancaman Kekuatan (AKU). Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan dengan menghindari ancaman yang ada.

Analisis lingkungan eksternal merupakan pemahaman berbagai faktor diluar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan bisnis/bahkan ancaman bagi perusahaan. Dan, analisis lingkungan internal merupakan uraian tentang dimensi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu bisnis/perusahaan (Yunus, 2016:88).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada Kolam Ikan ABA di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data-data dalam penelitian ini, dikumpulkan melalui beberapa cara sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu dimana dilakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti mengenai Analisis Startegi Pengembangan Bisnis pada Kolam ABA di Kabupaten Indragiri Hulu.
2. Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data secara langsung dan mendalam, tidak terstruktur dan individual. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara dimana pewawancara dapat dengan leluasa memberikan pertanyaan dari berbagai segi dan arah untuk mendapatkan informasi secara lengkap dan mendalam dari berbagai sumber. Wawancara tidak terstruktur sangat memadai dalam penelitian kualitatif.
3. Studi pustaka, dimana sejumlah data-data pendukung yang penulis butuhkan diperoleh dari jurnal, media, buku dan laporan perusahaan.

Analisa data yang digunakan adalah analisis yang bersifat penalaran berdasarkan fenomena-fenomena yang akan diteliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu peneliti menganalisis data, informasi yang ada dari berbagai sumber dengan menghubungkan dengan fenomena yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada Kolam ABA di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu.

Analisis SWOT adalah identifikasi 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 (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2014:19). Dalam hal ini dijelaskan dalam Fahmi (2015:253) kita bisa memberikan peta kondisi terhadap keadaan yang terjadi berdasarkan realita yang ada, serta lebih jauh mampu memberikan penegasan terhadap keputusan yang akan kita lakukan dimasa yang akan datang.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

## **Kolam Ikan ABA di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu**

Usaha “Kolam Ikan ABA” yang beralamat di Jalan Hanglekir No. 67 Kelurahan Kampung Besar Kota merupakan salah satu UMKM untuk pembesaran ikan lele yang memanfaatkan air dari Sungai Indragiri karena tepat berada di tepiannya. Usaha “Kolam Ikan ABA” yang dimiliki oleh Bapak Mahyuddin Z ini sudah dijalankan sejak awal tahun 2019 dengan dibantu 2 (dua) orang pegawai dalam pengelolaannya. Usaha ini memiliki 2 (dua) kolam terpal ukuran 2m x 3m dengan tinggi permukaan air 40cm untuk bibit ikan lele berumur 1 s.d 2 minggu dengan kapasitas 5.000 (lima ribu) ekor/kolam dan 8 (delapan) kolam permanen berukuran 5m x 1,5m dengan tinggi permukaan air 70cm untuk pembesaran ikan lele yang sudah disortir ketika umur ikan lele memasuki 1 (satu) bulan dengan kapasitas sebanyak 1.000 (seribu) ekor/kolam. Selain itu, untuk menunjang operasionalnya “Kolam Ikan ABA” memiliki 1 (unit) mesin pompa air untuk pengisian dan penggantian air kolam serta bangunan/pondok kayu berukuran 3m x 3m yang digunakan untuk penyimpanan pakan ikan lele dan peralatan lainnya.

Dalam 3 (tiga) bulan paling cepat masa panen ikan lele, hasil yang diperoleh berkisar 40 (empat puluh) sampai dengan 50 (lima puluh) kilogram dengan ukuran 22 (dua puluh dua) s.d 25 (dua puluh lima) centimeter dan berat 2,5 (dua koma lima) s.d 3 (tiga) ons per ekornya dirasa masih belum maksimal. Hal ini disebabkan masih banyaknya yang belum layak jual karena ukurannya masih belum layak konsumsi sehingga masih membutuhkan waktu 1 (satu) bulan sampai dengan 2 (dua) bulan kedepan agar dapat dipanen. Dan kondisi ini berpengaruh juga pada kebutuhan akan ketersediaan pakan ikan lele yang menyebabkan bertambahnya biaya operasional.

Beberapa persoalan yang ditemukan pada usaha pembesaran ikan lele “Kolam Ikan ABA” diantaranya 1) Hasil panen ikan lele yang masih jauh dibawah rata-rata hasil produksi yang diharapkan, 2) Perkiraan waktu panen yang dirasa masih lebih lama dari waktu rata-rata panen ikan lele pada umumnya, 3) Kondisi air yang terkadang cepat berubah dan menimbulkan bau yang tidak enak sehingga mempengaruhi nafsu makan ikan lele menjadi menurun, dan 4) Perlu adanya produk baru dari pengolahan hasil panen ikan lele agar keuntungan yang didapat mitra menjadi optimal.

### **Hasil Penelitian**

Dari hasil analisis SWOT, maka diperoleh prioritas kebijakan dan strategi dalam pengembangan usaha pada Kolam ABA di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu, yakni :



- 1) Peluang daya beli konsumen terhadap ikan yang tinggi karena ikan memiliki kandungan gizi, permintaan terhadap ikan selalu ada serta harga jual ikan yang stabil dan sarana transportasi yang baik dapat dimanfaatkan dengan kekuatan internal. Peluang yang ada tersebut didukung dengan kekuatan penggunaan bibit yang unggul, lokasi kolam yang strategis dan ketersediaan air serta produksi yang kontinyu. Strategi yang dapat dilakukan dengan cara mempertahankan nilai produksi yang ada sehingga permintaan konsumen terhadap ikan dapat terus terpenuhi serta pesaing tidak dapat mudah untuk memasuki pemasaran ikan karena harga jual ikan yang stabil.
- 2) Adanya kemungkinan peningkatan pendapatan masyarakat, adanya akses pasar dalam memasarkan hasil produksi budidaya ikan air tawar, walaupun ketersediaan modal belum mencukupi dan dalam penggunaan air secara teknis sangat didukung karena berada di aliran Sungai Indragiri. Melakukan perluasan segmen pasar ikan air tawar merupakan bagian yang terpenting dalam memenuhi harga yang lebih baik atau bersaing, sehingga harga relatif tetap baik.
- 3) Belum terbentuknya kelompok petani ikan di Kecamatan Rengat, kualifikasi sumberdaya manusia yang belum menguasai keterampilan budidaya ikan air tawar, adanya kemungkinan peningkatan konsumsi ikan air tawar, tingginya permintaan masyarakat terhadap ikan air tawar, meningkatkan perluasan kesempatan kerja dibidang perikanan. Kelompok tani ikan sangat penting dan diperlukan dalam mengatasi beberapa permasalahan/kelemahan baik internal maupun eksternal. Dengan adanya kelompok secara internal akan mempermudah dan saling memberi informasi, membantu dan menjaga keamanan bersama. Sedangkan secara eksternal jika ada permasalahan internal yang penting seperti modal atau bantuan, kelompok dapat menjadi jembatan atau media komunikasi dengan instansi atau *stakeholder* lain yang terkait. Perlunya mendorong peran aktif dari para masyarakat yang bergerak diperikanan dalam menyerap informasi teknologi budidaya perikanan dan lainnya, karena sangat penting untuk meningkatkan kualitas/kemampuan dibidang perikanan.
- 4) Dukungan masyarakat yang tinggal di sepanjang aliran Sungai Indragiri dan Kelurahan Kampung Besar Kota Kecamatan Rengat serta aparat kecamatan dan kelurahan. Kebijakan yang perlu dilakukan oleh Pemda Kabupaten Indragiri Hulu dalam mendukung pemanfaatan lahan *non-produktif* dengan budidaya ikan air tawar di sepanjang aliran Sungai Indragiri salah satunya adalah memperluas jaringan pasar ikan air tawar. Hal yang memungkinkan adalah seperti memfasilitasi konsumen baik untuk eksportir, konsumen lokal maupun konsumen domestik.

- 5) Ketersediaan pakan belum mencukupi, ketersediaan modal belum mencukupi, balai benih ataupun pihak terkait lainnya belum ada yang memberikan bantuan benih ikan air tawar kepada masyarakat, program pemerintah Kabupaten Indragiri Hulu yang belum berjalan dengan baik, harga pakan belum stabil, harga produk belum stabil. Dalam penerapan suatu teknologi harus melihat aspek teknis maupun nonteknis. Untuk penerapan budidaya ikan air tawar di sepanjang aliran Sungai Indragiri, maka dilakukan strategi maupun sistem pemeliharaannya. Sedangkan sistem manajemen penggunaan pakan dilakukan secara efektif agar lebih efisien. Untuk panen diperlukan strategi yang tepat baik ukuran ikan saat harga yang baik dan cara pemanenan, sehingga kondisinya tetap sehat dan berkualitas tetapi juga aman. Kebijakan peraturan Pemda Kabupaten Indragiri Hulu sangatlah penting untuk mengantisipasi adanya degradasi ekosistem perairan dan lingkungan sepanjang aliran sungai dari eksploitasi yang berlebihan. Dalam pemanfaatan lahan khususnya di wilayah sepanjang aliran sungai perlu dilakukan aturan yang jelas dan tegas, sehingga tidak akan merusak tata ruang yang telah diatur maupun muncul konflik diantara kepentingan. Untuk mengantisipasi hal tersebut perlu dilakukan sosialisasi peraturan yang telah atau akan dibuat melalui pelatihan dan pembinaan agar SDM masyarakat lebih meningkat serta secara luas akan lebih memahami dan menyadari arti pentingnya menjaga lingkungan dari kelestariannya. Dalam situasi saat ini sebagian besar masyarakat mempunyai modal atau dana yang terbatas, untuk melakukan usaha budidaya ada keinginan tetapi dana terbatas untuk kehidupan sehari-hari. Sebagai harapan dari masyarakat adalah adanya kebijakan dari Pemda dalam memfasilitasi peminjaman modal dengan syarat lunak atau adanya modal bergulir yang dilewatkan ke kelompok petani ikan. Dengan demikian akan jaminan dukungan dan akan meringankan para petani ikan untuk melakukan usaha budidaya ikan air tawar di sepanjang aliran Sungai Indragiri khususnya yang tinggal di sepanjang tepiannya. Untuk membangkitkan rasa optimis petani ikan salah satunya perlu adanya pelatihan atau ketrampilan khusus, sehingga akan meningkatkan kualitas SDM dan menambah motivasi kepercayaan diri untuk usaha budidaya.
- 6) Selain membentuk koperasi, Sentra UKM Budidaya Ikan Lele juga hendaknya menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi pendampingan UKM, dan institusi lainnya. Untuk mengembangkan produk olahan ikan lele serta memperbaiki standarisasi proses budidaya dan paska panen ikan lele yang dilakukan. Kerjasama perlu dilakukan untuk meningkatkan kompetensi, dan kemandirian petani ikan lele terkait permodalan. Umumnya organisasi pendampingan UKM tersebut membantu UKM dari segi

pemberdayaan pelaku UKM, teknis, pasar, dan akses ke lembaga keuangan perbankan dan non perbankan. Strategi pengolahan ikan lele untuk pasar lokal dan internasional diharapkan dapat menangkap peluang pasar produk olahan ikan lele skala nasional maupun internasional dengan memanfaatkan kemudahan akses ke pasar, adanya program pendampingan dan pelatihan UKM Budidaya Ikan Lele, serta penilaian konsumen yang baik terhadap kualitas lele yang dihasilkan. Ikan lele dapat diolah menjadi berbagai makanan seperti keripik, abon, nugget, sosis, baso. Selain itu ikan lele dapat diasap atau difillet untuk dijual kepada konsumen dalam maupun luar negeri. Pengolahan ikan lele untuk pasar lokal dan internasional tersebut bisa diajarkan kepada petani ikan lele yang tinggal di sepanjang aliran Sungai Indragiri Kelurahan Kampung Besar Kota Kabupaten Indragiri Hulu karena mereka terbuka terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru yang diajarkan oleh lembaga pemerintah maupun institusi perguruan tinggi pendamping.

## **5. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah di jelaskan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut :

- 1) Melakukan koordinasi antar instansi terkait terkait optimalisasi pemanfaatan lahan dan sarana/prasarana dalam pengembangan perikanan budidaya ikan air tawar di sepanjang aliran Sungai Indragiri.
- 2) Mengadakan pelatihan dan diseminasi yang melibatkan stakeholder terkait dilingkup pemerintahan daerah Kabupaten Indragiri Hulu.
- 3) Mengembangkan distribusi hasil budidaya terutama perluasan segmen pasar ikan air tawar sehingga produktifitas dapat dioptimalkan dan juga menjaga perairan sepanjang aliran Sungai Indragiri.
- 4) Ketergantungan pakan, pasar, dan modal pada pihak ketiga, jauhnya lokasi pabrik pakan, fluktuasi harga dan ketersediaan pakan, serta kesulitan akses ke lembaga keuangan. Diharapkan dapat mengembangkan produknya, perbaikan standarisasi proses budidaya dan paska panen ikan lele, serta peningkatan kemandirian terkait permodalan. Dan dapat menangkap peluang pasar produk olahan ikan lele skala nasional maupun internasional dengan memanfaatkan kemudahan akses ke pasar, adanya program pendampingan dan pelatihan UKM Budidaya Ikan Lele, serta penilaian konsumen yang baik terhadap kualitas lele yang dihasilkan.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dilapangan, saran dan masukan yang dapat penulis berikan untuk dijadikan masukan terkait keputusan kebijakan analisis strategi pengembangan bisnis pada kolam ikan ABA dalam upaya pembesaran ikan lele diantaranya 1) Hasil panen ikan lele yang masih perlu ditingkatkan hasil produksinya sesuai dengan yang diharapkan, 2) Perkiraan waktu panen yang dirasa masih perlu diperhatikan dari waktu rata-rata panen ikan lele pada umumnya, 3) Kondisi air yang masih perlu diperhatikan terkadang cepat berubah dan menimbulkan bau yang tidak enak sehingga mempengaruhi nafsu makan ikan lele menjadi menurun, dan 4) Perlu adanya produk baru dari pengolahan hasil panen ikan lele atau produk turunannya agar keuntungan yang didapat menjadi optimal.

## **6. REFERENSI**

- David, F. R., & David, F. R. (2019). *Manajemen strategik: Suatu pendekatan keunggulan bersaing-konsep* (Edisi ke-15). Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen strategis: Teori dan aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Pearce II, J. A., & Robinson, R. B., Jr. (2013). *Manajemen strategis: Formulasi, implementasi dan pengendalian* (Edisi ke-12). Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, S. P. (2018). *Manajemen stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.