STRATEGI PEMASARAN SALAI LELE DUMBO (STUDI KASUS PADA USAHA PATIN SEJAHTERA) DI KECAMATAN MANDAU KABUPATEN BENGKALIS PROVINSI RIAU

OLEH :

NENSI RAHAYU
154210132

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU

2019

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

STRATEGI PEMASARAN SALAI LELE DUMBO (STUDI KASUS PADA USAHA PATIN SEJAHTERA) DI KECAMATAN MANDAU KABUPATEN BENGKALIS PROVINSI RIAU

SKRIPSI

NAMA : NENSI RAHAYU

NPM : 154210132

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 05 SEPTEMBER 2019 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG TELAH DISEPAKATI SERTA KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing

Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si.

Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau

Dr. Ir. UP. Ismail, M.Agr

Ketua Program Studi Agribisnis

Ir. Salman, M.Si

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN

KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 05 SEPTEMBER 2019

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
1	Hj. Sri Ayu Kumiati, SP, M.Si	Ketua	1.	
2	Dr.Ir. Saipul Bahri, M.Ec	Anggota		2.
3	Dr. Ir. Elinur, MP	Anggota	3.	
4	Ilma Satriana Dewi SP, M.Si	Notulen		4.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

PERSEMBAHAN

Bismillahirahmanirrahim,

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkah, limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo (Studi Kasus Pada Usaha Patin Sejahtera) di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau".** Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan skripsi ini kupersembahkan kepada:

- **Orang Tua ku tercinta**

  Ayahanda Israk dan ibunda Rohima terimakasih atas bantuan materi, jasa, serta do'a yang selalu dan tak pernah terputus dipanjatkan untuk ku hingga mencapai keberhasilan dalam menuntut ilmu dan diperolehnya gelar Sarjana Pertanian.

- **Teristimewa Keluargaku**

  Terimakasih seluruh saudara abang dan kakak iparku support dan perhatian yang diberikan padaku menjadi penyemangat dalam aktivitas ku, dan seluruh ponakanku yang selalu membuatku bahagia, semoga seluruh ponakanku bisa menggapai keberhasilannya dikemudian hari.

- **Pembimbing Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si**

  Ibu ayu sebagai Dosen Pembimbing atas ketulusan hati dan kesabaran, bimbingan, motivasi, arahan, nasihat, saran dan ilmu yang ibu berikan sangat bermanfaat bagiku dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

- **Bapak Dr.Ir. Saipul Bahri, M.Ec dan Ibu Dr. Ir. Elinur, MP**

  Terimakasih dosen penguji ku yang sudah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun, mengarahkan serta memberikan bimbingan dan pelajaran untuk penyempurnaan skripsi ini yang tiada ternilai harganya.

- **Seluruh Dosen Prodi Agribisnis dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Pertanian**

  Atas semua bimbingan dan bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Islam Riau.

- **Teman- Teman Seperjuangan Seangkatan 2015**

  Kehadiran teman-teman semua menjadikan hidup ku lebih indah. Semoga semuanya diberikan kemudahan untuk memperoleh gelar sarjana pertanian dan teman yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu terimakasih atas kerendahan hatinya yang selama ini sudah membantu ku dalam susah ataupun senang.

- **Untuk Bapak Ilham, Amd.**

  Selaku pemilik usaha tempat penelitian skripsi, terimakasih atas kemurahan hati, bersedia meluangkan waktu dan bantuan serta informasi selama penelitian.

- **Semua Pihak**

  Menjadi salah satu mahasiswi Universitas Islam Riau dan menggunakan Almamater berwarna biru merupakan suatu kebanggaan. Maaf tidak bisa menyebutkan satu persatu pihak terkait, terimakasih atas perhatian, kebaikan dan sebagainya, mudah-mudahan kebaikan anda sekalian mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Penulis

Nensi Rahayu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BIOGRAFI PENULIS

Penulis adalah anak terakhir dari enam bersaudara. Lahir di Kelurahan Buluh Manis Kecamatan Bathin Solapan 08 Agustus 1996 Kota Duri dari pasangan Bapak Israk dan Ibu Rohima. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2009 di SDN 028 Petani Kecamatan Bathin Solapan Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan kejenjang Madrasah Tsanawiyah di MTS Bustanul Ulum kecamatan Bathin Solapan Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau dan selesai pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas di SMAN 03 Mandau dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun 2015 penulis melanjutkan kejenjang pendidikan Perguruan Tinggi di Program Studi Agribisnis Strata Satu (S1) Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Pada tanggal 05 September 2019 penulis melakukan ujian komprehensif dan dinyatakan lulus ujian komprehensif dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Pertanian (SP) dengan judul "Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo (Studi Kasus Pada Usaha Patin Sejahtera) di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau".

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRAK

NENSI RAHAYU (154210132). Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo (Studi Kasus Pada Usaha Patin Sejahtera) di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Bimbingan Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si.

Pemanfaatan usaha budidaya ikan lele dumbo sudah banyak dikembangkan oleh masyarakat. Salah satunya adalah usaha ikan salai lele dumbo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) karakteristik pelaku usaha dan profil usaha salai lele dumbo, 2) faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran salai lele dumbo, dan 3) Strategi pemasaran salai lele dumbo. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dimulai dari Desember 2018 sampai Mei 2019, menggunakan analisis internal SAP, analisis eksternal ETOP dan analisis SWOT pada usaha Patin Sejahtera di Kecamatan Mandau. Responden berjumlah 31 orang terdiri dari pengusaha diambil secara sensus, pedagang ikan salai lele dumbo dan pengusaha rumah makan diambil secara *purposive sampling* serta konsumen (rumah tangga) diambil secara *incidental sampling*. Data dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan: 1) karakteristik umur pengusaha 33 tahun, umur pedagang ikan salai dan pengusaha rumah makan rata-rata 38 tahun serta konsumen (rumah tangga) rata-rata 45 tahun. Lama pendidikan pengusaha ≥ 12 tahun, pedagang ikan salai dan pengusaha rumah makan rata-rata 9 tahun serta konsumen (rumah tangga) rata-rata 12 tahun. Pengalaman berusaha pengusaha salai lele dumbo selama 9 tahun, pedagang ikan salai, pengusaha rumah makan dan konsumen rata-rata 0-15 tahun. Tanggungan keluarga pengusaha 3 jiwa, pedagang ikan salai dan pengusaha rumah makan rata rata 5 jiwa serta konsumen (rumah tangga) rata-rata 3 jiwa. Usaha Patin Sejahtera berdiri pada tahun 2011. Skala usaha adalah usaha kecil. Penggunaan sarana produksi seperti kolam yaitu kolam terpal dan kolam tanah sebanyak 4 kolam dengan ukuran lebar 4 x 3 m^2 dan panjang 4 x 6 m^2. Bahan baku ikan salai lele dumbo diperoleh dari daerah Bangkinang dan Pulau Rupat. Tenaga kerja berjumlah 5 orang termasuk pengusaha. Modal usaha yang digunakan berasal dari modal sendiri, 2) Faktor internal SAP menyatakan bahwa usaha pada posisi kuat *(strong)* dan pada faktor eksternal ETOP menyatakan usaha berada pada posisi bisnis *ideal* dan usaha dewasa, dengan tingkat ancaman pada usaha dewasa relatif rendah sehingga tingkat sangat gawat cenderung kecil. 3) Hasil analisis SWOT usaha salai lele dumbo terletak pada kuadran I yaitu strategi SO *(Strenght dan Opportunities)*, dan rumusan strategi berada pada posisi *invest* (I) yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang usaha. Berdasarkan analisis SAP, ETOP dan SWOT usaha Patin Sejahtera diperoleh strategi usaha yang satu tujuan dan sama-sama menguntungkan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Salai Lele Dumbo, SAP, ETOP, SWOT.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRACT

NENSI RAHAYU (154210132). Marketing Strategy of Dumbo Catfish smoked (Case Study on Patin Sejahtera Business) in Mandau District, Bengkalis Regency, Riau Province. Guidance for Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si.

Utilization of Dumbo catfish aquaculture business has been developed by many people. One of them is the business of Dumbo catfish. This study aims to analyze 1) the characteristics of business actors and the business profile of Dumbo catfish, 2) internal and external factors that influence the marketing of Dumbo catfish, and 3) The marketing strategy of Dumbo catfish. This research was conducted for 6 months starting from December 2018 to May 2019, using SAP internal analysis, ETOP external analysis and SWOT analysis on the Patin Sejahtera business in Mandau District. 31 respondents consisted of entrepreneurs taken by census, catfish salted fish traders and restaurant entrepreneurs were taken by purposive sampling and consumers (households) were taken by incidental sampling. Data collected consists of primary data and secondary data. The results showed: 1) the age characteristics of 33 year old entrepreneurs, the age of salai fish traders and restaurant entrepreneurs an average of 38 years and consumers (households) an average of 45 years. The length of education of entrepreneurs is ≥ 12 years, salai fish traders and restaurant entrepreneurs an average of 9 years and consumers (households) an average of 12 years. The experience of trying a businessman of catfish catfish for 9 years, salai fish traders, restaurant entrepreneurs and consumers on average 0-15 years. The dependents of the entrepreneur's family are 3 people, salai fish trader and restaurant entrepreneur are an average of 5 people and consumers (households) are an average of 3 people. Usaha Patin Sejahtera was established in 2011. Business scale is a small business. The use of production facilities such as ponds namely tarpaulin ponds and earthen ponds as many as 4 ponds with a width of 4 x 3 m2 and a length of 4 x 6 m2. Raw material for Dumbo catfish is obtained from the Bangkinang and Rupat Islands. A workforce of 5 including entrepreneurs. Business capital used comes from own capital, 2) SAP internal factors state that businesses are in a strong position and external factors ETOP states that businesses are in an ideal business position and mature business, with the level of threat to mature businesses relatively low so the level is very distress tends to be small. 3) The results of the SWOT analysis of the Dumbo catfish business are located in quadrant I, namely the SO strategy (Strength and Opportunities), and the formulation of the strategy is in the investment position (I), that is, using the strengths they have to take advantage of business opportunities. Based on the analysis of SAP, ETOP and SWOT the Patin Sejahtera business obtained a business strategy that is one goal and is equally beneficial.

Keywords: Marketing Strategy, Dumbo Catfish Salve, SAP, ETOP, SWOT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dah hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo (Studi Kasus Pada Usaha Patin Sejahtera) di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau". Skripsi ini dibuat sebagai pedoman penelitian dan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain kepada Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, MSi. selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan bimbingan, motivasi, kritik dan saran yang membangun kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang baik, namun apabila terdapat kekurangan semua itu disebabkan oleh kemampuan yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran yang mendukung sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, November 2019

Penulis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI ii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

I. PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 8

1.3.1 Tujuan Penelitian 8

1.3.2 Manfaat Penelitian 9

1.4 Ruang Lingkup Penelitian 10

II. TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Ikan Lele Dumbo 11

2.1.1. Klasifikasi dan Morfologi Ikan Lele Dumbo 11

2.1.2 Pertumbuhan dan Siklus Hidup Ikan Lele Dumbo 13

2.1.3 Teknik Budidaya Ikan Lele Dumbo 15

2.1.4 Pemilihan Benih Ikan Lele Dumbo 16

2.1.4.1 Syarat Benih Unggul 16

2.1.4.2 Cara Menebar Benih 16

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.1.4.3 Menentukan Kapasitas Kolam 17

2.1.4.4 Pakan Untuk Pembesaran Ikan Lele 17

2.1.4.5 Perlakuan Air 17

2.1.4.6 Pengendalian Hama dan Penyakit 18

2.1.4.7 Panen Budidaya Ikan Lele 18

2.2 Salai Lele Dumbo 19

2.3 Pemasaran 20

2.4 Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* 22

2.5 Strategi pemasaran 23

2.6 Analisis SWOT *(Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threat)* 25

2.7 Analisis Internal 28

2.7.1 Kekuatan *(Strenght)* 28

2.7.2 Kelemahan *(Weaknesses)* 29

2.7.3 Analisis SAP *(Strategic Advantage Profile)* 30

2.8 Analisis Eksternal 33

2.8.1 Peluang *(Opportunities)* 34

2.8.2 Ancaman *(Threats)* 34

2.8.3 Analisis ETOP *(Environmental Threat and Opportunities Profile)* 35

2.9 Penelitian Terdahulu 38

2.10 Kerangka Berfikir Penelitian 45

III. METODE PENELITIAN 47

3.1 Metode, Tempat dan Waktu Penelitian 47

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.2 Teknik Penentuan Responden 47

3.3 Teknik Pengumpulan Data..... 48

3.4 Konsep Operasional 49

3.5 Analisis Data 52

3.5.1 Karakteristik Pelaku Usaha dan Profile Usaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera 52

3.5.2 Faktor Internal dan Eksternal Pemasaran Salai Lele Dumbo 53

3.5.3 Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo 53

3.5.3.1 Metode Analisis SAP *(Strategic Advantage Profile*) 53

3.5.3.2 Metode Analisis ETOP *(Environmental Threat and Opportunity Profile)* 55

3.5.3.3 Metode Strategi Penggabungan Analisis SWOT, SAP dan ETOP 56

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN..... 64

4.1 Gambaran Umum Usaha Patin Sejahtera 64

4.2 Keadaan Umum Penduduk……..... 65

4.2.1 Jumlah, Umur dan Jenis Kelamin Penduduk…… 65

4.2.2 Tingkat Pendidikan Penduduk ……. 66

4.2.3 Mata Pencarian Penduduk…… 67

4.3 Potensi Pengembangan Usaha Patin Sejahtera …….. 69

V. HASIL DAN PEMBAHASAN 71

5.1 Karakteristik dan Profil Usaha Ikan Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera……..... 71

5.1.1. Karakteristik Pelaku Usaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera. ……..……..... 71

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.1.1.1 Umur……. 71

5.1.1.2 Pendidikan……..... 74

5.1.1.3 Pengalaman Usaha……... 75

5.1.1.4.Jumlah Anggota Keluarga…...……. 76

5.1.2. Profil Usaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera…….. 77

5.1.2.1. Sejarah Usaha ……. 77

5.1.2.2. Skala Usaha…… 78

5.1.2.3. Izin Usaha……... 79

5.1.2.4. Penggunaan Faktor Produksi……... 79

5.2. Mengidentifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pemasaran Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera……... 83

5.2.1. Faktor Internal ……. 83

5.2.2. Faktor Eksternal……... 88

5.3. Merumuskan Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera ……..... 99

VI. KESIMPULAN DAN SARAN…… 106

6.1. Kesimpulan…… 106

6.2. Saran…….. 107

DAFTAR PUSTAKA 109

LAMPIRAN …… 113

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Jumlah Produksi Perikanan di Provinsi Riau Tahun 2014-2017….	1
2.	Kandungan Gizi Ikan Lele per 500 gram	13
3.	Klasifikasi SWOT ……..	26
4.	Matriks SWOT	27
5.	Teknik Penentuan Responden …….....	48
6.	Kriteria Matriks SAP……...	54
7.	Kriteria Variabel Penentuan SAP dan ETOP……..	60
8.	Strategi Penggabungan SAP dan ETOP …….	62
9.	Jumlah Penduduk Kelurahan Duri Timur Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis kelamin Pada Tahun 2018…….	66
10.	Jumlah Penduduk Desa Kelurahan Duri Timur Dirinci Menurut Tingkat Pendidikan Tahun2018……....	67
11.	Jumlah Penduduk Menurut Sektor Pekerjaan di Desa/Kelurahan Duri Timur Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau Tahun 2018 …….	72
12.	Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha dan Jumlah Anggota Keluarga Pengusaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera di Kelurahan Duri Timur, Tahun 2019…….....	72
13.	Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha dan Jumlah Anggota Keluarga Pedagang Ikan Salai, Pengusaha Rumah Makan dan Konsumen (Rumah Tangga) Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera di Kelurahan Duri Timur, Tahun 2019……..	72
14.	Matriks Faktor Strategi Internal SAP……..	94
15.	Hasil Analisis SAP……...……....	95
16.	Matriks Faktor Strategi Eksternal ETOP (EOE)……...……	96

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

17. Matriks Faktor Strategi Eksternal ETOP (ETE) ……..……...97

18. Strategi SAP dan ETOP Pemasaran Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera …….....…… 102

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Bibit Ikan Lele Dumbo 12
2. Posisi Perusahaan Pada Analisis ETOP 37
3. Kerangka Berfikir Penelitian 46
4. Kuadran SWOT 58
5. Hasil Analisis ETOP 98
6. Kuadran Hasil Analisis SWOT. 100

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1. Identitas Pengusaha Pedagang Ikan Salai, Pengusaha Rumah Makan Dan Konsumen (Rumah Tangga) Usaha Salai Lele Dumbo Usaha Patin Sejahtera, Tahun 2019..... 114
2. Jawaban Kuisoner Strategi Internal SAP 115
3. Jawaban Kuisoner Strategi Eksternal ETOP 117
4. Dokumentasi Usaha dan Pemasaran..... 119

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

I. PENDAHULUAN

Keberadaan sektor perikanan dalam sektor pertanian telah menunjang sektor pembangunan lainnya, seperti penyediaan sarana produksi dan pemasaran hasil perikanan. Hal ini secara langsung akan mempengaruhi perolehan dan pendapatan nelayan, pendapatan masyarakat maupun untuk meningkatkan pendapatan daerah serta meningkatkan pendapatan nasional. Kesejahteraaan nelayan meningkat dan menciptakan masyarakat yang makmur dan sejahtera.

Riau berpotensi untuk menjadi sentra industri perikanan nasional, dimana produksi sub sektor perikanan laut, perikanan umum, tambak, jaring apung, maupun kolam dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Jumlah Produksi Perikanan di Provinsi Riau Tahun 2014-2017

No	Sub Sektor Perikanan	Produksi (Ton)				Jumlah
		2014	2015	2016	2017	
1	Perikanan Laut	107.306,2	105.296,3	102.100,9	108.813,4	423.516,8
2	Perairan Umum	18.384,1	17.097,8	27.406,6	21.145,3	84.033,8
3	Tambak	311,2	134,98	758,16	536,4	1.740,74
4	Jaring Apung	25.151,70	23.315,06	23.915,53	14.720,69	87.102,98
5	Kolam	54.560,5	55.709,16	60.603,82	81.783,2	252.656,68

Sumber : BPS (Riau Dalam Angka, 2018)

Berdasarkan Tabel 1. Bahwa jumlah produksi perikanan menurut sub sektor perikanan kolam memperoleh peningkatan setiap tahunnya hal ini karena potensi perikanan kolam sangat luas sekaligus merupakan peluang yang sangat besar untuk membuka usaha budidaya perikanan kolam. Salah satu jenis produksi perikanan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kolam pada Tabel 1. adalah produksi ikan lele yang dibudidayakan oleh masyarakat periode tahun 2014-2017 mengalami peningkatan setiap tahunnya yang disebabkan tingginya tingkat konsumsi perikanan kolam di Provinsi Riau. Peningkatan potensi perikanan kolam sangat luas sekaligus merupakan peluang yang besar untuk membuka usaha budidaya kolam. Peningkatan potensi yang seimbang dengan pengembangan kualitas sumberdaya manusianya sebagai pelaku utama yang mengelola sumberdaya alam dan tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap produksi perikanan kolam.

Salah satu Kabupaten yang menjadi sentra industri perikanan yang terdapat di Provinsi Riau adalah Kabupaten Bengkalis yang terbagi menjadi 8 kecamatan diantaranya Kecamatan Mandau, Pinggir, Bukit Batu, Siak Kecil, Rupat, Rupat Utara, Bengkalis dan Bantan. Masing-masing kecamatan memiliki potensi dalam perkembangan perikanan seperti perikanan air laut dan perikanan air tawar. Potensi yang di kembangkan di Kabupaten Bengkalis melalui Dinas Kelautan dan Perikanan telah membagi dua zona pembangunan sektor yaitu untuk perikanan air tawar, fokus pengembangannya di Kecamatan Mandau, Pinggir, Bathin Solapan dan Talang Mandi. Jenis ikan yang sangat potensial untuk di kembangkan adalah ikan Lele, karena memiliki prospek pemasaran yang cukup menjanjikan. Sedangkan budidaya perikanan ikan air payau dan laut di arahkan ke Kecamatan Bantan, Bengkalis, Rupat dan Rupat utara.

Kecamatan Mandau salah satu kecamatan yang memiliki potensi perikanan air tawar yang di kembangkan dalam perikanan kolam sehingga menjadikan sebagai sentra produksi yang menjanjikan. Menurut Kepala Bidang Budidaya Perikanan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bengkalis tahun 2018 khusus untuk ikan lele permintaan pasar di Mandau mencapai 4 ton perhari, namun setengah dari permintaan pasar belum terpenuhi oleh pembudidaya ikan lele di Mandau. Semangat budidaya ikan lele di Mandau masih tinggi, dengan adanya kegiatan Gerpari (gerakan pakan mandiri) pembudidaya ikan lele lebih semangat untuk melakukan budidaya ikan lele karena adanya pakan, sarana dan prasarana mesin pengolahan pakan ikan dan menjadi sentra usaha perikanan skala kecil yaitu usaha perikanan ikan lele dumbo di kolam.

Usaha ikan Lele dalam kolam menjadi usaha pendukung untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat kecamatan Mandau. Namun usaha perikanan ini masih menjadi usaha sampingan di bandingkan usaha pertanian dan perkebunan, karena usaha budidaya ikan lele mengalami permasalahan seperti penanganan pasca panen ikan lele, pembudidaya ikan lele kalah bersaing dengan pemasok ikan lele dari luar daerah seperti daerah Kabupaten Kampar dan sekitarnya. Pada umumnya hasil perikanan tergolong bahan pangan yang cepat rusak yang juga dipengaruhi oleh musim yang berubah-ubah. Penerapan teknologi pengawetan dan pengolahan ikan dapat mengurangi kerusakan pada hasil perikanan, yaitu melalui teknik pengasapan.

Salah satu usaha pemanfaatan ikan lele menjadi ikan salai yaitu usaha yang ada di kelurahan Duri Timur Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis. Lokasi ini cukup strategis karena tidak jauh dari beberapa pasar tradisional dan swalayan sehingga memudahkan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Usaha yang berdiri pada tahun 2011 ini menjadi sumber alternatif bagi para konsumen yang ada di sekitarnya untuk memperoleh ikan salai dengan mudah dan cepat. Pengusaha

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

memasarkan produk olahan ikan salai ke pedagang pengumpul dan langsung menjual ke pasar lokal dan pasar-pasar luar Kecamatan seperti pasar Pinggir, Pulau Rupat dan sekitarnya sesuai kebutuhan dan permintaan konsumen.

Kegiatan pengembangan usaha pengolahan ikan lele kolam di Kelurahan Duri Timur terdapat pada usaha Patin Sejahtera. Proses produksi menggunakan teknologi modern seperti oven penyalaian sehingga usaha ini menjadi pekerjaan tetap dan utama bagi pelaku usahanya. Pemilik Usaha Patin Sejahtera membuat kolam sendiri sebagai tempat menebar ikan lele. Bibit lele diperoleh dan di datangkan langsung dari Bangkinang, Rumbai dan dari Kepulauan Riau dengan harga yang berbeda berdasarkan besar kecilnya bibit ikan. Bibit yang diperoleh dari Bangkinang dibeli dengan harga Rp.100,- /ekor.

Pada awalnya kolam untuk bibit ikan menggunakan kolam terpal, tetapi penggunaan biaya produksi terlalu besar sehingga pemilik usaha beralih ke kolam tanah untuk menghemat biaya. Ukuran kolam yang digunakan untuk perkembangan ikan lele yaitu dengan panjang 4 x 6 dan lebar 4 x 3 sebanyak 4 kolam. Pemilik usaha mengalami masalah dalam pembesaran ikan di kolam dimana produksi ikan lele siap panen selama 3 bulan dalam 1 kali panen /kolam menampung bibit ikan lele sebanyak 2000-3000 ekor, dengan tingkat kematian bibit menjelang siap panen 500-600 ekor/kolam, maka ikan lele yang bisa di panen selama 3 bulan sebanyak ± 2400 ekor/kolam hal ini tergantung dari kondisi iklim dan cuaca. Ph tanah dan kadar air yang rendah di daerah Kecamatan Mandau khususnya Duri Timur tidak sama dengan daerah pesisir yang cenderung mengalami pertumbuhan ikan lebih cepat serta dengan mencukupi pemberian pakan ikan, agar dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mempercepat pertumbuhan pada masa awal dan dapat mengurangi tingkat kematian bibit ikan.

Menyikapi permasalahan tersebut maka pemilik usaha ikan salai lele memilih alternatif lain agar usahanya tetap berjalan lancar, dengan cara membeli ikan yang sudah di panen setiap harinya yang di datangkan langsung dari sumber pembelian bibit ikan yaitu Bangkinang dan Rumbai. Pengusaha memproduksi ikan salai lele dengan menggunakan 100 kg/hari ikan lele segar diolah menjadi ikan salai sebanyak 29 kg/hari menggunakan oven pengasapan dengan panas yang tinggi. Bahan bakar yang digunakan tergolong tradisional yaitu kayu bakar, dengan tenaga kerja berjumlah 4 orang dimana masing-masing berperan untuk membersihkan, mencuci dan steril ikan, memotong dan memilah ikan, serta bagian pengasapan ikan. Pengusaha melakukan penyalaian ikan salai 3 kali dalam seminggu dengan waktu hari orang kerja selama 4 hari dalam 1 minggu. Kapasitas produksi rata-rata dalam waktu 1 bulan pengusaha mampu memproduksi 3 ton bahan baku ikan lele dumbo segar menjadi 1 ton ikan salai lele dumbo. Harga ikan salai lele dumbo yaitu Rp.80.000,00/Kg apabila dibeli langsung di tempat produksi. Umumnya pembelian langsung dilakukan oleh pedagang tengkulak/pengecer, sedangkan untuk konsumen dan masyarakat membeli dengan harga Rp.100.000,00/Kg melalui pasar-pasar tradisional atau ke pedagang yang membeli langsung ke tempat produksi.

Pemilik usaha Patin Sejahtera memilih untuk mengolah ikan lele dumbo menjadi ikan salai karena memiliki kelebihan diantaranya adalah pengolahan ikan lele dari bahan segar menjadi ikan salai tidak sulit dan relatif cepat. Selain itu olahan ikan salai lele memiliki rasa yang enak, tulang lunak serta kandungan gizi yang tinggi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dan tahan lama sehingga sangat banyak diminati di kalangan masyarakat, konsumen dan harga yang terjangkau mulai dari kalangan bawah, menengah hingga kalangan atas. Seiring berjalannya waktu permintaan akan persedian olahan ikan salai lele ini selalu mengalami peningkatan. Tingginya minat masyarakat terhadap olahan ikan salai lele dumbo ini telah memberikan kesempatan usaha yang sangat baik.

Terdapat peluang yang dimiliki pengusaha Patin Sejahtera dalam memasarkan salai lele dumbo yaitu permintaan pasar yang banyak dari produk ikan salai lele merupakan hal yang sangat penting karena pengusaha ikan salai lele memproduksi salai lele berdasarkan permintaan konsumen dan pedagang pasar yang semakin hari semakin meningkat, mengembangkan inovasi produk berbagai jenis olahan, kemudahan untuk menambah modal, peluang untuk meraih segmen pasar, hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku sehingga menjadikan kerja sama untuk prospek jangka panjang, sedikitnya pesaing yang memproduksi produk yang serupa menjadikan usaha salai lele sebagai peluang yang besar dan kondisi perekonomian yang membaik.

Usaha Patin Sejahtera ini merupakan usaha ikan salai lele dumbo satu-satunya di Kecamatan Mandau yang menggunakan teknologi modern. Teknologi modern yang digunakan adalah pemahaman tentang keterampilan dalam menciptakan alat, dan metode pengolahan menggunakan alat canggih dengan paduan komponen terkini disegala bidang untuk membantu menyelesaikan berbagai permasalahan dan pekerjaan manusia sehari-hari seperti membantu proses penyalaian sehingga usaha ini memiliki potensi untuk di kembangkan seperti peningkatan jumlah produksi salai lele per/hari mencapai lebih dari yang di targetkan, jumlah pedagang di pasar yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

semakin banyak, dan prospek jangka panjang pengusaha dapat melakukan pemasaran salai lele dumbo melalui swalayan dan minimarket.

Pengusaha ikan salai lele menghadapi kendala dalam pemasaran ikan salai lele seperti produk ikan salai, bahan baku, pengolahan dan pemasaran ikan salai. Sementara permasalahan yang di hadapi pengusaha terhadap produk yaitu standar gizi dalam ikan salai lele dumbo belum tersedia dan kemasan *(packaging)* pengiriman produk belum standar, tidak terjamin keamanan produk sehingga mudah rusak, kualitas produk yang belum terjamin tahan lama sehingga produk mudah rusak, hanya menyediakan satu jenis variasi produk salai lele dumbo, terbatasnya tenaga kerja untuk proses distribusi pemasaran, proses pengolahan seperti terbatasnya lahan untuk melakukan pengolahan ikan salai lele dumbo, tempat produksi ikan salai lele belum sesuai dengan keinginan pelanggan, dan kurangnya promosi produk yang dilakukan oleh pengusaha.

Strategi pemasaran perlu dirumuskan untuk mendukung perencanaan pemasaran yang tepat dalam meningkatkan produksi pengolahan ikan, banyaknya jumlah pedagang di pasar dan diketahui distribusi pemasaran hanya ke pasar tradisional dan pengusaha rumah makan maka usaha Patin Sejahtera berpeluang mengembangkan distribusi pemasaran ke swalayan/minimarket di daerah hingga luar daerah. Perencanaan strategi pemasaran yang strategis diperlukan untuk mengikuti perkembangan dan menghadapi persaingan di masa yang akan datang. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti strategi pemasaran ikan salai yang dilakukan pengusaha ikan salai lele dumbo.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dengan demikian perlu dilakukan penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo (Studi Kasus Pada Usaha Patin Sejahtera) di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Bagaimana karakteristik pelaku usaha dan profil usaha salai lele dumbo di Kecamatan Mandau?
2) Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran salai lele dumbo di Kecamatan Mandau?
3) Bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk pemasaran salai lele dumbo di Kecamatan Mandau?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1) Karakteristik pelaku usaha dan profil usaha salai lele dumbo di Kecamatan Mandau.
2) Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran salai lele dumbo di Kecamatan Mandau.
3) Strategi pemasaran salai lele dumbo di Kecamatan Mandau.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1) Bagi Penulis

Menambah pengetahuan wawasan dalam penerapan konsep-konsep keilmuan di bidang pemasaran dan merumuskan strategi pemasaran.

2) Bagi Pembaca

Informasi bagi masyarakat tentang pemasaran ikan salai dan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya atau kegiatan lain yang yang berkaitan dengan strategi pemasaran ikan salai.

3) Bagi Pengusaha dan Pedagang

Sebagai bahan evaluasi mengenai permasalahan dan hambatan pada pemasaran ikan salai lele yang dijalankan oleh pengusaha. Memberikan pemikiran berupa ide atau saran sebagai acuan untuk memperbaiki dan meningkatkan strategi pemasaran yang terkait dalam usahanya.

4) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan dalam strategi pemasaran ikan salai, serta sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan yang berkaitan dengan pemasaran ikan salai di Kecamatan Mandau.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini memfokuskan pada sistem pemasaran salai lele dumbo dari pengusaha ke pedagang langsung seperti pedagang ikan salai, pengusaha rumah makan dan konsumen (rumah tangga) di Kecamatan Mandau. Menganalisis karakteristik pelaku usaha dan profil usaha ikan salai lele du mbo, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dengan metode analisis SAP *(Strategy Advantage Profile)*, analisis ETOP *(Environmental Threat and Opportunity Profile)*, dan analisis SWOT *(Strenght, Weaknesseses, Opportunity dan Threat)*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui analisis lingkungan internal dan eksternal usaha serta sistem pemasaran, guna merumuskan strategi pemasaran yang tepat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ikan Lele Dumbo

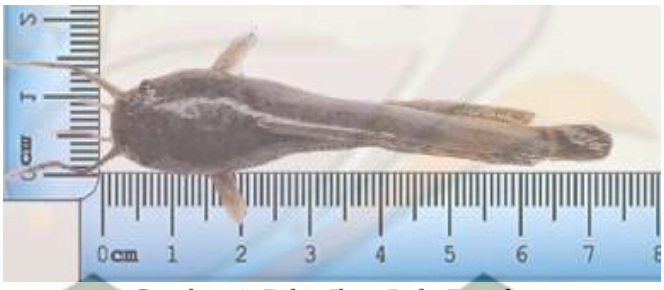
Ikan lele dumbo *(Clarias gariepinus)* merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang sangat populer di kalangan masyarakat. Kandungan gizinya yang tinggi terutama protein, dagingnya halus, durinya teratur, dapat disajikan dalam berbagai olahan, rendah kolesterol dan harganya yang murah sehingga menjadikan ikan lele menjadi favorit di kalangan masyarakat dari kelas bawah menengah dan atas (Hendriana, 2010).

Menurut Budianto (2012) Ikan lele merupakan salah satu jenis ikan yang sanggup hidup dalam kepadatan tinggi. Ikan ini memiliki tingkat konversi pakan menjadi bobot tubuh yang baik dengan sifat seperti ini, budidaya ikan lele akan sangat menguntungkan bila dilakukan secara intensif. Ikan lele dumbo memiliki kemampuan hidup dan berkembang dengan baik meskipun dipelihara dengan kepadatan tinggi sehingga mudah di budidayakan dan mampu bertahan hidup pada seluruh kondisi kualitas air.

2.1.1 Klasifikasi dan Morfologi Ikan Lele Dumbo

Ikan lele dumbo *(Clarias gariepinus)* memiliki kulit yang licin, berlendir, dan tidak memiliki sisik sama sekali Mulut ikan lele dumbo relative besar, yaitu sekitar ¼ dari panjang total tubuhnya. Tanda spesifik lainnya dari ikan lele dumbo adalah adanya kumis di sekitar mulut sebanyak 8 buah yang berfungsi sebagai alat peraba. (Ratnasari, 2011) ciri-ciri tersebut dapat dilihat seperti Gambar. 1 berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :



Gambar 1. Bibit Ikan Lele Dumbo
Sumber : Ratnasari,2011

Menurut Ratnasari (2011) Klasifikasi ikan lele dumbo adalah sebagai berikut :

Kingdom *: Animalia*

Phylum *: Vertebrata*

Class *: Pisces*

Sub Class *: Teleostei*

Ordo *: Ostariophysoidei*

Sub Ordo *: Siluroidea*

Family *: Claridae*

Genus *: Clarias*

Spesies *: Clarias Gariepinus*

Alat peraba *(barbels)* berguna untuk bergerak di air sapitang yang gelap. Lele dumbo juga memiliki alat pernapasan tambahan berupa modifikasi dari busur insangnya, Alat pernapasan ini berwarna kemerahan dan berbentuk seperti tajuk pohon rimbun yang penuh kapiler-kapiler darah. Mulutnya terdapat di bagian ujung moncong dan dihiasi oleh empat pasang sungut, yaitu 1 pasang hidung, 1 pasang maksila (berfungsi sebagai tentakel), dan dua pasang sungut mandibula. Insangnya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

berukuran kecil dan terletak pada kepala bagian belakang. Serta terdapat patil yakni dari tulang yang tajam pada sirip-sirip dadanya. (Budianto,2012)

Disamping itu ikan lele dumbo memiliki cita rasa yang enak dan gurih, serta memiliki tekstur daging yang lembut dan empuk. Hal ini membuat ikan lele banyak digemari oleh masyarakat. Selain cita rasa yang enak dan gurih, ikan lele ternyata mempunyai kandungan gizi yang tinggi. Jumlah kandungan gizi lele dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kandungan Gizi Ikan Lele per 500 gram

No	Zat Gizi	Kandungan Gizi
1	Protein	12 Gram
2	Energi	149 Kalori
3	Lemak	8,4 Gram
4	Karbohidrat	6,4 Gram

Sumber : Mahyuddin (2008)

Tabel 2 kandungan gizi pada ikan lele memiliki komposisi gizi yang besar, kandungan gizi pada ikan lele yang terbesar adalah pada sumber protein dan energinya. Oleh sebab itu ikan lele merupakan jenis ikan yang sangat di rekomendasikan untuk dikonsumsi manusia, apalagi harga ikan ini tergolong murah dan mudah diperoleh.

2.1.2 Pertumbuhan dan Siklus Hidup Ikan Lele Dumbo

Menurut Mudjiman (2011) pertumbuhan ikan didefinisikan sebagai perubahan ikan dalam berat, ukuran, maupun volume seiring dengan berubahnya waktu. Ikan lele dumbo biasanya memiliki kecepatan tumbuh yang lebih besar dibandingkan ikan lele lokal. Ikan lele dumbo mencapai kedewasaan setelah ukuran 100 gram atau lebih.

Pertumbuhan dari fase awal hidup ikan mula-mula berjalan dengan lambat untuk sementara tetapi kemudian pertumbuhan berjalan dengan cepat dan diikuti

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dengan pertumbuhan yang lambat lagi pada umur tua. Pada ikan tua, pertumbuhan berjalan lambat karena sebagian besar makanannya digunakan pemeliharaan tubuh dan pergerakan. Ikan lele dumbo pada umur 26 hari memiliki panjang standar rata-rata 2-3 cm dengan bobot 0,004 gram dan umur 40 hari memiliki panjang standar rata-rata 3-5 cm dengan bobot 0,68 gram. Kelangsungan hidup adalah peluang hidup suatu individu dalam waktu tertentu, sedangkan mortalitas adalah kematian yang terjadi pada suatu populasi organisme yang menyebabkan berkurangnya jumlah individu di populasi tersebut. Tingkat kelangsungan hidup akan menentukan produksi yang diperoleh dan erat kaitannya dengan ukuran ikan yang dipelihara. (Ratnasari,2011)

Faktor yang mempengaruhi kelangsungan hidup ikan lele dumbo yang perlu diperhatikan adalah padat tebar, pemberian pakan, penyakit, dan kualitas air. Meskipun ikan lele dumbo bisa bertahan pada kolam yang sempit dengan padat tebar yang tinggi tapi dengan batas tertentu. Begitu juga pakan yang diberikan kualitasnya harus memenuhi kebutuhan nutrisi ikan dan kuantitasnya disesuaikan dengan jumlah ikan yang ditebar. Penyakit yang menyerang biasanya berkaitan dengan kualitas air, sehingga kualitas air yang baik akan mengurangi resiko ikan terserang penyakit dan ikan dapat bertahan hidup. (Ratnasari,2011)

Menurut Puspowardoyo dan Djarijah (2006) di peraian alam, lele dumbo biasa biasa berpijah selama musim hujan, tetapi dalam kolam budidaya dapat dipijahkan sepanjang tahun. Dalam kondisi normal, lele dumbo dapat tumbuh mencapai 250 g/ekor dan panjang 25 cm selama 100 hari. Ikan lele mencapai kedewasaannya setelah mencapai ukuran 100 g atau lebih. Jika sudah masanya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

berkembang biak, ikan jantan dan betina berpasangan. Pasangan itu lalu mencari tempat, yakni tempat yang teduh dan aman untuk bersarang. Lubang sarang ikan lele terdapat kira-kira 20-30 cm di bawah permukaan air. Ikan lele tidak membuat sarang dari suatu bahan (jerami atau rumput-rumputan) seperti ikan gurame, melainkan hanya meletakkan telurnya di atas dasar lubang sarangnya itu.

Pada perkawinannya, induk betina melepaskan telur bersamaan waktunya dengan jantan melepaskan mani (sperma) di dalam air. Terjadi pembuahan di dalam air.Telur yang dibuahi dijaga oleh induk betina sampai telur menetas dan kuat berenang. Lama penjagaan ini seminggu sampai sepuluh hari. Setelah perkawinan, induk jantan meninggalkan sarang dan tidak menghiraukan anak-anaknya Seekor induk betina dapat menghasilkan 1.000 sampai 4.000 butir telur sekali memijah. Dalam tempo 24 jam setelah perkawinan, telur akan menetas (Ratnasari,2011).

2.1.3 Teknik Budidaya Ikan Lele Dumbo

Teknik budidaya ikan terbagi menjadi 3 yaitu : tradisional/ekstensif, kolam yang digunakan adalah kolam tanah yaitu kolam yang keseluruhan bagian kolamnya terbuat dari tanah. Semi intensif, kolam yang digunakan adalah kolam yang bagian kolamnya (dinding pematang) terbuat dari tembok sedangkan dasar kolamnya terbuat dari tanah. Intensif, kolam yang digunakan adalah kolam yang keseluruhan bagian kolam terdiri dari tembok atau kolam yang berbahan terpal. (Putra,2018)

Menurut Rahayu (2014), seiring berkembangnya kebutuhan industry budidaya ikan atau udang yang di tuntut ramah lingkungan, beragam teknologi yang dapat digunakan untuk meminimalisir limbah budidaya mulai bermunculan. Banyak upaya yang dapat dilakukan oleh pembudidaya ikan atau udang untuk meminimalisir limbah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sisa pakan atau mengolahnya. Macam-macam teknologi budidaya ikan diantaranya teknologi system resirkulasi, teknologi busmetik atau budidaya udang skala mini empang plastik, teknologi probiotik, teknologi bioflok, teknologi akuaponik, teknologi yumina (sayur dan ikan), teknologi 90% *satiation feeding*, teknologi pakan terapung, teknologi protein sparring, dan teknologi bioremediasi.

2.1.4 Pemilihan Benih Ikan Lele Dumbo

Tingkat kesuksesan budidaya ikan lele sangat ditentukan oleh kualitas benih yang ditebar. Menurut Putra (2018) memperoleh pemilihan benih ikan lele dumbo harus di dasari dengan beberapa tahap yaitu :

2.1.4.1 Syarat Benih Unggul

Benih yang ditebar harus benih yang benar-benar sehat. Ciri-ciri benih yang sehat gerakannya lincah, tidak terdapat cacat atau luka dipermukaan tubuhnya, bebas dari bibit penyakit dan gerakan renangnya normal. Untuk menguji gerakannya, tempatkan Ikan pada arus air, jika Ikan tersebut melawan arah arus air dan bisa bertahan berarti gerakan renangnya baik. Ukuran benih untuk pembesaran Ikan Lele biasanya memiliki panjang sekitar 5-7 cm. Usahakan ukuran rata agar Ikan dapat menghasilkan panen dengan ukuran seragam.

2.1.4.2 Cara Menebar Benih

Sebelum benih ditebar, lakukan penyesuaian iklim terlebih dahulu. Caranya, masukan benih beserta wadahnya ke dalam kolam. Biarkan selama 15 menit agar terjadi penyesuaian suhu tempat benih dengan suhu kolam sebagai lingkungan barunya. Miringkan wadah dan biarkan benih keluar dengan sendirinya. Metode ini bermanfaat mencegah stres pada benih.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tebarkan benih Ikan Lele ke dalam kolam dengan kepadatan 200-400 ekor per m^2. Semakin baik kualitas air kolam, semakin tinggi jumlah benih yang bisa ditampung. Usahakan tinggi air tidak lebih dari 40 cm saat benih ditebar. Hal ini menjaga agar benih Ikan bisa menjangkau permukaan air untuk mengambil pakan atau bernapas. Pengisian air kolam berikutnya disesuaIkan dengan ukuran tubuh Ikan sampai mencapai ketinggian air 100 m.

2.1.4.3 Menentukan Kapasitas Kolam

Cara menghitung padat tebar Ikan pada kolam, untuk budidaya Ikan Lele secara intensif. Asumsi kedalaman kolam 1-1,5 meter (kedalaman yang dianjurkan). Maka kepadatan tebar bibit Lele yang dianjurkan adalah 200-400 ekor per meter persegi. Contoh, untuk kolam berukuran 3x4 meter maka jumlah benih Ikan minimal (3×4) x 200 = 2400 ekor, maksimal (3×4) x 400 = 4800 ekor. Untuk kolam tanah kapaistasnya lebih sedikit dari kolam tembok.

2.1.4.4 Pakan Untuk Pembesaran Ikan Lele

Pakan merupakan komponen biaya terbesar dalam pembesaran Ikan Lele. Ada banyak sekali merek dan ragam pakan di pasaran. Pakan Ikan Lele yang baik adalah pakan yang menawarkan *Food Convertion Ratio* (FCR) lebih kecil dari satu. FCR adalah rasio jumlah pakan berbanding pertumbuhan daging. Semakin kecil nilai FCR, semakin baik kualitas pakan.

2.1.4.5 Perlakuan Air

Hal penting lain dalam pembesaran Ikan Lele adalah perlakuan air kolam. Untuk mendapatkan hasil maksimal kualitas dan kuantitas air harus tetap terjaga. Kontrol bagian dasar kolam, timbunan tersebut akan menimbulkan gas ammonia atau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

hidrogen sulfida yang dicirikan dengan adanya bau busuk. Apabila sudah muncul bau busuk, buang sepertiga air bagian bawah. Kemudian isi lagi dengan air baru. Frekuensi pembuangan air sangat tergantung pada kebiasaan pemberian pakan. Apabila dalam pemberian pakan banyak menimbulkan sisa, pergantian air akan lebih sering dilakukan.

2.1.4.6 Pengendalian Hama dan Penyakit

Hama yang paling umum dalam budidaya Ikan Lele antara lain hama seperti linsang, ular, musang air dan burung. Untuk memperkecil akibat yang ditimbulkan dengan memasang pagar di sekeliling kolam. Sedangkan penyakit pada budidaya Ikan Lele bisa berasal dari protozoa, bakteri dan virus. Ketiga mikroorganisme ini menyebabkan berbagai penyakit yang mematikan. Beberapa diantaranya adalah bintik putih, kembung perut dan luka di kepala dan ekor.

2.1.4.7 Panen Budidaya Ikan Lele

Ikan Lele bisa dipanen setelah mencapai ukuran 9-12 ekor per kg, dengan usia pembesaran 2,5-3,5 bulan dari benih berukuran 5-7 cm. Berbeda dengan konsumsi domestik, Ikan Lele untuk tujuan ekspor biasanya mencapai ukuran 500 gram per ekor. Satu hari (24 jam) sebelum panen, sebaiknya Ikan Lele tidak diberi pakan agar tidak buang kotoran saat diangkut. Pada saat Ikan Lele dipanen lakukan sortasi untuk misahkan Lele berdasarkan ukurannya. Pemisahan ukuran berdampak pada harga. Ikan Lele yang sudah disortasi berdasarkan ukuran akan meningkatkan pendapatan bagi Pembudidaya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.2 Salai Lele Dumbo

Salai lele dumbo merupakan produk olahan ikan yang sering dijumpai di banyak tempat. Pengasapan merupakan metode pengawetan alami yang banyak dilakukan untuk menghambat pertumbuhan mikroorganisme penyebab kerusakan pangan seperti ikan karena dapat menurunkan aktivitas air pada bahan. Asap yang dihasilkan pada proses pembakaran umumnya berasal dari tempurung kelapa dan jenis kayu keras (kayu turi dan pelawan). Pengasapan akan memberikan cita rasa, tekstur, warna yang disukai pada produk yang dihasilkan. Asap mengandung zat-zat kimia seperti formaldehid, fenol dan cresol yang tertumpuk pada permukaan ikan yang diasap dan memiliki sifat antimikroba yang dapat menghambat atau membunuh bakteri pada ikan. Secara spesifik pada permukaan ikan terdapat *Pseudomonas sp, Sarcina sp, Serratia sp, Achromabacter sp, Flavobacterium sp, Micrococcus sp, Vibrio sp dan Bacillus sp. Pada isi perut ikan jenis bakteri seperti Acitnetobacter sp, Aeromonas sp, Alcaligenes sp, Enterobacter sp, Xanthomonas sp, Vibrio sp, dan E. coli.* Sedangkan pada insang ditemukan jenis bakteri *Corynebacterium sp dan Bacillus sp.* Bakteri ini akan terus berkembang bahkan lebih banyak setelah ikan mati (Suryaningrum, 2008)

Ikan salai merupakan salah satu produk olahan yang digemari konsumen baik di Indonesia maupun di mancanegara karena rasanya yang khas dan aroma spesifik yang sedap. Proses pengasapan ikan di Indonesia pada mulanya masih dilakukan secara tradisional menggunakan peralatan yang sederhana serta kurang memperhatikan aspek sanitasi dan higienitas sehingga dapat memberikan dampak bagi kesehatan dan lingkungan. Kelemahan yang ditimbulkan oleh pengasapan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tradisional antara lain kenampakan kurang menarik (hangus sebagian), kontrol suhu sulit dilakukan dan mencemari udara (Swastawati, 2011).

2.3 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan perusahaan tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran. Sesuai dengan perkembangan ekonomi, maka kegiatan pemasaran pada suatu perusahaan terus mengalami perubahan. Perubahan tersebut juga memperluas pengertian pemasaran.

Beberapa pengertian pemasaran:

1) Menurut Rangkuti (2005)

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh beberapa faktor tersebut masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditi.

2) Menurut Kotler dan Keller (2009)

mengatakan pemasaran merupakan fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3) Menurut Kotler dan Armstrong (2010)

Pemasaran secara sederhana adalah yang mengatur relasi menguntungkan dengan konsumen. Tujuan dari pemasaran adalah menciptakan nilai untuk konsumen dan untuk menangkap nilai dari konsumen atau mendapat timbal balik dari konsumen.

4) *The American Marketing Association (AMA),* 2012. Yang Dikutip Oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane.

Pemasaran merupakan organisasional dan penciptaan 1 set proses-proses, komunikasi dan mengirimkan nilai pada konsumen-konsumen, dan untuk mengatur relasi pada konsumen yang bertujuan untuk keuntungan pihak-pihak yang bersangkutan.

Tidak hanya organisasi profit yang memerlukan pemasaran tetapi organisasi non-profit juga memerlukan pemasaran guna meningkatkan pemasukan dan upaya yang akan dicapai. Terdapat 2 pengertian pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2010) dari sudut pandang sosial dan manajer pemasaran :

1) Sudut pandang sosial

Pemasaran adalah proses untuk bersosialisasi yang dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, permintaan, dan kebebasan dalam menukar nilai produk dan jasa dengan yang lain.

2) Sudut pandang manajer pemasaran

Seni untuk menjual produk dimana pemasaran mengetahui dan mengerti konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan yang diciptakan tepat untuk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

konsumen dan terjual dengan sendirinya. Dan seiring perkembangan waktu maka konsep pemasaran juga mengalami perubahan.

Angipora (2002) mengatakan keberhasilan pemerintah dalam memutuskan dan menetapkan kebijakan pemasaran yang akan dilaksanakan di dalam mencapai tujuan yang di inginkan sangat tergantung dari kemampuan untuk mendapatkan data dan informasi pemasaran yang lengkap dari berbagai sumber sebagai masukan bagi manajer dalam pengambilan keputusan.

2.4 Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)*

Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2004) bauran pemasaran *(marketing mix)* adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut "4P", yaitu:

1. Produk *(Product)*

Produk adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa. (Kotler dan Amstrong ,2012)

2. Harga *(Price)*

Menurut Lasana (2008) harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

barang harus di hubungkan dengan bermacam-macam barang dan/atau pelayanan yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

3. Tempat *(Place)*

Tempat adalah aktivitas organisasi agar produk mudah di dapatkan konsumen sasarannya, sehingga unsur ini mencakup keputusan-keputusan mengenai proses perjalanan produk dari tangan organisasi sampai kepada konsumen. Masalah-masalah utama menyangkut penetapan tempat penyimpanan yang memuaskan, system distribusi, dan system pengiriman dan penyebarluasan. Hal ini dirancang demi kesenangan dan keuntungan konsumen, akan tetapi tetap di jaga agar masih dalam batas-batas yang dapat dipertanggung jawabkan (Kotler, 2001)

4. Promosi *(Promotion)*

Menurut Tjiptono (2007) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarka informasi, mempengaruhi/membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produkyang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

2.5 Strategi Pemasaran

Semua organisasi membutuhkan pemasaran untuk mencapai tujuan dan objektifnya, jadi perusahaan memerlukan strategi yang berbeda-beda dalam jangka panjang yang digunakan sebagai pedoman masing-masing tingkat perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2010), strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran pemasarannya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Strategi Pemasaran didasarkan pada analisis manajer perusahaan akan lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal. Terdapat 3 elemen pokok menurut Tjiptono (2006) dalam strategi pemasaran :

1) Konsumen

Pemasaran berawal dari kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berakhir dengan kepuasan loyalitas pelanggan. Pemasar wajib memahami siapa saja pelanggannya, preferensi, karakteristik, kebutuhan, dan keinginan, gaya hidup, serta faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pola konsumsi mereka.

2) Pesaing

Memenuhi kepuasan konsumen belumlah cukup. Apabila ada pesaing yang sanggup memuaskan pelanggan dengan lebih baik, maka pelanggan akan beralih kepesaing. Oleh sebab itu, setiap organisasi harus memperhatikan faktor persaingan pula. Faktor tersebut meliputi siapa saja pesaing perusahaan, strategi, kelemahan, kompetensi diri, serta relasi mereka.

3) Perusahaan

Tujuan perusahaan dicapai melalui upaya memuaskan pelanggan. Caranya tidak semata-mata dengan menekankan pada aspek transaksi, namun justru lebih fokus pada aspek relasi. Untuk itu dibutuhkan strategi, kinerja, kompetensi diri, sumberdaya (manusia, alam, finansial, teknologi, intelektual, informasi, dan waktu).

Variabel yang mempengaruhi perusahaan dalam lingkungan internal adalah kekuatan dan kelemahan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.6 Analisis SWOT *(Strength, Weaknesseses, Opportunity, and Threat)*

Menurut Kotler (2002) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor yang disusun secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat menganalisis kekuatan *(Strenght)* dan peluang *(opportunity)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesseses*) dan ancaman (*Threat*).

Menurut Rangkuti (2005), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumusakan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(Strengths)* dan peluang *(Opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelememahan *(Weaknesseses)* dan ancaman *(Threats)*. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis *(strategic planner)* harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.

Dafid (2001) berpendapat bahwa langkah ringkas untuk mengidentifikasi faktor internal dengan menggunakan matrik IFAS *(Internal Strategic Faktor Analysis Summary)* yang meringkas dan mengevaluasi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan di bidang fungsional. Matriks EFAS *(Eksternal Strategic Faktor Analysis Summary)* digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu perusahaan, yang termasuk kedalam faktor eksternal adalah peluang dan ancaman dari suatu perusahaan

Tabel 3. Klasifikasi SWOT

Internal faktor Analysis Summary	*External Faktor Analysis Summary*
Strength (Kekuatan)	*1. Opportunity* (Peluang)
Weaknesses (kelemahan)	*2. Threat* (ancaman)

Sumber : Rangkuti,2006

Analisis SWOT berpedoman pada dua konsep dasar bahwa dalam perusahaan terdapat dua titik pandang yang harus selalu di perhatikan oleh pihak manajemen, yaitu bidang-bidang yang dasarnya berada pada kendali manjemen yang harus selalu disiasati, serta bidang bidang yang berada diluar jangkauan manajemen, akan tetapi memiliki dampak terhadap kinerja manajemen. Salah satu cara untuk menggambarkan analisis SWOT secara lebih detail adalah dengan menggunakan diagram ETOP *(Environmental Threat Opportunity*) dan SAP *(strategic Advantage Profile).*

Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam melakukan suatu kegiatan dengan mengacu pada kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh suatu badan usaha. Analisis SWOT menggolongkan faktor-faktor lingkungan internal suatu usaha sebagai kekuatan-kekuatan *(strenghtness)* dan kelemahan-kelemahan *(weaknesses)* dan lingkungan eksternal sebagai peluang-peluang *(opportunities)* dan ancaman *(threats)*, skala pengukuran menggunakan *rating scale* yaitu data mentah yang di dapat berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Dalam model rating scale

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

responden tidak akan menjawab dari data kualitatif yang sudah tersedia tersebut,tetapi menjawab salah satu dari jawaban kuantitatif yang sudah tersedia tersebut, tetapi menjawab salah satu dari jawaban kuantitatif yang telah disediakan. (Siagian,2011)

Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Matriks SWOT.

Faktor Internal / Faktor Eksternal	***Strengths (s)***	***Weaknesses (W)***
	Daftar Kekuatan Internal	Daftar Kelemahan Internal
Opportunities(O)	**Strategi S-O**	**Strategi W-O**
Daftar Peluang Eksternal	Menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang	Mengambil keuntungan dari peluang dengan mengatasi kelemahan.
Threats(T)	**Strategi S-T**	**Strategi W-T**
Daftar Ancaman Eksternal	Menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman	Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman.

Sumber :Rangkuti,2004

Dalam menganalisis identitas peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki dapat dibuat kemungkinan strategi berdasarkan pertimbangan kombinasi empat faktor diatas sebagai berikut :

1. Strategi SO adalah strategi yang dibuat berdasarkan pemanfaatan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Strategi ST adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh usaha dengan cara menghindari ancaman.
3. Strategi WO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.
4. Strategi WT adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan yang ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.7 Analisis Internal

Anlisis internal mengidentifikasi faktor kekuatan *(Strengths)* dan faktor kelemahan *(weaknesses)*. Kekuatan adalah situasi atau kondisi yang merupakan keuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau usaha yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau di masa yang akan datang. Sedangkan kelemahan merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan atau usaha yang bisa memberikan pengaruh negative pada saat ini atau di masa yang akan datang. Faktor kekuatan dan kelemahan tersebut di analisis mengunakan analisis SAP *(Strategic Advantage Profile).*

2.7.1 Kekuatan *(strength)*

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki suatu perusahaan adalah suatu kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pilihan keunggulan komparatif oleh suatu unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan, dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pesaing memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan yang akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Contoh bidang-bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan pada sumber keuangan, citra

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

positif, keunggulan kedudukan di pasar,hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk, kepercayaan pada berbagai pihak yang berkepentingan (Siagian,2000)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keungulan-keungulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar (Rangkuti,2005)

2.7.2 Kelemahan *(Weaknesseses)*

Kelemahan suatu bisnis adalah keterbatasan atau kekurangan kemampuan tersebut biasa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna, dan tingkat perolehan keuntungan kurang memadai (Siagian,2000)

Suwarsono (2002) menyatakan bahwa disebut kelemahan jika perusahaan tidak mampu mengerjakan sesuatu yang ternyata dapat dikerjakan dengan baik dan atau lebih murah oleh pesaingnya. Paling tidak variabel tersebut di evaluasi sebagai penyebab pokok penurunan kinerja.

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas , sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pemasaran dan cita merek dapat merupakan sumber kelemahan (Pearce dan Robinson,1997).

2.7.3 Analisis SAP *(Strategic Advantage Profile)*

Analisis ini dilihat dari sudut pandang kompetensi dengan segala faktor-faktor internal yang dimilikinya. Faktor ini dibandingkan dengan lingkungan industri dimana ia berada dan atas dasar itu diterjemahkan pada manajemen perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2010) kekuatan perusahaan menunjukkan kemungkinan adanya beberapa strategi tertentu yang akan berhasil sedangkan kelemahan menunjukkan bahwa terdapat hal-hal yang harus diperbaiki.

Kekuatan dan kelemahan adalah faktor-faktor atau elemen-eleman manajemen yang sepenuhnya ada dalam kendali manajemen dimana yang pertama adalah faktor-faktor yang selama ini berhasil dikendalikan sehingga memberi dampak positif bagi organisasi sedangkan yang kedua adalah faktor-faktor yang sepenuhnya ada dalam kendali organisasi tetapi tidak berhasil dikendalikan atau dikelola sehingga memberi dampak negatif bagi organisasi.

Penentuan analisis SAP *(Strategic Advantage Profile)* oleh Ferdinand (1995), perusahaan dapat menempati salah satu posisi persaingan strategi dalam bisnis mereka, yaitu :

1) Persaingan Unggul *(Dominant)*

   Posisi perusahaan ditandai oleh :

   a. kemampuan perusahaan dalam mengendalikan kegiatan pesaing yang kuat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b. kemampuan perusahaan menguasai pilihan alternatif strategik yang cukup luas.

2) Kuat *(Strong)*

Perusahaan ini mampu bertindak bebas tanpa membahayakan posisi jangka panjang pasar walaupun pesaing berbuat apa saja yang mereka kehendaki atau bertindak aktif.

3) Aman *(Favourable)*

Pada posisi ini perusahaan memiliki kekuatan tertentu, yang dapat dipakai pada stretegi tertentu dan dapat memperbaiki kondisi diatas rata-rata.

4) Bertahan *(Tenable)*

Perusahaan ditandai dengan ciri-ciri memiliki potensial yang cukup untuk mempunyai kekuatan untuk menjamin kelangsungan usaha. Kemampuan laba hanya pada tingkat marjinal, akan tetapi peluang memperbaiki posisi dibawah rata-rata.

5) Lemah *(Weak)*

Posisi ini ditandai dengan hasil dan kinerja yang kurang memuaskan tetapi ada peluang untuk memperbaiki posisi, mempunyai peluang memperbaiki posisi asal dapat mengamati kekuatan untuk menghadapi kelemahan sekarang.

6) Tidak ada harapan *(Avoid)*

Peforma saat ini sama sekali tidak memberikan peluang sama sekali untuk bisa bertahan, dengan mengetahui posisi strategi ini maka kita dapat mengetahui peluang peluang sukses perusahaan khususnya dihubungkan dengan siklus daur hidup perusahaan. Faktor-faktor internal yang dianalisis (Jauch dan Glueck, 1999) terdiri dari :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Pemasaran dan Distribusi

Pemasaran dan distribusi berarti memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen, ini dimulai dengan mencari hal-hal yang di inginkan konsumen dan dapat tidaknya produk dijual untuk memperoleh laba. Hal ini memerlukan riset pasar, pengidentifikasian pasar, pengembangan produk, pengujian relasi konsumen, perhitungan produksi dan biayanya, penentuan keperluan distribusi dan pelayanan serta memutuskan cara pengiklanan dan promosi.

2. Faktor penelitian dan pengembangan serta faktor rekayasa

Penelitian dan pengembangan *(research and development)* dan fungsi rekayasa dapat merupakan keunggulan bersaing karena dua alasan utama :

a. Penelitian dan pengembangan menciptakan produk baru atau produk yang di tingkatkan untuk di pasarkan.
b. Dapat meningkatkan proses bahan untuk mendapatkan keunggulan biaya melalui efisiensi yang dapat membantu memperbaiki kebijakan harga atau marjin laba.

3. Faktor manajemen produksi dan operasi

Pengembangan rencana produksi dan system pengendalian yang diteliti, peningkatan produktifitas, hubungan dengan pemasok dan kemampuan pabrik serta keputusan tentang alokasi usaha dapat menuntun pencapaian keunggulan bersaing yang penting bagi perusahaan. Kalau perusahaan dapat memproduksi dengan biaya yang lebih rendah dan mampu menjalankan bisnis sedangkan yang lain tidak atau dapat memperoleh bahan baku dengan harga yang menguntungkan maka perusahaan tersebut mempunyai keunggulan bersaing. Perusahaan dapat menambah keluwesan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

infrastruktur produksi (personalia, pelatihan, persediaan, pengendalian mutu serta perencanaa dan penjadwalan).

4. Faktor sumberdaya dan karyawan perusahaan

Faktor ini dapat menambah kemampuan perusahaan mencapai tujuannya. Beberapa perusahaan merekrut dan mempertahankan karyawan dan manajer yang berkualitas tinggi, sangat produktif dan setia. Apabila perusahaan terus menerus mengambil alih, mengadakan merger, memperluas divisi baru, memasuki bisnis baru yang keluar dari usaha lama, manajemen harus mempertimbangkan masalah sumberdaya manusia, mencocokkan keahlian dengan pekerjaan, mempertahankan pegawai penting sesudah penggabungan usaha, menyelesaikan masalah manusia yang timbul akibat teknologi baru atau penutupan suatu pabrik, dan sebagainya.

5. Faktor keuangan

Salah satu tujuan analisis ini untuk menentukan apakah perusahaan yang menjadi focus perhatian dalam hal keuangan lebih kuat daripada pesaingnya. Dapatkah dia bertahan lama lagi atau mampukah ia bersaing lebih efektif karena mempunyai kekuatan keuangan untuk melakukan hal ini. Tujuan lain analisis keuangan adalah membantu menunjukkan kelemahan dan kekuatan dalam bidang fungsional lain dari sudut pandang operasi dan strategi.

2.8 Analisis Eksternal

Variabel yang mempengaruhi perusahaan dalam lingkungan eksternal adalah ancaman dan peluang. Peluang adalah faktor diluar kendali perusahaan yang memberikan kesempatan sukses jika perusahaan mempunyai kekuatan yang cukup

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk mengadaptasikannya. Ancaman dapat di minimalkan dengan memaksimalkan peluang.

2.8.1 Peluang *(Opportunities)*

Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Peluang dapat digolongkan menurut daya tariknya dan kemungkinan keberhasilannya. Kesempatan yang harus dicari dan dimasuki karena dapat menguntungkan perusahaan. Kemungkinan keberhasilannya perusahaan bergantung pada kekuatan bisnis nya yang tidak hanya harus sesuai dengan persyaratan berhasil di pasar sasaran tersebut, namun juga harus lebih unggul dari pesaingnya. Kompetensi saja belum berarti keunggulan kompetitif. Perusahaan yang paling berhasil adalah perusahaan yang dapat menciptakan nilai pelanggan tertinggi dan mempertahankan nya dalam jangka panjang (Kotler,2002)

2.8.2 Ancaman *(threat)*

Siagian (2000) ancaman merupakan kebalikan dari pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan, berbagai contohnya antara lain :

a. Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh suatu satuan bisnis
b. Pertumbuhan pasar yang lamban
c. Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan
d. Meningkatnya posisi tawar-menawar pemasok bahan mentah atau bahan baku
e. Perkembangan dan perubahan teknologi yang belu dikuasai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

f. Perubahan dalam penentuan perundang-undangan yang sifatnya restriktif.

Ancaman adalah suatu kondisi dalam lingkungan umum yang dapat menghambat usaha-usaha perusahaan untuk mencapai daya saing strategi. Ancaman lingkungan adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang kurang menguntungkan, yang akan mengurangi penjualan dan laba jika tidak dilakukan tindakan pemasaran defensif (Kotler,2002)

Ancaman adalah situasi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan (Pearce dan Robinson,1997)

Ancaman adalah merupakan faktor yang diluar kendali perusahaan juga yang mana kemunculannya dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Keduanya merupakan faktor yang sama-sama tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan tapi kemunculan peluang yang dapat digunakan dengan baik terhadap hambatan yang terjadi, sehingga menciptakan hubungan yang proporsional. Peluang sukses dan gagal yang proporsional tersebut dapat digambarkan dalam berbagai tingkat yang dapat perusahaan pilih bagi perusahaan dalam suatu industri tertentu.

2.8.3 Analisis ETOP *(Environmental Threat and Opportunity Profile)*

Kemampuan perusahaan dalam mengadaptasi dan beradaptasi dengan lingkungan yang selalu berubah merupakan kunci sukses suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu mengamati lingkungan secara sistematis dan mengenali peluang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dan ancaman yang timbul dari luar perusahaan. Menurut Rangkuti (2002) analisis ETOP dibagi menjadi 2 variabel, yaitu :

1. *Environmental Opportunity Element (EOE)*

   Perusahaan dikatakan berhasil bila mereka mampu mengembangkan diri dalam industri dengan peluang yang menarik dan kemudian di buat suatu daftar EOE untuk dimensi waktu tertentu. Elemen-elemennya adalah kebijakan pemerintah, penguasaan pasar, pendapatan penduduk dan kemampuan menjaalin kerja sama.

2. *Environment Threat Element (ETE)*

   Perusahaan dikatakan berhasil bila ancaman lingkungan yang di hadapi adalah sedemikian rupa sehingga masih dapat di antisipasi dan adaptasi dengan kekuatan internal yang dimiliki, maka perlu dibuat suatu daftar ETE yang ada saat ini berpeluang mengganggu pertumbuhan penduduk yang ada. Elemen-elemennya adalah keberadaan pesaing, perkembangan teknologi, kebijakan pemerintah dan keadaan perekonomian. Langkah-langkah dalam mengembangkan analisis ETOP menurut Ferdinand (2007) adalah sebagai berikut :

1. Rumuskan elemen-elemen peluang strategi dari lingkunagan usaha, seperti mencari rumusan EOE atau ETE (Identifikasi elemen-elemen yang merupakan peluang dan ancaman perusahaan).
2. Tentukan bobot elemen peluang tersebut, pembobotan variabel EOE dan ETE. Skala peluang (EOE) dan ancaman (ETE) adalah : tidak penting (1), kurang penting (2), cukup penting (3), penting (4), dan sangat penting (5). Sedangkan perhitungan bobot menggunakan rumus pembagian antara jumlah bobot variabel tertentu dengan jumlah total bobot tertentu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala sebagai berikut : tidak menarik (1), kurang menarik (2), cukup menarik (3), menarik (4), dan sangat menarik (5). Sedangkan rating untuk ETE adalah : tidak gawat (1), kurang gawat (2), cukup gawat (3), gawat (4), dan sangat gawat (5). Sdangkan perhitungan rating dengan menggunakan mean, yang di hitung dengan rumus pembagian antara jumlah rating variabel tertentu dengan jumlah responden. Kemudian dilanjutkan dengan menghitung skor (bobot dikalikan dengan rating) dan penjumlahan skor.
4. Setelah EOE dan ETE di dapat, kemudian keduanya digabungkan dan di aplikasikan ke dalam matriks ETOP, seperti yang terlihat pada gambar berikut :

Gambar 2. Posisi Perusahaan Pada Analisis ETOP
Sumber: Rangkuti,2002

Posisi perusahaan dalam analisis ETOP dapat dikategorikan sebagai berikut :

I. Usaha ideal *(Ideal business*). Bisnis yang memiliki peluang sukses yang besar dengan peluang resiko muncul sangat kecil. Bisnis ini memiliki peluang yang besar, posisi ini dapat menguntungkan prusahaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

II. Usaha spekulatif *(Speculative business*). Bisnis yang memiliki peluang yang lebih besar, tetapi resiko gagalnya juga tinggi. Jika bisnis ini berhasil maka akan sangat menguntungkan bagi perusahaan tetapi jika gagal maka akan fatal bagi perusahaan.

III. Usaha dewasa (*Mature Business*). Bisnis yang memiliki resiko gagal dan peluang sukses yang sama sama rendah. Artinya jika suatu perusahaan gagal dalam menjalankan bisnis maupun usahanya maka tidak akan mengalami banyak kerugian.

IV. Usaha gawat (*Trouble Business*) . Bisnis yang mempunyai resiko gagal sangat tinggi dan tidak memiliki peluang untuk sukses. Artinya suatu bisnis yang mempunyai peluang yang kecil tetapi ancaman utamanya yang besar, posisi ini tentu tidak akan menguntungkan perusahaan yang menjalankan bisnisnya.

2.9 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh penelitian lain dan dianggap dapat mendukung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Miliyoso,dkk (2007) melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Produk *Nata De Coco* (Studi Kasus di CV.Graha Industri, Kabupaten Bogor,Jawa Barat). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran produk *nata de coco* pada CV. Graha Agri Industri, mengidentifikasi klasifikasi CV. Graha Agri Industri terhadap perusahaan pesaing lokal, merumuskan alternative strategi untuk pemasaran produk *nata de coco* pada CV. Graha Agri Industri. Metode analisis yang digunakan matriks internal-eksternal (IE), CPM dan SWOT. Hasil analisis penelitian ini yaitu hasil dari

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

identifikasi faktor eksternal menunjukkan bahwa terdapat 6 faktor yang memberikan peluang, dan hasil analisis CPM menunjukkan bahwa kategori CV. Graha Agri Industri CV. Tunas Sari dan CV. Citako adalah lebih baik. Sesuai dengan posisi perusahaan dalam matriks yaitu (posisi di pegang dan di pertahankan), strategi prioritas adalah pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan peluang pasar diversifikasi, juga diversifikasi untuk produk baru.

Prawitasari (2010) melakukan penelitian dengan judul analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dengan menggunakan SAP *(Strategic Advantage Profile)*, menganalisis faktor eksternal dengan ETOP *(Environmental Threat and Opportunity Profiles)*, menentukan startegi perusahaan berdasarkan posisi bersaing dan jenis usaha perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT, menentukan strategi pemasaran yang paling tepat dan berdaya saing. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif, metode analisis SAP, metode analisis ETOP, dan metode analisis SWOT. Analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman di lingkungan bisnis maupun kekuatan serta kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan adalah strategi investasi, dimana posisi perusahaan berada di posisi aman dan jenis usahanya adalah usaha ideal.

Suhendar (2010) melakukan penelitian dengan judul Kajian Strategi Pemasaran Ikan Asap *(Smoked Fish)* di Ukm Petikan Cita Halus Citayam- Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran usaha pengolahan ikan asap UKM Petikan Cita Halus-Citayam Bogor dan merumuskan strategi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pemasarannya untuk menghadapi intensitas persaingan. Metode analisis yang digunakan adalah metode kajian yang bersifat deskriptif, yang ditujukan untuk melukiskan fakta atau data eksternal dan internal, dan menggunakan aspek situasi SWOT. Hasil dari penelitian tersebut strategi efisiensi yang ditujukan untuk mengefisiensikan pengeluaran untuk memperoleh keuntungan optimal. Strategi pemilihan produk utama ditujukan untuk mencari produk yang menghasilkan keuntungan maksimal dilihat dari segi biaya dan respon konsumen, contohnya ikan pari dengan margi tinggi dan prospek pemasaran yang lebih baik, sebagai alternative adalah ikan patin, ikan tuna dan ikan lele, karena memiliki margin dan permintaan cukup tinggi, serta ketersediaan bahan baku relative mudah.

Gunawan (2011) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran PT.Passion For Handicraft Dengan Pendekatan Analisis SWOT penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal perusahaan yang mendukung pelaksanaan strategi pemasaran, untuk mengetahui faktor eksternal perusahaan yang mendukung pelaksanaan strategi pemasaran, untuk mengetahui strategi pemasaran berdaya saing yang akan digunakan. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis Deskriptif Kualitatif- eksploratif, metode analisis SAP, metode analisis ETOP dan Metode analisis SWOT. Hasil dari penelitian analisis *ETOP (Environmental Threat Opportunity Profile)* bahawa perusahaan berada pada posisi usaha Ideal. Hal ini berarti perusahaan berada pada lingkungan yang memiliki peluang sukses cukup besar sementara ancaman yang dihadapi relative kecil dan dapat dikendalikan oleh perusahaan. Dari hail analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi *Invest and Harvest*. Hali ini berarti perusahaan mempunyai keunggulan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

startejik yang posistif sementara lingkungan dunia usaha yang dimasuki memberikan peluang yang besar untuk berkembang.

Mulyani dan Satriani (2012) dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Rangka Mencapai Ketahanan Pangan di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas". Penelitian ini bertujuan memformulasikan strategi pemasaran keripik pisang di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Pengambilan responden dilakukan pada pengrajin keripik pisang di Desa Jatisaba, Desa Karangtengah, Desa Cikadang, dan Panusupan Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Penentuan sampel dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*). Hasil penelitian menunjukan bahwa posisi usaha *homeindustry* berada di Kuadran I (satu) pada matriks SWOT sehingga diusahakan untuk dapat memperkuat lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan semaksimal mungkin dan Berdasarkan hubungan antara lingkungan internal (kekuatan & kelemahan) dengan lingkungan eksternal (peluang & ancaman) yang dihadapi perusahaan saat ini, maka dapat dirumuskan suatu kebijakan perusahaan yang mendukung pertumbuhan (*growth oriented strategy*) yaitu dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen, meningkatkan jumlah produksi dan penetrasi pasar, meningkatkan permodalan, dan mengupayakan kegiatan promosi produk lokal yang lebih luas dan massif.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Fahmi,dkk (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Kopi A rabika 'Bergendaal Koffie' di Kabupaten Bener Meriah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran di Bergendaal Koffie dengan menggunakan alat analisis SWOT *(Strength, Weaknesses, Opportunity, and Threat)* yang terdiri dari analisis SAP *(Strategy Advantage Profile)* dan ETOP *(Environmental Threat Opportunity Profile)*. Metode analisis yang digunakan adalah studi kasus dan Analisis SAP untuk industri Bergendaal Koffie ditempatkan dalam posisi persaingan yang aman (Menguntungkan) dan analisis ETOP menunjukkan bahwa industri Bergendaal Koffie termasuk Bisnis Spekulatif. Serta posisi matriks SWOT. Hasil analisis SAP dan ETOP, maka strategi perusahaan yang bisa di tempuh berdasarkan matriks SWOT adalah strategi investasi yaitu melakukan investasi untuk jangka pendek dan kemudian menuai hasil dari investasi tersebut di masa depan.

Fahmi (2015), melakukan penelitian dengan judul Analisis Perencanaan Strategi Pemasaran Pada PT. Hapeel Pharmindo. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan serta posisi perusahaan sesuai dengan kondisi lingkungan perusahaan. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis SAP *(Strategy Advantage Profile)*, Analisis ETOP *(Environmental Threat Opportunity Profile)*, dan analisis SWOT (*(Strength, Weaknesses, Opportunity, and Threat)*. Analisis keuangan untuk melengkapi informasi terkait dengan volume produk dan posisi likuiditas perusahaan. penjualan. Hasil analisis SAP *(Strategy Advantage Profile)* menunjukkan bahwa posisi persaingan PT. Hapeel Pharmindo ada pada posisi *Favorable* (aman), posisi ini berarti perusahaan memiliki kekuatan tertentu yang tidak dimiliki oleh pesaing, yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dapat dimaksimalkan sehingga menjadi keunggulan kompetitif. Matriks ETOP *(Environmental Threat Opportunity Profile)* menjelaskan bahwa posisi perusahaan berada pada posisi usaha *ideal* yang artinya PT. Hapeel Pharmindo masih memiliki peluang untuk dapat mengembangkan bisnis secara maksimal, dikarenakan potensi bisnis masih terbuka lebar. Hal serupa juga ditunjukkan dari hasil mapping menggunakan analisis SWOT *(Strength, Weaknesses, Opportunity, and Threat)*. Posisi PT. Hapeel Pharmindo berada pada kuadran II, yang artinya bahwa meskipun perusahaan menghadapi berbagai ancaman dari lingkungan eksternal, namun masih memiki kekuatan dari segi internal yang bisa di kembangkan dan di masksimalkan. Hasil analisis keuangan menunjukkan adanya penurunan volume penjualan dan dianggap penting untuk diketahui posisi perusahaan dalam persaingan usaha melalui analisis lingkungan internal dan eksternal.

Kurniawati dan Ikhwan, (2015), melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Mie Sagu (Studi Kasus di PD. LUGINA-Garut). Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan, kemudian menentukan strategi perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan setelah itu mendapatkan prioritas strategi yang akan diterapkan. Dalam persaingan usaha suatu perusahaan dituntut untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan agar dapat bertahan dan terus berkembang susatu strategi yang tepat agar perusahaan dapat mempertahankan eksitensinya dan dapat memperbaiki kinerja perusahaan. Berdasarkan permasalahan akan dilakukan analisa internal dan ekternal menggunakan penggabungan metode BCG, Matrik IFE dan EFE serta Analisis SWOT. Kemudian dilakukan pembobotan menggunakan metode pendekatan AHP

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk mendapatkan prioritas stretegi. Metode AHP merupakan pendekatan dasar untuk pengambilan keputusan. Dari hasil analisa diketahui bahwa prioritas strategi yang dapat digunakan PD. LUGINA dalam menjalankan usahanya adalah dengan memperbaiki sistem manajemen.

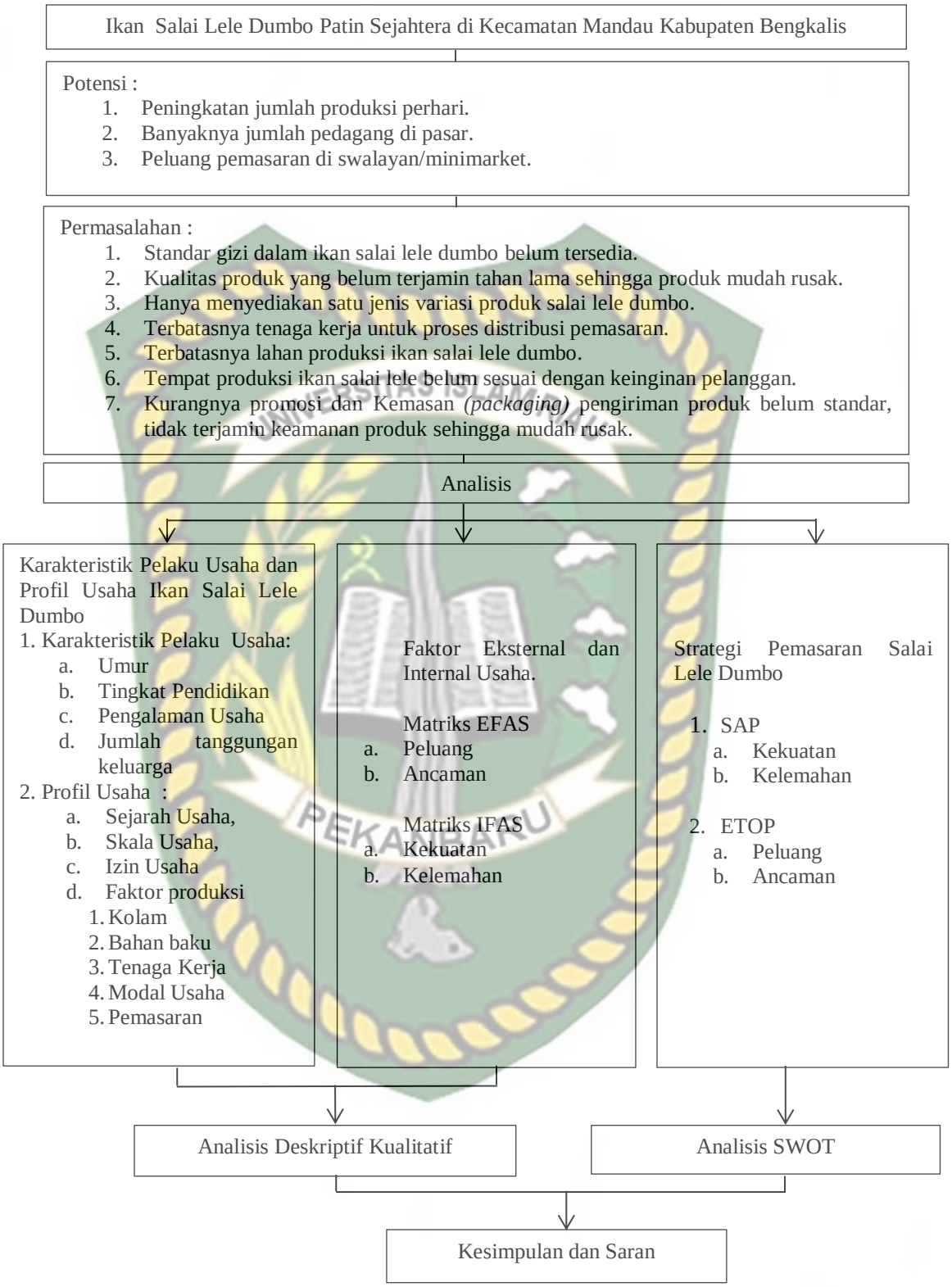
Sulistyowati (2016) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Ikan Lele "UD Sendang Endah" Di Pasar Rejomulyo Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran ikan lele di Pasar Rejomulyo Semarang pada "UD Sendang Indah", menganalisis prioritas strategi yang diterapkan dalam pemasaran ikan lele di Pasar Rejomulyo Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan konsep yaitu pendekatan konsep manajemen strategi , strategi pemasaran dan analisis SWOT. Alat analisis yang digunakan peneliti untuk merumuskan strategi pemasaran adalah matriks IFE, matrik EFE, matriks IE, matriks SWOT dan matriks QSPM. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor internal yang menjadi kekuatan utama pada "UD Sendang Indah" adalah kondisi finansial dan hubungan kekeluargaan dengan pelanggan yang cukup tinggi dan faktor kelemahan utama yang dimiliki adalah tingkat system pembayaran barang (ikan lele) yang cenderung mundur-mundur (tertunda). Faktor eksternal yang dimiliki pada "UD sendang Indah" adalah peluang tertinggi adalah peningkatan pasokan bahan baku ikan lele yang cenderung banyak karena Jawa Tengah merupakan potensi penghasil ikan lele dan faktor ancaman yang dimiliki tertinggi adalah ketatnya persaingan bakul lele di pasar Rejo Mulyo.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.10 Kerangka Berfikir Penelitian

Produksi ikan salai lele dumbo di Kecamatan Mandau memiliki potensi untuk dikembangkan. Adapun permasalahan yang di alami pengusaha ikan salai lele dumbo di Kecamatan Mandau untuk melakukan pengembangan salah satunya yaitu pemasaran, dalam memasarkan ikan salai lele dumbo terdapat beberapa ancaman dan peluang. Dengan adanya ancaman dan peluang dalam memasarkan ikan salai lele dumbo ini dapat diselesaikannya dengan adanya strategi pemasaran ikan salai lele dumbo. Terdapat tiga aspek yang sangat penting yaitu: 1. Karakteristik dan profil pengusaha dan pedagang usaha ikan salai lele dumbo. Meliputi: umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan pokok, pengalaman usaha berdagang dan jumlah anggota keluarga . Selanjutnya 2. Pemasaran dengan hal ini maka kedua aspek tersebut dapat diselesaikan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Selanjutnya aspek penting yang 3. Yaitu analisis strategi pemasaran ikan salai lele dumbo yang meliputi IFAS dan EFAS. Dimana analisis strategi pemasaran ikan salai lele di kota duri ini dapat diselesaikan dengan menggunakan matriks SWOT, SAP dan ETOP. Setelah keduanya dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan matriks SWOT Maka akan dapat kesimpulan pada analisis strategi pemasaran ikan salai lele dumbo di Kecamatan Mandau yang tepat sehingga pemasaran ikan salai dapat berjalan dengan lebih baik la gi dalam memasarkan produknya. Untuk lebih jelas dapat di lihat pada gambar 2. Kerangka berfikir penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :



Gambar 3. Kerangka Berfikir Penelitian

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei di Kelurahan Duri Timur, Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa terdapat usaha pengolahan ikan lele menjadi salai, yaitu salai lele dumbo Patin Sejahtera yang sudah lama terkenal luas di masyarakat dan secara rutin memproduksi ikan salai lele dumbo.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yang dimulai dari Desember 2018 sampai Mei 2019 yang meliputi kegiatan persiapan (pembuatan dan penyusunan proposal, perbaikan), pengumpulan data dilapangan, pentabulasian data, analisis data, penulisan laporan, perbanyakan laporan dan seminar laporan penelitian.

3.2 Teknik Penentuan Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sensus. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pengusaha ikan salai lele dumbo, pedagang ikan salai lele dumbo di pasar dan konsumen rumah tangga (yang membeli ke pedagang), karena pengusaha dan pedagang adalah pihak-pihak yang terlibat dalam memasarkan ikan salai lele dumbo di kelurahan Duri Timur, Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis dan umumnya bersifat sama (homogen). Selain itu pemilik rumah makan atau restoran juga dijadikan responden karena aktif melakukan pembelian ikan salai lele dumbo pada usaha Patin Sejahtera. Konsumen dijadikan sebagai responden dengan menggunakan metode *incidental sampling,* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel atau responden, dan orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono,2009) Rincian responden seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 5.Teknik Penentuan Responden.

NO	Responden	Jumlah Responden
1	Pengusaha ikan salai lele dumbo	1
2	Pedagang ikan salai di pasar	13
3	Pengusaha Rumah Makan	2
4	Konsumen (Rumah Tangga)	15
Jumlah		31

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap objek penelitian dengan menggunakan kuisioner atau daftar pertanyaan yang telah di persiapkan terlebih dahulu. Data primer meliputi identitas seperti karakteristik pelaku usaha (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah anggota keluarga). Jumlah pembelian bibit ikan dan harga jual ikan salai, kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam memasarkan ikan salai lele dumbo.

Selanjutnya, data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan di catat oleh pihak lain). Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi yang dianggap perlu dalam penelitian ini yaitu BPS, Dinas Kelautan dan Perikanan Riau, UPTD Perikanan Kecamatan Mandau, luas wilayah penelitian, jenis mata pencarian, dan potensi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pengembangan pemasaran ikan salai lele dumbo di Kecamatan Mandau serta informasi lain yang dianggap perlu guna menunjang dan melengkapi penelitian ini.

3.4 Konsep Operasional

Untuk penyeragaman pengertian terhadap variabel yang diamati maka perlu dibuat konsep operasional sebagai berikut :

1. Ikan lele dumbo merupakan ikan yang dapat dikonsumsi masyarakat dan juga memiliki cita rasa yang enak dan gurih, serta memiliki tekstur daging yang lembut dan empuk. Memiliki ciri-ciri warna tubuh coklat kehitaman sehingga memiliki daya tarik tersendiri untuk dijadikan sebagai ikan hias
2. Salai lele dumbo adalah ikan yang diolah dari ikan lele segar, kemudian dilakukan pengasapan secara tradisional tanpa bahan pengawet dan bumbu-bumbuan. Kayu bakar yang mengandung selulosa tinggi berguna sebagai pengawet ikan yang dan memberikan aroma harum yang khas.
3. Umur pelaku usaha adalah usia atau lamanya hidup pelaku usaha dan konsumen ikan salai lele dumbo (Tahun)
4. Tingkat pendidikan adalah proses pembelajaran dan pengetahuan serta pemahaman yang lebih tinggi, diperoleh secara formal sehingga dapat merubah pola fikir, perilaku dan sifat yang sesuai dengan pendidikan yang diperolehnya (Tahun)
5. Jumlah anggota keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang terdiri dari istri, dan anak, serta orang lain yang turut serta dalam keluarga berada atau hidup dalam satu rumah dan makan bersama yang menjadi tanggungan kepala keluarga. (Jiwa)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6. Pengalaman berusaha adalah lamanya pengusaha melakukan pengelolaan usaha salai ikan lele dumbo (Tahun).
7. Tenaga kerja adalah curahan hari kerja yang digunakan pelaku usaha dalam melakukan kegiatan pemasaran ikan salai (HOK)
8. Periode produksi adalah proses lamanya pengusaha mengolah ikan lele segar hingga menjadi ikan salai (6 Hari)
9. Oven pengasapan adalah sebuah peralatan berupa ruang termal terisolasi yang digunakan untuk pemanasan, pemanggangan atau pengasapan hingga pengeringan ikan lele dumbo dan umumnya digunakan untuk memasak hingga menjadi ikan salai.
10. Bentuk fisik produk adalah jenis produk/barang yang sifatnya nyata dan berwujud seperti produk ikan salai lele dumbo.
11. Harga produk adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu, istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.
12. Lokasi strategis adalah suatu tempat usaha yang dekat dengan pusat kegiatan distribusi pemasaran ikan salai lele dumbo seperti pasar tradisional dan rumah makan yang bersifat menguntungkan bagi usaha.
13. Pemasaran ikan salai lele dumbo adalah suatu proses penyaluran produksi ikan salai dari pedagang ke konsumen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

14. Strategi pemasaran adalah suatu cara yang dijalankan perusahaan dalam bidang pemasaran yang berguna untuk mengalahkan perusahaan yang menjadi saingan untuk mempertahankan langganan dari suatu pasar tertentu.
15. Analisis internal digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan dengan menggunakan metode analisis SAP *(Strategic Advantage Profile)*.
16. Kekuatan merupakan faktor internal yang pada situasi atau pun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu perusahaan atau pengusaha saat ini, kekuatan pada perusahaan atau usaha merupakan komponen dari analisis SAP.
17. Kelemahan adalah faktor internal kegiatan-kegiatan perusahaan atau pengusaha yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, kelemahan pada faktor internal merupakan komponen dari analisis SAP
18. Analisis eksternal digunakan untuk menganalisis peluang dan ancaman dengan menggunakan metode analisis ETOP *(Environmental Threat and Oppurnity Profile)*
19. Peluang merupakan bentuk kesempatan eksternal yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkannya, peluang merupakan komponen dari faktor eksternal termasuk ke dalam analisis ETOP.
20. Ancaman merupakan gangguan eksternal dari lingkungan yang memberikan hambatan dan dapat mengancam bagi berkembangnya usaha. Ancaman merupakan komponen dari faktor eksternal termasuk ke dalam analisis ETOP.
21. Matriks EFAS adalah suatu alat untuk mengukur peluang dan ancaman pada usaha ikan salai lele dumbo.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

22. Matriks IFAS adalah suatu alat untuk mengukur kekuatan dan kelemahan pada usaha ikan salai lele dumbo.
23. Matriks IE adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan pada usaha ikan salai lele dumbo.
24. Analisis SAP adalah dimana perusahaan dapat menempati salah satu posisi persaingan strategi dalam bisnis untuk menganalisis faktor internal perusahaan
25. Analisis ETOP menganalisis faktor-faktor eksternal perusahaan yang meliputi peluang dan ancaman yang di hadapi perusahaan.
26. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan *(strenghth),* kelemahan *(weaknesses),* peluang *(opportunities),* dan ancaman *(threat)* dalam suatu proyek atau suatu bisnis, dan menggunakan analisis SAP dan ETOP.

3.5 Analisis Data

3.5.1 Karakteristik Pelaku Usaha dan Profil Usaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera

Karakteristik pelaku usaha dan profil usaha salai lele dumbo. dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis karakteristik pelaku usaha meliputi: umur, tingkat pendidikan, Jumlah anggota keluarga dan pengalaman berusaha. Analisis profil usaha meliputi sejarah usaha, skala usaha dan faktor produksi yang terdiri dari kolam, bahan baku, tenaga kerja dan modal usaha serta kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Data terlebih dahulu di tabulasi dan di tabelkan, kemudian di analisis sesuai tujuan penelitian, seperti rata-rata hitungan, persentase yang akan di interpretasikan sehingga mudah untuk di pahami.

3.5.2 Faktor Internal dan Eksternal Pemasaran Salai Lele Dumbo

Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan cara mengidentifikasi beberapa faktor yang diduga mempengaruhi keberhasilan usaha baik secara internal maupun eksternal. Analisis ini disajikan secara deskriptif masing-masing faktor internal maupun eksternal, sehingga dapat dengan mudah dipahami bagaimana hubungan faktor-faktor tersebut dalam aktifitas usaha pemasaran ikan salai lele dumbo.

3.5.3 Strategi Pemasaran Ikan Salai Lele Dumbo

Strategi pemasaran salai lele dumbo yang digunakan adalah metode analisis SAP, ETOP dan Metode penggabungan antara SWOT, SAP dan ETOP sebagai berikut :

3.5.3.1 Metode Analisis SAP *(Strategic Advantage Profile)*

Menurut (Jouch dan Glueck, 1997) dapat ditentukan langkah-langkah dalam melakukan analisis SAP sebagai berikut.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis SAP yaitu :

1. Menentukan variabel internal penentu kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2. Memberi bobot pada masing-masing elemen dengan skala sebagai berikut :
   1) Sangat tidak penting, 2) Tidak penting, 3) Cukup penting, 4) Penting,
   5) Sangat penting.
3. Masing – masing elemen diberi rating dengan skala sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1) Sangat tidak baik, 2) Tidak baik, 3) Cukup baik, 4) Baik, 5) Sangat baik.

4. Menghitung skor dengan cara mengalikan antara bobot dengan rating
5. Menjumlah skor untuk mendapatkan hasil analisis posisi perusahaan.
6. Analisis SAP digunakan untuk menganalisis faktor kelemahan dan kekuatan dengan cara menggabungkan kedua variabel tersebut sehingga hasil perkalian antara bobot dan rating diperoleh dengan total pembobotan yaitu 1.

Untuk menentukan posisi perusahaan menurut analisis SAP digunakan interval dengan perhitungan , sebagai berikut :

$$I = \frac{\text{Nilai maksimal-Nilai minimal}}{\text{Jumlah Klasifikasi}}$$

Keterangan :

I : Invest : Investasi yang diperoleh dari posisi perusahaan.

Nilai Maksimal : Perolehan rangking nilai dari jumlah terkecil hingga terbesar. Perolehan nilai maksimal yaitu 5.

Nilai Minimal : Perolehan rangking nilai dari jumlah terbesar hingga terkecil. Perolehan nilai minimal yaitu angka 1.

Penentuan posisi perusahaan menurut analisis SAP, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Kriteria Matriks SAP

Rentang Nilai	Posisi
1,00-1,66	Tidak ada harapan (*Avoid*)
1,67-2,33	lemah (*Weak*)
2,34-3,00	bertahan *(Tenable)*
3,01-3,67	aman (*Favourable*)
3,68-4,34	kuat (*Strong*)
4,35-5,00	persaingan unggul *(Dominant*)

Sumber : Suwarsono,2000

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.5.3.2 Metode Analisis ETOP *(Environmental Threat Opportunity Profile)*

Menurut Jouch dan Glueck (1997) Analisis ETOP terdiri dari analisis EOE *(Environmental Opportunity Element)* dan analisis ETE *(Environmental Threat Element).*

Langkah-langkah dalam melakukan analisis EOE, yaitu :

1. Identifikasi elemen-elemen yang merupakan peluang bagi perusahaan
2. Memberi bobot untuk masing-masing elemen dengan skala lingkungan itu sendiri dari skala, sebagai berikut :

   1) Sangat tidak penting, 2) Tidak penting, 3) Cukup penting, 4) Penting, 5) Sangat penting.
3. Memberi rating pada tiap elemen dengan skala, sebagai berikut :

   1) Sangat tidak menarik, 2) Tidak menarik, 3) Cukup menarik, 4) Menarik, 5) Sangat menarik.
4. Menghitung skor dengan cara mengalikan antara bobot dengan rating
5. Menjumlah skor untuk mendapatkan hasil analisis posisi perusahaan
6. Analisis EOE pada ETOP digunakan untuk menganalisis faktor eksternal peluang dengan cara tidak menggabungkan variabel-variabel nya dengan faktor eksternal ancaman tersebut sehingga hasil perkalian antara bobot dan rating diperoleh dengan total pembobotan yaitu 1 khusus pada faktor eksternal peluang sehingga dapat ditentukan posisi dan jenis usaha yang diperoleh berdasarkan total pembobotan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis ETE, yaitu :

1. Identifikasi elemen-elemen yang merupakan ancaman perusahaan.
2. Memberi bobot untuk masing-masing elemen dengan skala sebagai berikut :

   1) Sangat tidak penting, 2) Tidak penting, 3) Cukup penting, 4) Penting, 5) Sangat penting.
3. Memberi rating pada tiap elemen dengan skala , sebagai berikut :

   1) Sangat tidak gawat, 2) Tidak gawat, 3) Cukup gawat, 4) Gawat, 5) Sangat gawat.
4. Menghitung skor dengan cara mengalikan antara bobot dengan rating
5. Menjumlah skor untuk mendapatkan hasil analisis posisi perusahaan.
6. Analisis ETE pada ETOP digunakan untuk menganalisis faktor eksternal ancaman dengan cara tidak menggabungkan variabel-variabel nya dengan faktor eksternal peluang tersebut sehingga hasil perkalian antara bobot dan rating diperoleh dengan total pembobotan yaitu 1 khusus pada faktor eksternal ancaman sehingga dapat ditentukan jenis dan posisi usaha yang diperoleh dengan cara mengalikan bobot dengan rating.

3.5.3.3 Metode Strategi Penggabungan Analisis SWOT, SAP dan ETOP

Analisis SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang di hadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Analisis SWOT merupakan penggabungan dari analisis SAP dan ETOP. Analisis SWOT mengindikasikan dimana posisi perusahaan dengan lebih jelas melalui penggabungan kondisi internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Kinner (1991) bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus :

$$\alpha i = \frac{Xi}{\sum_{i=1}^{n} Xi}$$

Keterangan :

αi = Bobot Variabel ke i

Xi = Nilai Variabel ke – i

i = 1,2,3, n dan n = Jumlah Variabel

Tahap-tahap dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi peluang dan ancaman EFAS *(External Strategic Faktor Analysis Summary)* untuk variabel sumber daya manusia pengurus pasar, fasilitas, manajemen pemeliharaan, sosial dan budaya dan konsumen dari strategi pemasaran Ikan Salai Lele Dumbo .
2. Identifikasi kekuatan dan kelemahan IFAS *(Internal Strategic Faktor Analysis Summary)* untuk variabel sumber daya manusia sebagai pedagang ikan salai lele dumbo dan konsumen.
3. Berikan rating atau peringkat (dalam kolom III) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 *(Outstanding)* sampai dengan 1 *(poor*, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi pedagang yang bersangkutan. Pemberian nilai rating kekuatan pada matriks EFAS *(External Strategic Faktor Analysis Summary)* dengan skala yang digunakan yaitu 1= sangat lemah, 2=lemah, 3=kuat, 4=sangat kuat. Sedangkan untuk faktor yang menjadi kelemahan pemberian nilai rating dilakukan sebaliknya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Pemberian nilai rating peluang pada matrik EFAS *(External Strategic Faktor Analysis Summary)* dengan skala yang digunakan yaitu 1= rendah (respon kurang), 2= sedang (respon = rata-rata), 3=tinggi (respon diatas rata-rata) dan 4= sangat tinggi (respon diatas rata-rata). Sedangkan untuk faktor yang menjadi ancaman, pemeberian nilai rating dilakukan sebaliknya. Kalikan setiap bobot (kolom II) dengan rating kolom III untuk memperoleh faktor pembobotan(kolom IV). Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang dinilai bervariasi , mulai dari 4 *(outstanding)* sampai dengan 1 *(poor)*.
5. Menentukan kondisi pemasaran strategi yang harus diterapkan pada strategi usaha pemasaran ikan salai Lele.
6. Menentukan alternatif strategi, pilihan strategi dan kebijakan yang dilaksanakan pada pemasaran ikan salai Lele.

Terlihat pada Gambar 4. Kuadran SWOT mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman.

Gambar 4. Kuadran SWOT

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Keterangan :

Kuadran I, berada pada kekuatan *(strength)* dan peluang *(opportunities)* sehingga progresif lebih positif , ini berarti dapat dikatakan kekuatan untuk mengambil peluang yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam memasarkan ikan salai lele dumbo.

Kuadran II, berada pada kekuatan *(strength)* dan ancaman *(threats)* sehingga *diversifikasi strategi* dapat dikatakan positif dan negatif ini berarti dapat menggunakan kekuatan agar terhindar dari ancaman yang dapat mempengaruhi pemasaran ikan salai lele di pasar lokal.

Kuadran III, berada pada *(opportunities)* peluang dan *(weaknesses)* kelemahan, sehingga ubah strategi dapat diartikan mengambil keuntungan dari peluang dengan mengatasi kelemahan, sehingga kelemahan yang terdapat dalam strategi pemasaran ikan salai dapat di atasi dengan peluang yang ada.

Kuadaran IV, berada pada *weaknesses*/kelemahan dan *threats*/ancaman, sehingga strategi bertahan dapat diartikan meminimalkan kelemahan dengan menghadapi ancaman agar dapat bertahan, seperti mengatasi kelemahan dalam memperbaiki kualitas tahan lama ikan salai tersebut, mengatasi terhambatnya pasokan ikan segar yang menjadi sumber untuk membuat ikan salai lele serta dapat mengatasi kelemahan pemasaran ikan salai yang bersifat musiman dan sebagainya.

Berdasarkan matriks SWOT kriteria variabel SAP dan kriteria variabel ETOP dijelaskan pada Tabel 7 sebagai berikut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 7. Kriteria Variabel Penentuan SAP dan ETOP

Variabel SAP	Faktor-faktor sukses variabel
S *(Strenght)* Kekuatan	1. Bahan baku hasil pengembangan sendiri 2. Lokasi cukup strategis untuk di jangkau oleh konsumen dengan jarak yang ditempuh ±1 km dari pasar. 3. Adanya kerjasama pengusaha ikan salai lele dengan pedagang pasar dan pemilik rumah makan. 4. Fasilitas produksi yang memadai. 5. Harga jual produk yang di tawarkan tidak berubah-ubah. 6. Bukti fisik produk yang bagus. 7. Pelayanan pemasaran hingga ke luar daerah. 8. Memiliki konsumen tetap yang aktif membeli walaupun ada yang menjual sesama produk yang memiliki strategi promosi yang lebih kompetitif dan efektif.
W *(Weknesses)* Kelemahan	1. Standar gizi dalam ikan salai lele dumbo belum tersedia dan Kemasan (packaging) pengiriman produk belum standar, tidak terjamin keamanan produk sehingga mudah rusak. 2. Kualitas produk tidak terjamin tahan lama sehingga produk mudah rusak. 3. Hanya menyediakan satu variasi produk salai lele dumbo. 4. Terbatasnya tenaga kerja untuk proses distribusi pemasaran 5. Terbatasnya lahan produksi ikan salai lele dumbo 6. Tempat produksi ikan salai lele belum sesuai dengan keinginan pelanggan. 7. Kurangnya promosi produk.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Variabel ETOP	Faktor-faktor sukses variabel
O *(Opportunities)* Peluang	1. Peningkatan permintaan pasar produk ikan salai lele 2. Peluang mengembangkan inovasi berbagai jenis olahan lain. 3. Kemudahan untuk menambah modal dengan adanya koperasi perbankan yang berdiri di masyarakat. 4. Peluang untuk meraih segmen pasar. 5. Hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku sehingga menjadikan kerja sama untuk prospek jangka panjang. 6. Sedikitnya pesaing yang memproduksi produk yang serupa menjadikan usaha salai lele sebagai pesaing yang besar. 7. Kondisi perekonomian yang membaik.
T *(Threats)* Ancaman	1. Perubahan selera konsumen. 2. Perubahan teknologi. 3. Perubahan ekonomi. 4. Masuknya pesaing baru dengan teknologi produksi yang modern. 5. Strategi bisnis mudah di tiru pesaing. 6. Fluktuasi harga bibit bahan baku. 7. Berkembangnya produk pengganti. 8. Menurunnya daya beli masyarakat terhadap pembelian.

Selanjutnya setelah posisi perusahaan dalam analisis SAP dan analisis ETOP diketahui, maka dirangkum dalam matriks SWOT. Matriks SWOT menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, setiap hubugannya tersebut diberikan solusi strategis yang harus dilakukan.

Tujuan akhir penyusunan matriks SWOT tersebut adalah menggambarkan alternatif kebijaksanaan paling tepat sehubungan dengan strategi yang akan digunakan oleh suatu perusahaan. Sehingga perusahaan tersebut dapat menerapkan strategi yang paling sesuai.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Skema Strategi penggabungan SAP, ETOP maka posisi perusahaan dalam matriks SWOT adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Strategi Penggabungan (SAP dan ETOP)

ETOP / SAP	Bisnis Ideal	Usaha Dewasa	Usaha Spekulatif	Usaha Gawat
Dominant	I	I	I	I
Strong	I	I	I	C
Favourable	I	I	C	D
Tenable	I	C	D	D
Weak	C	D	D	D
Avoid	D	D	D	D

Sumber : Ferdinand,2007

Keterangan :

1. *Invest and Harvest* (Investasi dan Menuai Hasil)

Bila perusahaan mempunyai keunggulan strategi yang dinyatakan profil keunggulan yang positif, sementara lingkungan dunia usaha yang dimasuki memberikan peluang yang besar dan baik, maka pilihan strategi yang baik adalah melakukan *invest* dan *harvesting* (meningkatkan aliran masuk kas secara jangka pendek, berdasarkan dari proses jangka panjang dalam menginvestasi)

2. *Consolidate* (Konsolidasi)

Posisi dimana perusahaan melakukan segala upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan secara struktural kelebihan mereka agar mereka dapat memiliki peluang untuk berpindah ke posisi *Invest.*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. *Divest* (divestasi)

Bila perusahaan tidak punya keunggulan yang menguntungkan sementara lingkungan dunia usaha yang dimasuki sangat beresiko, maka pilihan terbaik adalah *divest* atau memikirkan arah bisnis yang dialami saat ini.

Posisi investasi (I) mendukung pelaksanaa strategi yang sebelumnya telah diterapkan oleh perusahaan. Tapi sangat disarankan bila dalam langkah selanjutnya perlu dilakukan perbaikan-perbaikan. jika sebuah perusahaan berada pada posisi ini, maka strategi yang digunakan adalah strategi stabilitasi, ekspansi, atau kombinasi, C *(consolidate)* adalah posisi dimana perusahaan memusatkan perhatian untuk melakukan konsolidasi melalui perbaikan struktural sehingga memiliki peluang untuk berpindah pada posisi invest. Kegagalan dalam melakukan perbaikan-perbaikan struktural menyebabkan peluang untuk berpindah dari posisi invest. Kegagalan dalam melakukan perbaikan-perbaikan struktural akan menyebabkan perusahaan tergeser pada posisi divestasi. Sedangkan posisi divestasi (D) menunjukkan suatu bentuk strategi yang mendukung perubahan terhadap strategi perusahaan yang ada sekarang. Apabila suatu perusahaan berada pada posisi ini, maka alternatif pemecahan yang disarankan adalah dengan mengembangkan strategi pengecilan dan kombinasi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Usaha Patin Sejahtera

Kecamatan Mandau merupakan salah satu Kecamatan yang ada di wilayah kota Duri yang terletak di antara 0°56'12"LU- 1°28'17"LU dan 100°56'10" BT - 101°43'26" BT, dengan ibukotanya di Air Jamban dengan luas wilayah seluas 155 km^2 dan memiliki luas wilayah 937,47 Km dan jumlah penduduk 239.361 jiwa, ternyata menghasilkan kepadatan sebesar 263, yang artinya dalam setiap 1 km^2 dihuni oleh sekitar 263 orang. Kecamatan Mandau terdiri dari 11 kelurahan, yaitu Kelurahan Air Jamban, Babussalam, Balik Alam, Batang Serosa, Duri Barat, Duri Timur, Gajah Sakti, Pematang Pudu, Talang Mandi, Desa Bathin Betuah dan Harapan Baru. (Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis,2018)

Potensi Perikanan di Kecamatan Mandau terdiri dari 27,9 Ha dan yang beroperasi 16,2 Ha dengan hasil 186 Ton/Tahun dengan rata-rata 15,5 Ton / bulan tiap bulannya pada tahun 2018. Jenis Ikan yang paling banyak dibudidayakan adalah Ikan Lele sebanyak 74,4 Ton dan potensi produksi ikan lele tersebut dimanfaatkan menjadi produk olahan.

Menurut Badan Pusat Statistik Kecamatan Mandau, 2018 Kelurahan Duri Timur memliki luas wilayah mencapai 6 km^2 dengan jarak antara pusat pemerintah Desa/Kelurahan dengan Ibu Kota mencapai 2 Km^2 dari Kantor Camat Mandau. Secara geografis letak Kelurahan Duri Timur merupakan salah satu dari 11 Kelurahan yang ada di Kecamatan Mandau yang ada di wilayah Kabupaten Bengkalis. Kecamatan Mandau secara geografis memiliki batas-batas antara lain :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Bathin Solapan
2) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Bukit Batu
3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Pinggir
4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hulu dan Rokan Hilir

Potensi perikanan di Kelurahan Duri Timur di manfaatkan menjadi usaha pengolahan hasil perikanan , Pengolahan tersebut adalah Ikan Salai Lele yang dikelola oleh kelompok Patin Sejahtera Pimpinan Bapak Ilham yang beralamat di Jalan Gaya Baru Gg. Lintas RT.02 RW.05 Kelurahan Duri Timur, Kecamatan Mandau.

4.2 Keadaan Umum Penduduk

4.3.1 Jumlah, Umur dan Jenis Kelamin Penduduk

Penduduk merupakan potensi sumber daya manusia yang sangat perannya dalam pembangunan pertanian. Potensi sumberdaya tersebut terlihat perannya sebagai penggerak atau tenaga kerja, pemikir, dan pemimpin yang diperlukan untuk menciptakan kegiatan ekonomi. Oleh karena itu ketersediaan sumber daya manusia baik secara kuantitas maupun kualitas akan menentukan keberhasilan di daerah tersebut.

Kelurahan Duri Timur pada tahun 2018 memiliki jumlah penduduk sebanyak 7.117 jiwa, dengan penduduk laki-laki sebanyak 3.759 jiwa dan penduduk wanita sebanyak 3.358 jiwa , jumlah kepala keluarga sebanyak 1.845 KK, dengan *sex ratio* sebesar 111% yang artinya terdapat 111 laki-laki pada setiap 100 penduduk wanita. Rincian Jumlah penduduk Kelurahan Duri Timur menurut kelompok umur disajikan dalam Tabel 9.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 9. Jumlah Penduduk Kelurahan Duri Timur Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis kelamin Pada Tahun 2018.

NO	Kelompok Umur (Tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)	(%)
		Pria	Wanita		
1	0-14	1.002	876	1.878	26,38
2	15-75	2.735	2.462	5.197	73,03
4	≥75	22	20	42	0,59
Jumlah		3.759	3.358	7.117	100,00

Sumber : Monografi Desa/Kelurahan Duri Timur,Tahun 2019

Menurut Sukirno (1999), bahwa golongan umur produktif adalah berkisar antara 15-75 tahun. Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa jumlah penduduk yang berada pada usia produktif cukup tinggi yakni 73,03%, sedangkan penduduk yang berada pada usaha tua jauh lebih kecil yakni 0,59% dengan *dependency ratio* sebesar 36,94% yang artinya setiap 100 orang penduduk produktif menanggung 37 orang penduduk non produktif. Dimana artinya Desa Kelurahan Duri Timur potensi tenaga kerja untuk menggerakkan pembangunan cukup besar.

4.3.2 Tingkat Pendidikan Penduduk

Pendidikan mempunyai peranan penting dalam menunjang pembangunan pertanian, seseorang yang berpendidikan yang lebih tinggi akan mampu meningkatkan produktifitas usaha yang pada akhirnya akan mampu pula meningkatkan pendapatan. Maka faktor pendidikan sangat berpengaruh penting untuk menjalankan suatu usahanya. Semakin tinggi pendidikan maka semakin baik pula cara seseorang untuk mengambil suatu keputusan yang akan dijalankannya. Rincian jumlah penduduk Desa Kelurahan Duri Timur menurut tingkat pendidikan disajikan pada Tabel 10 berikut ini :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 10. Jumlah Penduduk Desa Kelurahan Duri Timur Dirinci Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2018

NO	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak Bersekolah	82	1,15
2	Belum Sekolah	842	11,84
3	Tamat TK/Sederajat	327	4,59
4	Tamat SD/Sederajat	1.087	15,27
5	Tamat SMP/Sederajat	1.554	21,84
6	Tamat SMA/ Sederajat	2.677	37,61
7	Perguruan Tinggi (Akademi)	548	7,70
Jumlah		7.117	100,00

Sumber : Monografi Desa/Kelurahan Duri Timur Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 10 terlihat bahwa penduduk dengan pendidikan tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sederajat adalah 2.677 jiwa merupakan golongan yang terbesar. Kemudian di ikuti dengan SMP/Sederajat sebanyak 1.554 jiwa di ikuti dengan tamat SD/Sederajat sebanyak 1.087 jiwa, kemudian di ikuti dengan yang belum bersekolah sebanyak 842 jiwa di ikuti dengan tamat TK/Sederajat yakni 327 jiwa dan yang tidak bersekolah 82 jiwa. Sedangkan pada Perguruan Tinggi (Akademi) yaitu sebesar 548 jiwa, terbagi menjadi Sarjana Diploma sebanyak 421 jiwa, Sarjana (S1) yakni 109 jiwa dan Sarjana (S2) sebanyak 18 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat social masyarakat Kelurahan Duri Timur Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis cukup baik dan memiliki motivasi untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi serta adanya kesadaran betapa pentingnya suatu pendidikan, yang menjadi jaminan hidup pada masa yang akan datang.

4.3.3 Mata Pencarian Penduduk

Mata pencarian penduduk Desa/Kelurahan Duri Timur bervariasi mulai dari pegawai negeri sipil, pedagang, petani, nelayan, wiraswasta dan ada juga penduduk yang tidak memiliki mata pencarian. Sebagaian besar penduduk Desa/Kelurahan Duri

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Timur bermata pencarian sebagai wiraswasta. Untuk melihat lebih rinci mata pencarian penduduk Desa/Kelurahan Duri Timur dapat dilihat pada Tabel 11

Tabel 11. Jumlah Penduduk Menurut Sektor Pekerjaan di Desa/Kelurahan Duri Timur Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau Tahun 2018

NO	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	101	1,42
2	Pedagang	148	2,08
3	Petani	59	0,83
4	Karyawan Swasta	309	4,34
5	Buruh Tani	284	4,00
6	Wiraswasta	758	10,65
7	Honor Daerah	619	8,69
8	Nelayan	68	0,95
9	Tidak Bekerja	4.771	67,04
Total penduduk		7.117	100,00

Sumber : Monografi Desa/Kelurahan Duri Timur Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 11 terlihat bahwa jumlah penduduk terbanyak bekerja di wiraswasta dengan jumlah 758 jiwa dengan persentase 10,65% dan honor daerah dengan jumlah 619 jiwa dengan persentase 8,69%, sedangkan pekerjaan penduduk terkecil pada sektor pekerjaan petani sebanyak 59 jiwa dengan persentase 0,83% kemudian nelayan sebanyak 68 jiwa dengan persentase 0,95% kemudian di ikuti dengan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 101 jiwa dengan persentase 1,42% dan pedagang sebanyak 148 jiwa dengan persentase 2,08% dan buruh tani sebanyak 284 jiwa dengan persentase 4,00% serta karyawan swasta sebanyak 309 jiwa dengan persentase 4,34%. Selanjutnya jumlah penduduk yang tidak bekerja sebanyak 4.771 jiwa dengan persentase 67,04%. Banyaknya jumlah penduduk yang tidak bekerja disebabkan karena beberapa hal yaitu umur yang masih balita, sedang bersekolah dan lansia.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4.4 Potensi Pengembangan Usaha Patin Sejahtera

Sejalan dengan pengembangan pembangunan di Desa/Kelurahan Duri Timur, sebagai tolak ukur pembangunan maka diperlukan pengembangan disegala sektor. Salah satu sektor yang mempunyai prospek cukup baik dan perlu di tumbuh kembangkan adalah sektor industri rumah tangga atau usaha yang merupakan proses lanjutan dari hasil pertanian dan perikanan akan tetapi hasil perikanan di Kecamatan Mandau belum berkembang sesuai keinginan masyarakat karena pertumbuhan ikan khususnya ikan lele dumbo lambat berkembang biak dan memiliki proses perkembangan yang cukup lama. Hal ini disebabkan potensi iklim dan ph tanah yg rendah.

Prospek pengembangan usaha salai lele cukup menjanjikan, terlihat dari meningkatnya minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan lele, baik dalam bentuk segar maupun berbentuk olahan. Dari segi usaha, usaha salai lele sangat menguntungkan, terutama karena dalam budidaya ikan lele tidak memerlukan lahan yang luas, selain itu teknologi budidaya yang mudah di pelajari dan resiko kegagalan relative rendah.

Usaha yang sudah berdiri 9 tahun ini memiliki potensi pengembangan usaha yang cukup menjanjikan apabila dikembangkan menjadi berbagai macam produk olahan, hal ini akan menambah serta menunjang pendapatan serta kesejahteraan rumah tangga pak Ilham. Usaha ini dijalankan oleh keluarga pak ilham sendiri dan dibantu oleh masyarakat sekitar dalam pengerjaannya hingga distribusi pemasaran, tenaga kerja yang digunakan sebanyak 5 orang termasuk pengusaha yang membantu dalam proses produksi, jumlah tenaga kerja yang digunakan merupakan jumlah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tenaga kerja dalam skala usaha kecil. Hari kerja yang digunakan tenaga kerja dalam melakukan kegiatan produksi selama 4 hari dalam 1 minggu, dan penyalaian ikan selama 3 kali tergantung permintaan pedagang pasar dan konsumen, dan pelaku tenaga kerja menerima upah sebanyak Rp. 105.000/hari tergantung banyak ikan dan lama pengerjaannya. Pemasaran ikan salai di berbagai daerah cukup memperoleh keuntungan yang besar bagi pengusaha dan menjanjikan untuk prospek jangka panjang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik dan Profil Usaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera

Pada dasarnya dalam menjalankan suatu usaha sangat ditentukan oleh bagimana karakteristik yang dimiliki oleh para pelaku usaha, karena pelaku usaha adalah sumber daya manusia yang merupakan pelaku utama dalam mengelola usaha salai lele dumbo.

Karakteristik tersebut akan menentukan bagaimana merencanakan, mengatur dan menjalankan usaha tersebut sesuai dengan tujuan ataupun visi dan misi dari usaha yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, beberapa kriteria karakteristik identitas responden yang secara umum tentang keadaan responden yang dimiliki pengusaha yang ikut menentukan keberhasilan usaha ikan salai lele usaha patin sejahtera, meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah anggota keluarga . Adapun karakteristik responden pada usaha Patin Sejahtera dijelaskan sebagai berikut :

10.1.1. Karakteristik Pelaku Usaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera.

10.1.1.1. Umur

Umur dijadikan sebagai salah satu indikator yang ikut menentukan produktif atau tidaknya seseorang dalam bekerja. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kelompok umur antara pengusaha dengan pekerja dan pedagang. Dimana pengusaha berada pada usia yang produktif untuk bekerja. Selanjutnya, untuk mengetahui distribusi umur pelaku usaha dan konsumen yang berperan aktif pada usaha ikan salai lele dumbo disajikan dalam Tabel 12 berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 12. Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha dan Jumlah Anggota Keluarga Pengusaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera di Kelurahan Duri Timur, Tahun 2019

NO	Karakteristik			
	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah Anggota Keluarga (jiwa)
Pengusaha 1	33	16	9	3

Sementara karakteristik umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah anggota keluarga pelaku usaha selain pengusaha dapat di lihat pada Tabel berikut :

Tabel 13. Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha dan Jumlah Anggota Keluarga Pedagang Ikan Salai, Pengusaha Rumah Makan dan Konsumen (Rumah Tangga) Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera di Kelurahan Duri Timur, Tahun 2019

NO	Karakteristik	Pedagang Ikan Salai		Pengusaha Rumah Makan		Konsumen (Rumah Tangga)	
		Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%
1	Umur (tahun)						
	33-43	5	38,47	2	100,00	1	6,67
	44-54	6	46,15	-	-	8	53,33
	55-65	2	15,38	-	-	6	40,00
2	Tingkat Pendidikan (tahun)						
	9	3	23,07	-	-	4	26,66
	12	10	76,92	-	-	10	66,67
	13-16	-	-	2	100,00	1	6,67
3	Pengalaman Usaha/meng konsumsi (tahun)						
	0-15	8	61,53	2	100,00	15	100,00
	16-30	5	38,46	-	-	-	-
4	Jumlah Anggota Keluarga (jiwa)						
	1-3	3	37,5	2	100,00	8	53,33
	4-6	5	62,5	-		7	46,67

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, terutama terhadap pola pikir dan kemampuan fisik dalam bekerja. Semakin produktif usia seseorang bekerja, biasanya kemampuan fisik yang dimilikinya lebih kuat dan lebih bersemangat dalam bekerja. Jika dibandingkan dengan seseorang dengan kelompok umur yang sudah lanjut usia (tidak produktif bekerja).

Simanjuntak (1996), mengatakan bahwa penduduk umur 15-55 tahun adalah termasuk usia produktif, dimana pada golongan usia ini akan lebih mudah menerima inovasi yang di dukung oleh kemampuan fisik dan kemampuan berfikir yang baik. Pengusaha yang lebih muda juga sangat mendukung dalam hal mendapatkan pengalaman baru yang lebih berguna untuk perkembangan hidupnya dimasa yang akan datang, demkian juga dengan kemampuan fisiknya lebih kuat sehingga mampu lebih banyak menggunakan jam kerjanya dalam berusaha. Keberhasilan pengusaha sebagai pengelola utama usaha salai lele dapat dipengaruhi oleh umur pengusaha, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga dan pengalaman usaha dalam berusaha salai lele dumbo.

Berdasarkan Tabel 12 dan 13 serta pada Lampiran 1, diketahui bahwa umur pengusaha Patin Sejahtera berada pada kelompok umur produktif untuk bekerja, yaitu 33 tahun atau (pada karakteristik 33-43). Kondisi ini akan berdampak baik pada keberlanjutan dan pemasaran usaha ikan salai lele dumbo di masa yang akan datang. Selanjutnya, diketahui bahwa umur pedagang pasar dan rumah makan termasuk dalam kategori umur produktif bekerja, yaitu berkisar 33-43 tahun dengan rata-rata 38 tahun dengan hal tersebut maka ini sangat berdampak baik untuk usaha Patin

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sejahtera dalam memasarkan salai lele dumbo kedepannya dimasa yang akan datang. Diketahui konsumen (rumah tangga) termasuk kedalam kategori umur produktif dalam membeli, yaitu berkisar 44-54 tahun sebanyak 8 jiwa dan tingkat konsumsi yang tinggi terhadap ikan salai lele dumbo.

10.1.1.2. Pendidikan

Tinggi rendahnya pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi cara berfikir dan menentukan kemampuan seseorang dalam pengambilan keputusan yang tepat terhadap alternative yang ada. Pendidikan juga mempengaruhi daya nalar terhadap penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pendidikan merupakan salah satu faktor dalam melancarkan pembangunan pertanian, karena pendidikan dapat meningkatkan produktivitas pengusaha, tingkat produksi dan pendapatan yang akan mempengaruhi kesejahteraan keluarga.

Pengusaha adalah sumberdaya manusia yang merupakan pelaku utama yang terlihat di dalam kegiatan proses produksi. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi pengusaha dalam mengambil keputusan. Berdasarkan Tabel 12 terlihat bahwa tingkat pendidikan pengusaha adalah 16 tahun, hal ini berarti bahwa pengusaha ikan salai lele sudah tergolong cukup tinggi tingkat pendidikannya. Tingginya tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pengusaha salai lele disebabkan oleh kesadaran atau motivasi akan pentingnya pendidikan di zaman yang maju dan berkembang saat ini, sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dan penerapan inovasi secara kemungkinan resiko yang akan terjadi saat menjalankan usaha salai lele dumbo tersebut. Sedangkan lama pendidikan pedagang dan rumah makan pada Tabel 13 tersebut untuk kriteria pedagang pendidikan 9 tahun yakni dengan persentase 23,07%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dan 12 tahun dengan persentase 76,92% dan pada usaha rumah makan kriteria pendidikan 13-16 tahun sebanyak 100,00%, pada konsumen (rumah tangga) kriteria pendidikan pada 12 tahun sebanyak 10 jiwa dengan persentase 66,67% hal ini menunjukkan bahwa pendidikan sangat berpengaruh pada perkembangan suatu usaha untuk masa yang akan datang.

10.1.1.3. Pengalaman Usaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan karena pengalaman berusaha dapat mempengaruhi pengusaha dalam mengelola usahanya. Tingkat keterampilan, kemahiran dan pertimbangan dalam mengambil keputusan, dalam menjalankan kegiatan usahanya sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang dimiliki oleh pengusaha.

Berdasarkan Tabel 12 dan Lampiran 1 menunjukkan bahwa pengusaha salai lele dumbo Patin Sejahtera mempunyai pengalaman usaha yang cukup lama dan berpengalaman dalam menjalankan usahanya begitu juga dalam kegiatan memasarkan produknya yaitu selama 9 tahun. Hal ini menjadi modal dasar sekaligus kelebihan yang dimiliki pengusaha dalam mengelola dan memasarkan ikan salai. Begitu juga pengalaman usaha yang dimiliki oleh tenaga kerja yang digunakan pada usaha Patin Sejahtera, menunjukkan bahwa pengalaman dalam mengelola salai lele yaitu berada pada tingkat 0-15 tahun dengan persentase 100,00% dan pengalaman usaha pedagang pada tingkat 0-15 tahun dengan persentase 61,53 dan 16-30 tahun dengan persentase 38,46% dengan rata-rata 16 tahun, dan pengalaman usaha pada usaha rumah makan pada tingkat 0-15 tahun dengan persentase 100,00% maka pemilik rumah makan termasuk kedalam usaha rumah makan yang berpengalaman.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pengalaman konsumen (rumah tangga) menjadi pembeli kepada pedagang dan rumah makan berada pada tingkat 0-15 tahun sebanyak 15 jiwa Ini menunjukkan bahwa pengusaha, pedagang pasar dan usaha rumah makan serta konsumen pada usaha salai lele Patin Sejahtera cukup berpengalaman dalam mengelola usaha tersebut.

Lamanya pengalaman usaha yang dimiliki pengusaha dan pekerja disebabkan karena usaha salai lele dumbo khususnya Patin Sejahtera merupakan usaha yang cukup lama memproduksi ikan salai lele dumbo yaitu lebih kurang 9 tahun. Pengusaha yang sudah berpengalaman akan mudah mengatasi masalah yang terjadi, karena pengusaha tersebut telah mengetahui dan menguasai lingkungan usahanya. Selain itu tingkat keterampilan yang dimiliki juga semakin tinggi di bandingkan dengan pengusaha pemula.

10.1.1.4. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga adalah jumlah individu yang ditanggung kehidupannya oleh pengusaha, besar kecilnya jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi secara langsung terhadap pendapatan.

Besar kecilnya jumlah anggota keluarga atau anggota keluarga akan mempengaruhi aktivitas pelaku usaha dalam mengelola usahanya. Semakin banyak jumlah anggota keluarga nya, maka beban ekonomi keluarga yang dipikul pengusaha sebagai kepala rumah tangga juga akan semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha harus berusaha meningkatkan usaha ikan salai Patin Sejahtera, agar pendapatan usaha meningkat sehingga kebutuhan keluarga dapat terpenuhi. Begitu juga dengan tenaga kerja pada usia tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 12 dan 13 serta pada Lampiran 1 menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga pengusaha berjumlah 1-3 jiwa (3 jiwa), sedangkan tanggungan keluarga dari pedagang basar berkisar 1-3 berjumlah 3 keluarga dan 4-6 jiwa berjumlah 5 keluarga dengan rata-rata 4 jiwa. Jumlah Hal ini menunjukkan bahwa pedagang dan rumah makan harus berusaha bekerja sehingga kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi. Sebaliknya jika dilihat dari sisi jumlah anggota keluarga akan dapat memberikan gambaran hidup lebih sejahtera bagi pengusaha apabila usahanya berhasil dengan baik.

10.1.2. Profil Usaha Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera

10.1.2.1. Sejarah Usaha

Usaha yang didirikan oleh pak Ilham awalnya adalah usaha milik keluarga namun diambil alih oleh beliau untuk melanjutkan mengelola usaha milik keluraga ini. Usaha ikan salai yang berdiri sejak tahun 2011 adalah usaha yang berawal dari kegemaran beliau yang hobi budidaya ikan. Seiring berjalannya waktu, usaha budidaya ikan lelenya pun semakin berkembang dan menguntungkan sehingga hasil panen ikan lele diolah menjadi ikan salai yang memiliki masa konsumsi yang cukup lama dan memiliki nilai tambah yang dapat meningkatkan pendapatan pengusaha.

Usaha salai lele Patin Sejahtera yang berada di Kelurahan Duri Timur Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis adalah usaha yang di kembangkan oleh pengusaha beserta istrinya. Sejak berdirinya usaha salai lele ini pengusaha pun mulai berfokus pada pengembangan usaha ikan salainya. Bibit yang sudah di panen diperoleh tiap hari dari Bangkinang dan Rumbai, produksi benih ikan lele dumbo

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pada kolam tanah usaha Patin Sejahtera di panen 1 kali selama 3 bulan, selanjutnya ke tahap produksi pembuatan ikan salai lele dumbo.

Teknologi yang digunakan dalam proses produksi salai lele dumbo menggunakan teknologi pengasapan panas. Pengasapan panas merupakan proses penyalaian yang dilakukan pada suhu tinggi yang berkisar 50^{o}-90^{o}. Teknologi pengasapan panas yang dilakukan dalam penelitian ini belum menggunakan teknologi yang modern, pengusaha masih menggunakan bara kayu dalam proses pengasapan ikan lele.

10.1.2.2. Skala Usaha

Skala usaha adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya dengan melihat dari berapa jumlah tenaga kerja yang di pekerjakan dan besarnya pendapatan yang di peroleh oleh perusahaan tersebut dalam suatu periode. Skala usaha terbagi menjadi skala usaha kecil, menengah, dan besar. Usaha salai lele yang dikelola oleh pengusaha masih berbentuk skala usaha kecil cara mengetahui bahwa usaha Patin Sejahtera ini termasuk skala usaha kecil berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang terbitkan oleh Kementrian Hukum dan HAM dan dikeluarkan Bank Indonesia bahwa jenis usaha ekonomi yang produktif dan bisa didirikan sendiri dimana bisa dikelola maupun dimiliki oleh perorangan dan dikelola oleh suatu badan usaha serta merupakan jenis usaha ekonomi yang produktif karena tenaga kerja yang digunakan masih relative sedikit. Usaha kecil ini memiliki aset atau kekayaan sebesar 50 juta sampai dengan 2 miliar rupiah. Omset yang diperoleh usaha Patin Sejahtera mencapai Rp.20.000.000,00/bulan sehingga omset yang diperoleh

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pertahun sebesar Rp.240.000.000 dan merupakan keuntungan yang cukup menjanjikan pada usaha Patin Sejahtera.

10.1.2.3. Izin Usaha

Izin usaha merupakan suatu bentuk dokumen resmi dari instansi berwenang, yang menyatakan sah/ dibolehkannya seseorang atau badan untuk melakukan suatu usaha atau kegiatan tertentu. Izin usaha penting bagi usaha mikro, kecil dan menengah sehingga pengusaha dapat terlindung, adanya kepastian dalam berusaha dan menikmati kenyamanan serta keamanan yang patut mereka peroleh, agar dapat berkontribusi secara lebih nyata di dalam peningkatan nilai tambah produksi, penyediaan barang dan jasa kebutuhan masayarakat, penyerapan tenaga kerja dan diseminasi penumbuhan kewirausahaan. Usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera sudah memiliki izin usaha yang dikeluarkan dan berasal dari Dinas Kesehatan dengan nomor seri Dinkes. P-IRT No: 202140801217-18 dan LPPOM Majelis Ulama Indonesia dengan nomor LPPOM: 05030007350814.

Untuk melihat skala usaha dan izin usaha ikan salai lele dumbo Patin Sejahtera dalam penelitian ini dapat dilihat dari sumber modal dan jumlah tenaga kerja yang digunakan, selanjutnya perlu memperhatikan penggunaaan faktor produksi pada usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera.

10.1.2.4. Penggunaan Faktor Produksi

Dalam kegiatan usaha salai lele dumbo memerlukan beberapa faktor produksi berupa kolam, bahan baku, jumlah tenaga kerja dan sumber modal serta pemasaran ikan salai.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Kolam

Kolam merupakan media tempat membudidayakan ikan lele yang awalnya terbuat dari terpal kemudian berpindah ke kolam tanah. Menggunakan kolam tanah lebih hemat air daripada kolam terpal, karena kolam terpal membutuhkan lebih besar jumlah air yang digunakan. Jumlah kolam yang dimiliki oleh pengusaha sebanyak 4 kolam dengan ukuran lebar 4 x 3 m^2 dan panjang 4 x 6 m^2 ,dengan padat tebar benih 2000-3000 benih/kolam dan maksimal 4800 benih/kolam.

2. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan adalah bibit ikan lele dumbo, bibit merupakan salah satu faktor produksi yang sangat menentukan besar kecilnya tingkat keberhasilan dari usaha budidaya ikan lele dumbo. Oleh karena itu, penggunaan bibit yang berkualitas baik akan mampu meningkatkan keberhasilan dari budidaya ikan lele. Bibit yang digunakan oleh pengusaha diperoleh dari beberapa daerah sekitarnya, seperti Bangkinang dan Pulau Rupat yang di beli dengan harga Rp 100,00 per ekor, dengan umur ± 15 hari.

3. Jumlah Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang terampil diperlukan untuk usaha salai lele walaupun pada taraf tertentu tidak memerlukan keahlian yang cukup tinggi. Jumlah pekerja pada usaha salai lele dumbo ini berjumlah 4 orang kecuali pemilik sebagai pekerja proses distribusi pemasaran. Hal ini berdasarkan klasifikasi industri menurut BPS Indonesia (2002), yang menyatakan bahwa industri rumah tangga atau usaha yang termasuk ke dalam usaha usaha skala kecil salah satu karakternya adalah penggunaan tenaga kerja antara 1-5 orang. Selanjutnya, hasil dari pengamatan di lapangan menunjukkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

bahwa dalam melakukan pengolahan ikan lele segar menjadi salai lele yang terbagi atas pemilik yang sekaligus menjadi pimpinan usaha dan pekerja. Masing - masing memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda.

Pemilik usaha yang sekaligus sebagai pemimpin usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera mempunyai wewenang untuk melakukan seluruh kegiatan usaha terutama dalam merencanakan strategi, mengambil keputusan, mengawasi jalannya usaha, menetapkan kebijakan yang berhubungan dengan pemasok, proses produksi, pemasaran produk, melakukan kegiatan evaluasi sampai dengan pengelolaan keuntungan yang di hasilkan dari usahanya serta bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup usaha yang dimiliki.

4. Sumber Modal

Dilihat dari sumber modalnya, salai lele dumbo Patin Sejahtera sepenuhnya bersumber modal dari keluarga atau usaha mandiri tanpa adanya bantuan lembaga keuangan atau kredit. Adapun besar modal kekayaan awal yang dimiliki usaha Patin Sejahtera yaitu sebesar Rp. 40.800.000. Modal tersebut digunakan untuk biaya bangunan, oven pengasapan, bahan bakar, terpal kolam ikan, pembelian bibit ikan yang digunakan untuk tebar benih di kolam dan biaya izin perdagangan usaha seperti izin kesehatan dan izin Majelis Ulama Indonesia, maka usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera ini tergolong dalam skala usaha rumah tangga atau skala kecil. Penggolongan tersebut berdasarkan UU RI No.20 tahun 2008 yang menyatakan bahwa perusahaan skala kecil yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari 50 juta sampai 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300 juta sampai 2,5 milyar.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pengusaha mengelola usahanya dengan cara tahap rencana pembangunan yang tepat meliputi proses perencanaan dari pengelolaan usaha turun temurun, sasaran dari pemilik usaha Patin Sejahtera yaitu dapat menghasilkan produksi yang berkualitas serta memiliki nilai jual yang tinggi di pasaran dengan cara memilih benih yang memilki kualitas baik. Pengelompokkan rencana usaha yang terbagi di bagian pekerjaan masing-masing, pelaksanaan usaha di mulai dari pembesaran bibit hingga proses poduksi ke penyalaian dan pengelolaan terakhir dengan cara pengawasan terhadap usaha yaitu tetap diperhatikan kebersihan dari proses produksi hingga dan memperhatikan manajemen pemasarannya.

5. Pemasaran Ikan Salai

Sistem pemasaran salai lele dumbo usaha Patin Sejahtera dari pengusaha ke pedagang bersifat langsung yaitu dari pengusaha salai lele dumbo ke pedagang pasar dan pengusaha rumah makan, sementara konsumen (rumah tangga) membeli dari pedagang yang ada di pasar. Terbatasnya tenaga transportasi untuk melakukan distribusi pemasaran langsung terhadap konsumen (rumah tangga) maka konsumen memilih untuk membeli langsung ke pedagang pasar dan rumah makan. Pengusaha melakukan distribusi pemasaran tetap terhadap pedagang pasar dan pemilik rumah makan, dengan omset yang diperoleh setiap bulannya pengusaha salai lele dumbo meraih keuntungan yang menjanjikan bagi usahanya.

Usaha yang dikelola harus memiliki target yang ingin dicapai oleh pemilik usaha, karena salah satu motivasi menjalankan sebuah usaha adalah target yang ingin dicapai seperti harus menjaga kualitas produk, harga yang di tawarkan tidak berubah-ubah, tempat untuk melakukan pemasaran harus jelas dan harus ada strategi promosi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yang baik sesuai dengan bauran pemasaran agar usaha Patin Sejahtera dapat berkembang terus menerus dan memberikan keuntungan yang maksimal.

10.2. Mengidentifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pemasaran Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera

Sebelum menganalisis faktor internal SAP dan Faktor Eksternal ETOP perlu mengidentifikasi beberapa faktor internal usaha dan faktor eksternal usaha. Berdasarkan hasil penelitian strategi internal SAP Kekuatan dan kelemahan usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera pada lampiran 2 diperoleh sebagai berikut :

10.2.1. Faktor Internal

A. Kekuatan :

1. Bahan baku hasil pengembangan sendiri. Pengusaha menjalin kerjasama dengan supplier dari Bangkinang dan Pulau Rupat dalam penyediaan bahan baku. Bahan baku bibit ikan lele dumbo yang diperoleh kemudian dimasukkan ke dalam kolam tanah untuk di budidayakan hingga panen dan ikan lele dumbo segar siap panen digunakan sebagai bahan pembuatan ikan salai Hal ini sangat penting bagi pengusaha karena akan menambah jumlah produksi ikan salai dalam sekali panen sehingga akan berdampak baik pada jalannya usaha ikan salai.
2. Lokasi cukup strategis. Lokasi usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera memiliki jarak yang ditempuh ± 1 km dari pasar tradisional yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Hal ini penting bagi pengusaha karena akan memudahkan akses pengusaha menuju ke pasar tradisional sehingga dapat menghemat tenaga kerja untuk melakukan distribusi pemasaran, memudahkan pedagang ikan salai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

menuju ke tempat produksi. Diketahuinya lokasi tempat produksi maka memudahkan bagi pedagang yang ingin membeli ikan salai untuk dijual kepada konsumen (rumah tangga).

3. Adanya kerjasama pengusaha ikan salai lele dengan pedagang pasar dan pemilik rumah makan. Memiliki hubungan baik antara pengusaha dengan pedagang pasar dan konsumen merupakan hal yang sangat penting karena dengan kerjasama yang dilakukan pengusaha dengan pedagang dalam bentuk perjanjian dan buku keuangan pemasaran. Apabila tidak adanya kerja sama maka pengusaha akan mengalami kendala dalam pemasaran, begitu juga dengan pedagang ikan salai akan kesulitan untuk menemukan pemasok ikan salai, akibatnya pelaku usaha tidka mendapatkan omset yang optimal.
4. Fasilitas produksi yang memadai. Alat dan bahan yang digunakan untuk produksi sangat membantu dalam pengolahan ikan salai, alat dan bahan yang digunakan seperti tempat penampungan ikan lele dumbo; drum, ember, pisau tajam, wadah pengeringan, jumlah air yang mencukupi dan tempat oven pengasapan sangat membantu dalam produksi pengolahan ikan salai lele dumbo. Hal ini merupakan sangat penting bagi pengusaha dengan adanya fasilitas produksi yang memadai tersebut menjadikannya sebagai sarana yang mendukung berjalannya usaha Patin Sejahtera.
5. Harga jual produk yang di tawarkan tidak berubah-ubah, harga jual produk yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat hal ini sangat penting bagi pengusaha sehingga apabila harga tetap akan berdampak baik bagi pelaku usaha

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pada pemasaran ikan salai lele dumbo hal ini menjadi kekuatan yang harus di pertahankan oleh pengusaha.

6. Bukti fisik produk yang bagus. Bukti fisik produk yang bagus seperti bentuk ikan salai yang berwarna kecoklatan dan tidak mudah cepat busuk sehingga memiliki daya tarik untuk membeli dan konsumsi. Dengan bentuk fisik ikan salai yang bagus maka daya tarik pedagang untuk membeli akan meningkat sehingga mencapai omset pemasaran maksimal Rp. 20.000.000,00/ bulan. dengan hal tersebut pengusaha akan menambah jumlah produksi ikan salai/hari, menjadikannya sangat penting, agar pengusaha tetap memperhatikan bentuk fisik ikan salai lele dumbo.
7. Pelayanan pemasaran adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan perilaku produsen dalam proses penyaluran produksi ikan salai dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pedagang ke konsumen. Pelayanan pemasaran dilakukan hingga ke luar daerah, dalam memasarkan produknya pengusaha salai lele juga melayani sampai luar Kecamatan Mandau. Pemasaran keluar daerah merupakan hal yang penting bagi pengusaha karena terdapat pedagang tetap yang membeli ikan salai sehingga menjadi kekuatan usaha Patin Sejahtera, dengan melayani keluar daerah maka bisa memperluas promosi produk ikan salai lele dumbo.
8. Memiliki konsumen yang tetap seperti pedagang ikan salai di pasar tradisional dan pengusaha rumah makan yang tidak pernah berpindah tempat untuk membeli walaupun ada yang menjual sesama produk yang memiliki strategi promosi yang lebih kompetitif dan efektif, maksudnya pedagang serta para

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

konsumen menjadi langganan tetap untuk membeli ikan salai pak Ilham, merupakan hal yang sangat penting karena memiliki konsumen tetap yang aktif dalam membeli.

B. Kelemahan :

1. Standar gizi dalam ikan salai lele dumbo belum tersedia dan Kemasan *(packaging)* pengiriman produk belum standar, tidak terjamin keamanan produk sehingga mudah rusak. Pengusaha belum menyediakan label gizi pada kemasan, sehingga pedagang pasar dan konsumen tidak mengetahui komposisi dan gizi pada ikan salai lele dumbo. Pengusaha menganggap hal ini sebagai indikator kelemahan, karena produk ikan salai tidak menggunakan kemasan khusus karena akan menambah biaya produksi. Pedagang akan menaikkan harga jual di pasaran akibatnya konsumen yang membeli akan kecewa dengan adanya perubahan harga ikan salai lele dumbo pada usaha Patin Sejahtera. Kemasan *(packaging)* merupakan bagian paling luar yang membungkus produk dengan tujuan untuk menjaga dan melindungi ikan salai dari perubahan cuaca, guncangan dan benturan terhadap benda lain. Hal-hal yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengiriman barang yaitu produk harus di bungkus serapi mungkin untuk mengurangi kerusakan yang terjadi. Proses pengemasan produk menggunakan alat hampa udara *(Pres Vacum)*, kemasan *Pres Vacum* tujuannya adalah untuk mengurangi oksigen dari dalam kemasan plastik vacum, dan membatasi pertumbuhan bakteri aerobik dan jamur agar masa kadaluarsa ikan salai lebih panjang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Kualitas produk tidak terjamin tahan lama sehingga produk mudah rusak. Dalam hal ini kualitas produk kategori baik, sehingga kualitas produk yang tidak memungkinkan tahan lama, dari awal proses produksi hingga bisa di konsumsi bertahan selama 2 bulan, selebihnya ikan salai mudah rusak seperti restan, berjamur dan di hinggapi rayap.
3. Hanya menyediakan satu variasi produk salai lele dumbo. Artinya hal ini cukup baik, bahwa pengusaha hanya fokus terhadap produk ikan salai saja tidak terdapat banyak variasi produk seperti abon, peyek ikan salai, dan naget. Pengusaha ikan salai memiliki prospek jangka panjang, karena terbatasnya variasi produk maka pengusaha tidak hanya mengolah ikan jenis ikan lain. karena hal tersebut pengusaha menyatakan bahwa faktor ini merupakan kelemahan suatu usaha.
4. Terbatasnya tenaga kerja untuk proses distribusi pemasaran. Menurut hasil dilapangan hal ini dikatakan tidak baik ,sangat berpengaruh dengan terbatasnya tenaga kerja untuk proses distribusi pemasaran ikan salai lele, pengusaha masih menjadi tenaga kerja aktif untuk menjual ikan salai lele dumbo ke pedagang pasar dan konsumen.
5. Terbatasnya lahan produksi ikan salai lele dumbo. Lahan produksi yang sempit dengan ukuran panjang 25m dan lebar 15m dari batas jalan rumah masyarakat. Hal ini dikatakan cukup baik untuk memproduksi ikan salai sehingga dapat memotivasi pengusaha untuk menambah area lahan lebih luas agar usaha dapat berjalan dengan sangat baik.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6. Tempat produksi ikan salai lele belum sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini dikatakan cukup baik oleh pengusaha karena sempitnya area untuk memproduksi ikan salai, kurangnya fasilitas ruangan untuk melakukan proses pemasaran kepada pedagang sehingga masyarakat/konsumen yang ingin membeli sulit untuk datang langsung ke tempat produksi.
7. Kurangnya promosi produk. Mengingat distribusi pemasaran hanya ke pasar tradisional dan pengusaha rumah makan, dalam hal ini pelaku usaha sudah melakukan promosi dengan sangat baik tetapi dikatakan sebagai kelemahan bahwa pengusaha belum melakukan promosi ke pasar swalayan/minimarket karena terbatasnya tenaga distribusi pemasaran.

Berdasarkan hasil analisis kuisoner strategi eksternal ETOP peluang dan ancaman pada lampiran 3 diperoleh sebagai berikut :

10.2.2. Faktor Eksternal

A. Peluang :

1. Peningkatan permintaan pasar dari produk ikan salai lele dumbo, merupakan hal yang sangat penting karena pengusaha ikan salai memproduksi salai lele berdasarkan permintaan konsumen dari pedagang pasar, karena permintaan ikan salai lele dumbo terhadap konsumen khususnya pengusaha rumah makan semakin meningkat setiap bulannya seperti jumlah permintaan 25 kg/bulan menjadi 30 kg/bulan. Meningkatnya permintaan pasar terhadap ikan salai lele dumbo dipengaruhi beberapa faktor yaitu faktor pendapatan hal ini karena jika pendapatan konsumen atau pengusaha rumah makan meningkat maka permintaan terhadap ikan salai lele dumbo cenderung bertambah, faktor harga apabila harga

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ikan salai lele dumbo naik maka permintaan terhadap ikan salai akan turun dan sebaliknya, faktor intensitas kebutuhan berkaitan erat dengan mendesak atau tidaknya akan kebutuhan, peningkatan ikan salai lele dumbo ini terjadi saat konsumen membutuhkan dengan segera mendesak, dan faktor selera konsumen menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi akan permintaan ikan salai lele dumbo.

2. Peluang untuk mengembangkan inovasi berbagai jenis olahan lain, inovasi produk olahan selain ikan salai lele dumbo seperti abon, bakso, nugget, selai, burger dan salad berbahan dasar ikan lele dumbo. Pengusaha mengatakan bahwa hal ini cukup penting karena pada masa jangka pendek pengusaha hanya fokus pada olahan ikan salai, tetapi pada masa jangka panjang keinginan pengusaha untuk mengembangkan inovasi produk berbagai jenis olahan sangat penting hal ini berkaitan dengan proses pengembangan produksi ikan salai menjadi produk baru yang tersebar oleh masyarakat selaku konsumen sehingga berpeluang besar namun belum menemukan produk baru tersebut.
3. Kemudahan untuk menambah modal dengan adanya koperasi perbankan yang berdiri di masyarakat, merupakan hal yang cukup penting bagi pengusaha karena apabila jumlah permintaan pedagang terhadap ikan salai sangat meningkat maka pengusaha membutuhkan biaya yang lebih besar dari biaya sebelumnya untuk proses produksi modal tersebut diperoleh dari koperasi perbankan dengan adanya lembaga ini, pengusaha yang membutuhkan pinjaman modal bisa mendapatkan kredit secara proses pengajuan pinjaman modal yang mudah dan proses pengajuan serta pencairan dana modal akan lebih cepat, dapat mengajukan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pinjaman modal tanpa jaminan, memiliki suku bunga yang rendah karena koperasi mampu memberikan keringanan kepada calon peminjam dengan suku bunga yang relative kecil, sesuai dengan prinsip dan fungsi utama dari koperasi, yakni mensejahterakan seluruh anggotanya, maka suku bunga yang ditetapkan pasti jauh lebih ringan dibandingkan perbankan atau pihak penyedia jasa layanan kredit lainnya.

4. Peluang untuk meraih segmen pasar, merupakan hal yang penting karena harus melakukan pelayanan yang baik, memberikan peningkatan jumlah pembelian terhadap pedagang, luaskan distribusi pemasaran ke daerah baru dan targetkan pasar, pelanggan baru serta harus masuk pada system penjualan baru (online) akan berpengaruh terhadap berkembangnya usaha salai lele dumbo.
5. Hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku sehingga menjadikan kerja sama untuk prospek jangka panjang, hal ini sangat penting bagi pengusaha karena apabila pengusaha tidak mempunyai kerja sama antara pemasok bibit bahan baku maka usaha tidak akan berjalan lancar.
6. Sedikitnya pesaing memproduksi produk yang serupa menjadikan usaha salai lele sebagai pesaing yang besar, hal ini dianggap sangat penting bagi pengusaha karena besar pengaruhnya terhadap pemasaran ikan salai lele, apabila tidak adanya pesaing maka para konsumen lain akan menjadi konsumen aktif dalam memperoleh ikan salai lele dumbo. Adanya sedikit pesaing dalam usaha harus memperhatikan strategi yang bisa dilakukan seperti menciptakan dan mengoptimalkan keunggulan bersaing *(competitive advantages)* yang tidak dimiliki oleh pesaing sehingga tidak ada persaingan produk serupa.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

7. Kondisi perekonomian yang membaik, bentuk kondisi perekonomian yang membaik merupakan hal yang sangat penting menurut pengusaha sekitar 3-4 tahun terakhir bahwa perkembangan usaha dari permintaan hasil produksi ikan salai lele naik turun karena faktor ekonomi berdasarkan pendapatan masyarakat yang tidak stabil oleh sebab itu sangat penting kondisi perekonomian para konsumen yang menjadi peran aktif dalam membeli ikan salai, semakin baiknya kondisi perekonomian masyarakat makan semakin besar peluang pemasaran untuk meraih keuntungan dan omset yang optimal.

B. Ancaman :

1. Perubahan selera konsumen, Menurut hasil dilapangan Kelurahan Duri Timur khususnya pada usaha Patin Sejahtera merupakan sentra pengembangan salai lele dumbo yang menjadi ancaman adanya perubahan selera konsumen untuk masa jangka panjang, sedangkan masa usaha jangka pendek pengusaha menilai hal ini tidak gawat bahwa tingkat konsumsi masyarakat tidak akan berubah terhadap ikan salai.
2. Perubahan teknologi, diketahui teknologi pengolahan ikan salai masih menggunakan tenaga manusia kecuali pada pengasapan yang menggunakan teknologi cukup modern yaitu oven pengasapan dan bahan bakar kayu bakar dengan adanya perubahan teknologi merupakan hal yang gawat bagi pengusaha salai lele dumbo karena teknologi yang digunakan untuk membersihkan, mencuci, memotong dan penyalaian ikan masih menggunakan teknologi cukup modern yang sudah lama dan belum ada standar acuan untuk proses produksinya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Perubahan ekonomi, politik/sosial, karena perubahan ekonomi dianggap oleh pengusaha merupakan hal yang cukup gawat, sehingga pengusaha berpendapat bahwa berubahnya tingkat ekonomi masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan maka konsumen berpindah selera ke produk olahan ikan lain yang lebih jauh terjangkau.
4. Masuknya pesaing baru, diketahui pesaing baru adalah mereka yang mengejar sasaran pasar yang sama. Pengusaha harus terus membandingkan produk, harga, distribusi, promosi dengan pesaingnya, dengan masuknya pesaing baru ada empat tingkat persaingan yang di alami pengusaha dengan melihat hal-hal pengusaha lain yang menawarkan produk sejenis kepada pelanggan dan harag relative sama, persaingan bentuk seperti produk ikan salai lele dumbo dengan semua produk ikan salai seperti salai patin, selais, baung, gabus dan lainnya dan persaingan umum yaitu semua pengusaha yang bersaing untuk mendapatkan konsumen yang sama walaupun memproduksi produk yang berbeda seperti menjual ikan segar. Dalam hal ini jumlah pelaku usaha pengolahan ikan salai dari berbagai daerah semakin banyak, dengan masuknya pesaing baru hal ini dikatakan tidak gawat karena pengusaha mempunyai strategi untuk mempertahankan kualitas dari produk ikan salainya tersebut dalam masa jangka pendek dan tingkat ancaman pada usaha relative rendah.
5. Strategi bisnis mudah di tiru pesaing, pengusaha mengatakan pada kriteria cukup gawat sehingga apabila strategi pengembangan usaha untuk kualitas produk di pertahankan maka strategi bisnis tidak mudah untuk di tiru oleh pesaing, dalam

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

masa jangka panjang hal ini berdampak gawat bagi berkembangnya usaha dalam masa jangka panjang hal ini cukup gawat bagi berkembangnya usaha.

6. Fluktuasi harga bibit bahan baku, dalam hal ini pengusaha mengatakan ikan lele dumbo merupakan bahan utama pada pengolahan ikan salai apabila usaha mengalami fluktuasi harga bibit bahan baku maka usaha berada pada posisi gawat dan ancaman bagi usaha, sehingga pengusaha akan kesulitan untuk menentukan harga jual tetap salai lele dumbo. Mengalami fluktuasi harga bibit bahan baku apabila bibit bahan baku yang di datangkan bersifat musiman dan berkualitas baik akan sulit di dapatkan sehingga terjadinya fluktuasi harga bahan baku yang relative tinggi
7. Berkembangnya produk pengganti, menurut pengusaha hal ini tidak berdampak buruk dan tidak gawat apabila ancaman berkembangnya produk pengganti untuk masa jangka pendek dan pengusaha memiliki strategi untuk mempertahankan produk usahanya dan tidak akan berpengaruh dengan adanya produk pengganti yaitu memfokuskan pada satu produk, mencari tahu keunggulan produk pengganti tersebut dan membuat keunggulan yang lebih baik melebihi produk pengganti seperti memperhatikan proses perencanaan produksi yang baik, pemasaran yang maksimal dan keuntungan yang mencapai target.
8. Menurunnya daya beli masyarakat terhadap pembelian, merupakan hal yang tidak gawat bagi pengusaha untuk saat ini, konsumen aktif membeli dan menambah perluasan pemasaran karena minat daya beli masyarakat terhadap ikan salai lele dumbo.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Selanjutnya faktor internal dan faktor eksternal diolah dengan menggunakan metode SAP dan ETOP sebagai berikut :

Tabel 14. Matriks Faktor Strategi Internal

NO	Faktor- faktor Internal SAP	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	KEKUATAN *(STRENGHT)*			
	1. Bahan baku hasil pengembangan sendiri.	0,05	5	0,25
	2. Lokasi cukup strategis untuk di jangkau oleh konsumen dengan jarak yang ditempuh ±1 km dari pasar.	0,05	4	0,20
	3. Adanya kerja sama pengusaha ikan salai lele dengan pedagang pasar dan pemilik rumah makan.	0,10	5	0,50
	4. Fasilitas produksi yang memadai.	0,05	5	0,25
	5. Harga jual produk yang di tawarkan tidak berubah-ubah.	0,05	5	0,25
	6. Bukti fisik produk yang bagus.	0,05	5	0,25
	7. Pelayanan pemasaran hingga ke luar daerah.	0,05	4	0,20
	8. Memilki konsumen konsumen tetap yang aktif membeli walaupun ada yang menjual sesama produk yang memiliki strategi promosi yang lebih kompetitif dan efektif.	0,10	5	0,50
		0,50		2,40
2	KELEMAHAN *(WEAKNESSES)*			
	1. Standar gizi dalam ikan salai lele dumbo belum tersedia dan kemasan *(packaging)* pengiriman produk belum standar, tidak terjamin keamanan produk sehingga mudah rusak.	0,15	3	0,45
	2. Kualitas produk yang belum terjamin tahan lama sehingga produk mudah rusak.	0,05	4	0,20
	3. Hanya menyediakan satu jenis variasi produk salai lele dumbo.	0,05	3	0,15
	4. Terbatasnya tenaga kerja untuk proses distribusi pemasaran.	0,05	2	0,10
	5. Terbatasnya lahan produksi ikan salai lele dumbo.	0,05	4	0,20
	6. Tempat produksi ikan salai lele belum sesuai dengan keinginan pelanggan.	0,10	3	0,30
	7. Kurangnya promosi produk.	0,05	5	0,25
		0,50		1,65
TOTAL PEMBOBOTAN		1,00		4,05

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Hasil Analisis SAP dari faktor internal maka diperoleh nilai total pembobotan sebesar 4,05 maka posisi usaha Patin Sejahtera sebagai berikut :

Tabel 15. Hasil Analisis SAP

NO	Posisi	Rentang Nilai	Keputusan
1	Tidak ada harapan (*Avoid)*	1,00-1,66	Total bobot pada analisis SAP adalah 4,05 maka perusahaan berada pada posisi kuat *(Strong).*
2	lemah (*Weak*)	1,67-2,33	
3	bertahan (*Tenable)*	2,34-3,00	
4	(aman) *Favourable*	3,01-3,67	
5	kuat (*Strong)*	3,68-4,34	
6	persaingan unggul (*Dominant*)	4,35-5,00	

Berdasarkan Tabel. 15 bahwa total skor tertimbang faktor internal SAP perusahaan diatas adalah (4,05) yang berarti perusahaan berada pada posisi *STRONG* (kuat). Posisi kuat merupakan posisi dimana perusahaan memiliki kekuatan tertentu dan mampu bertindak bebas tanpa membahayakan posisi jangka panjang pasar walaupun pesaing berbuat apa saja yang mereka kehendaki atau bertindak aktif. Adanya kerja sama pengusaha ikan salai lele dengan pedagang pasar dan pemilik rumah makan serta bukti fisik produk yang bagus pengusaha menjadikan kondisi tersebut sebagai posisi kuat *(strong)* yang paling berpengaruh pada usaha Patin Sejahtera, sehingga tidak ada pengaruh menurunnya daya beli masyarakat terhadap pembelian salai lele dumbo.

Keunggulan tersebut menyebabkan pengusaha Patin Sejahtera memiliki strategi kompetitif untuk mempertahankan usahanya dengan memanfaatkan kekuatan yang ada seperti tetap adanya hubungan baik dengan konsumen (pedagang pasar dan rumah makan) serta menjaga kualitas produk agar tetap bagus dan meminimkan ancaman seperti tidak berubahnya selera konsumen dan tidak menurunnya daya beli terhadap ikan salai lele dumbo pada usaha Patin Sejahtera.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel berikut merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peluang dan terjadinya ancaman pada usaha Patin Sejahtera.

Tabel 16. Matriks Faktor Strategi Eksternal ETOP

NO	Faktor- faktor Eksternal EOE *(Environmental Opportunities Element)*	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	1. Peningkatan permintaan pasar dari produk ikan salai lele	0,16	5	0,80
	2. Peluang untuk mengembangkan inovasi produk berbagai jenis olahan lain.	0,11	3	0,33
	3. Kemudahan untuk menambah modal dengan adanya koperasi perbankan yang berdiri di masyarakat.	0,14	3	0,42
	4. Peluang untuk meraih segmen pasar.	0,15	4	0,60
	5. Hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku sehingga menjadikan kerja sama untuk prospek jangka panjang.	0,18	5	0,90
	6. Sedikitnya pesaing yang memproduksi produk yang serupa menjadikan usaha salai lele sebagai pesaing yang besar.	0,14	5	0,70
	7. Kondisi perekonomian yang membaik.	0,12	5	0,60
TOTAL PEMBOBOTAN		1,00		4,35

Tabel 17. Matriks Faktor Strategi Eksternal ETOP

NO	Faktor- faktor Eksternal ETE ((*Environmental Threat Element)*	Bobot	Rating	Bobot x Rating
2	1. Perubahan selera konsumen	0,15	2	0,30
	2. Perubahan teknologi	0,14	4	0,56
	3. Perubahan ekonomi	0,11	3	0,33
	4. Masuknya pesaing baru dengan teknologi produksi yang modern.	0,12	2	0,24
	5. Strategi bisnis mudah di tiru pesaing.	0,10	3	0,30
	6. Fluktuasi harga bibit bahan baku.	0,08	4	0,32
	7. Berkembangnya produk pengganti.	0,15	2	0,30
	8. Menurunnya daya beli masyarakat terhadap pembelian salai lele dumbo.	0,15	4	0,60
TOTAL PEMBOBOTAN		1,00		2,95

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

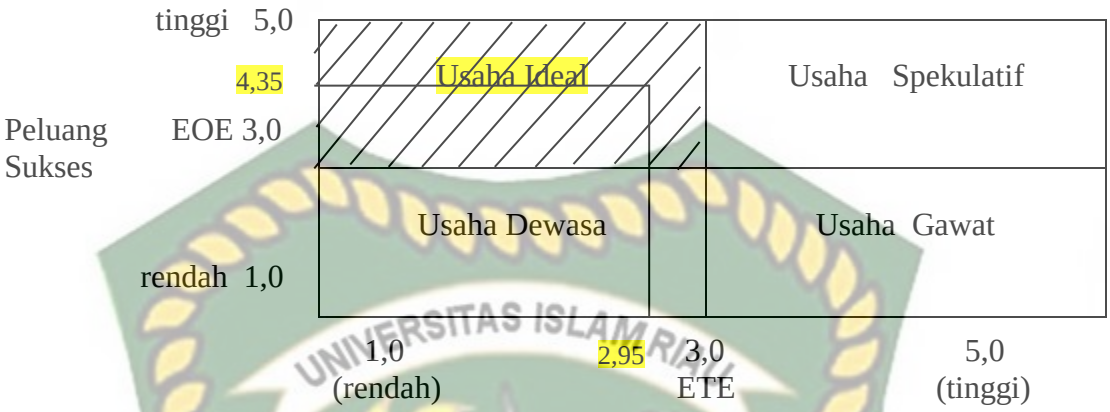
Analisis yang digunakan untuk mengetahui total peluang dari metode ETOP yang digunakan adalah analisis EOE, dapat dilihat dari tabel diatas total tertimbang analisis EOE *(Environmental Opportunity Element)* adalah sebesar 4,35 yang berarti usaha salai lele dumbo memiliki peluang usaha yang sangat tinggi. Analisis ini akan memberikan hasil yang baik, apabila usaha berhasil mengembangkan dan memanfaatkan semua peluang yang ada.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui total ancaman dari metode ETOP yang digunakan adalah analisis ETE, dapat dilihat pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa bobot tertimbang untuk ETE *(Environmental Threat Element)* adalah sebesar 2,95, menunjukkan bahwa terdapat tantangan yang sangat besar bagi usaha salai lele dumbo yaitu ancaman menurunnya daya beli masyarakat terhadap pembelian salai lele dumbo dengan nilai score tertinggi yaitu 0,60 dan di ikuti dengan perubahan teknologi dan Perubahan ekonomi, politik/social. Hasil penelitian ini akan baik apabila pengusaha mampu mengantisipasi dan bahan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Setelah mengetahui bobot tertimbang yang peneliti dapat dari kedua analisis ETE *(Environmental Threat Element)* dan EOE *(Environmental Opportunity Elements)* tersebut, dimana nilai total tertimbang ETE adalah 2,95 sedangkan nilai tertimbang dari EOE adalah 4,35 maka peneliti dapat menentukan posisi perusahaannya dengan menggunakan Matriks ETOP.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Hasil Analisis ETOP dari faktor eksternal maka diperoleh posisi usaha Patin Sejahtera sebagai berikut :



Gambar 5. Hasil Analisis ETOP

Matriks ETOP menjelaskan bahwa posisi usaha salai lele dumbo berada pada posisi usaha *ideal*. Posisi ini berarti usaha yang memiliki peluang untuk sukses yang sangat tinggi dengan resiko yang harus dihadapi cukup kecil, memiliki peluang yang besar dan menguntungkan usaha. Posisi ini juga menjelaskan pentingnya sebuah kebijakan strategi yang tepat dan terencana untuk mencapai keberhasilan.

Pengusaha Patin Sejahtera akan berhasil mengembangkan usahanya apabila mampu memanfaatkan peluang sebaik-baiknya seperti hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku sehingga menjadikan kerja sama untuk prospek jangka panjang dan sedikitnya pesaing yang memproduksi produk yang serupa menjadikan usaha salai lele sebagai pesaing yang besar, dan memungkinkan ancaman atau resiko usaha Patin Sejahtera tidak ada, sementara itu pengusaha juga harus mempersiapkan visi atau strategi mengatasi ancaman yang ada, khususnya yang datang dari competitor. Strategi yang perlu diterapkan yaitu harus adanya misi terhadap promosi produk salai lele dumbo harus lebih kompetitif dan berbagai cara, memungkinkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk perluasan area lahan produksi dan cabang usaha ikan salai lele dumbo dengan demikian membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat serta tidak terjadinya perubahan selera konsumen walaupun adanya perubahan teknologi untuk mengolah ikan lele dumbo menjadi olahan lain dan walaupun banyak berkembang produk pengganti di pasar lokal.

5.3 Merumuskan Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera

Berdasarkan Tabel 14 Faktor-faktor Internal SAP dan Tabel 16 Faktor-faktor eksternal ETOP diketahui secara kualitatif dan kuantitatif hasil analisis SWOT pemasaran salai lele usaha Patin Sejahtera yang dijelaskan sebagai berikut:

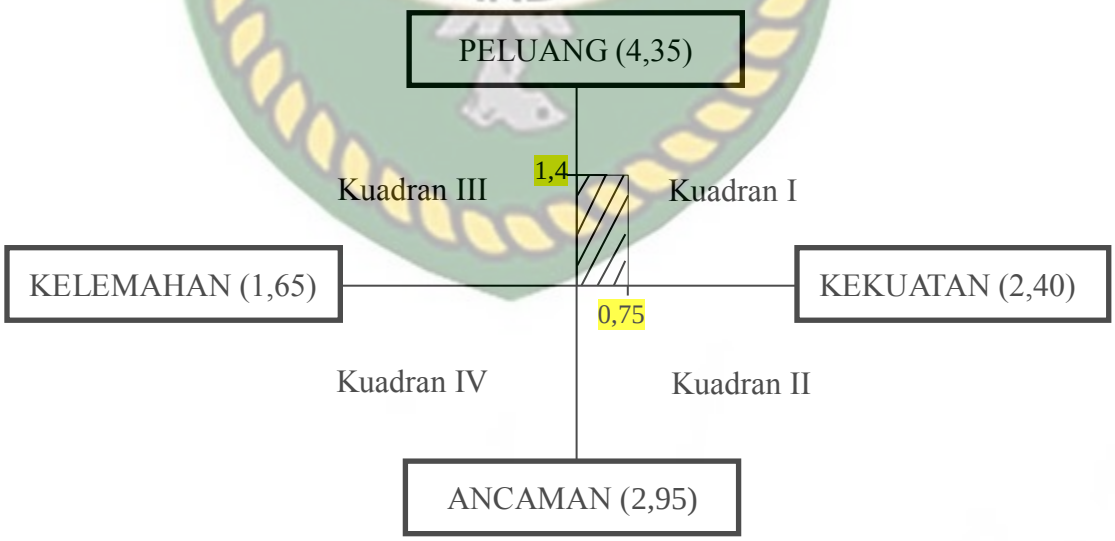
1. Faktor internal pemasaran salai lele yang meliputi kekuatan *(strength)* dan kelemahan *(weaknesses)* yang dianalisis dengan menggunakan metode SAP menunjukkan bahwa nilai dari kekuatan adalah 2,40 dan kelemahan adalah 1,65 sehingga total keseluruhan dari faktor internal adalah 4,05.
2. Faktor eksternal yang meliputi peluang *(opportunities)* dan ancaman *(threats)* yang dianalisis dengan menggunakan metode ETOP menunjukkan bahwa nilai peluang adalah 4,35 dan ancaman adalah 2,95 yang berarti usaha salai lele dumbo harus memiliki langkah-langkah dan strategi dalam menghadapi persaingan sehingga nilai ancaman dapat ditekan.

Selanjutnya dari data tersebut dapat kita lihat bahwa dari faktor internal jumlah bobot nilai untuk faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahannya, artinya faktor kekuatan harus dijadikan sebagai langkah strategi dalam pemasaran salai lele dengan mempertimbangkan faktor peluang dan ancaman

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sebagai pencapaian keberhasilan pemasaran salai lele dumbo. Pada faktor eksternal dapat kita lihat bahwa jumlah bobot nilai untuk faktor peluang lebih besar dibandingkan faktor ancaman. Dalam kondisi ini peluang yang ada harus dipertahankan dan meminimalisasi ancaman sehingga peluang pemasaran salai lele yang ada dapat dicapai. Adapun strategi pemasaran salai lele dumbo usaha Patin sejahtera setelah menentukan posisi perusahaan melalui SAP yaitu Posisi kuat *(strong)* dan jenis usahanya melalui ETOP yaitu pada usaha *ideal* maka peneliti dapat melakukan analisis SWOT, Setelah faktor internal SAP dan faktor Eksternal ETOP di rumuskan maka hasil tersebut di rumuskan kedalam strategi penggabungan SAP, ETOP maka posisi perusahaan dalam matriks SWOT.

Dalam hal ini analisis SWOT ditunjukkan untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi berdasarkan data faktor-faktor internal dan eksternal dari skor pembobotan diatas selanjutnya diplotkan pada gambar analisis diagram sebagai berikut :



Gambar 6. Kuadran Hasil Analisis SWOT.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari perpotongan keempat garis faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, skor pada peluang dikurangi dengan skor ancaman maka titik koordinat diperoleh 1,4 maka selisih tersebut terletak pada peluang dari suatu usaha dan hasil dari skor kekuatan dikurangi dengan kelemahan yaitu sebesar 0,75 selisih tersebut terletak pada kekuatan.

Analisis SWOT yang dilakukan selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar dalam penentuan strategi pemasaran salai lele dumbo usaha Patin Sejahtera, matriks SWOT dibangun berdasarkan hasil analisis faktor-faktor strategi baik internal maupun eksternal yang terdiri dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil analisis pada matriks SWOT ini terletak pada kuadran I yaitu strategi SO *(Strenght dan Opportunities)* merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengambil kekuatan dari peluang, strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan untuk pengusaha salai lele dumbo karena memiliki peluang dan kekuatan, yang mana dengan mempertahankan kekuatan seperti kerja sama pengusaha ikan salai lele dumbo dengan pedagang pasar dan pemilik rumah makan sehingga dapat meraih keuntungan yang dimiliki pengusaha salai lele dumbo, dengan sedikitnya pesaing yang memproduksi produk yang serupa tetap menjadikan peluang bagi usaha Patin Sejahtera.

Bukti fisik produk yang bagus tetap menjadi kekuatan untuk pemasaran salai lele dumbo, karna banyaknya peningkatan permintaan pasar maka pengusaha menjaga hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku sehingga menjadikan kerja sama untuk prospek jangka panjang dan mencegah agar tidak terhambat proses produksi ikan salai lele dumbo apabila tidak terjadi hubungan baik dengan pemasok

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

bibit dan bahan baku, pengusaha memanfaatkan peluang usaha tersebut sebesar-besarnya agar dapat memperoleh tingkat keberhasilan yang tinggi dalam memasarkan ikan salai lele dumbo.

Analisis SWOT akan memberikan hasil yang baik jika perusahaan mampu menggunakan setiap kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh usaha dengan baik serta meminimalkan setiap kelemahan dan ancaman, ancaman yang paling berpengaruh pada usaha Patin Sejahtera seperti menurunnya daya beli masyarakat terhadap pembelian salai lele dumbo dengan adanya perubahan teknologi maka pesaing mampu mengolah ikan lele dumbo menjadi berbagai jenis produk olahan lain yang lebih inovasi yang mungkin akan terjadi di suatu usaha dalam prospek jangka panjang.

Gabungan hasil rumusan strategi yang dapat diterapkan untuk pemasaran salai lele dumbo Patin Sejahtera di Kelurahan Duri Timur Kecamatan Mandau, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 18. Strategi SAP dan ETOP Pemasaran Salai Lele Dumbo Patin Sejahtera.

ETOP / SAP	Bisnis Ideal	Usaha Dewasa	Usaha Spekulatif	Usaha Gawat
Dominant	I	I	I	I
Strong	I	I	I	C
Favourable	I	I	C	D
Tenable	I	C	D	D
Weak	C	D	D	D
Avoid	D	D	D	D

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sebelumnya diketahui bahwa faktor internal dan eksternal usaha ketika di masukkan ke dalam rumusan strategi Berdasarkan hasil diatas, dengan posisi aman perusahaan dan usaha yang ideal, maka strategi yang digunakan adalah strategi investasi (invest). Hasil rumusan strategi menjelaskan bahwa posisi usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera berada pada posisi kuat dan berpotensi untuk mempertahankan perkembangan usaha menjadi besar, dengan ditunjang oleh perencanaan strategi pemasaran yang tepat.

Berdasarkan hasil kuadran SWOT posisi usaha salai lele dumbo Patin Sejahtera berada pada kuadran I, yang artinya bahwa perusahaan harus menjadikan peluang dari usaha sebagai kekuatan yang kuat agar usaha dapat bertahan dan berkembang secara terus menerus. Salah satunya mempertahankan peluang hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku sehingga menjadikan kerja sama untuk prospek jangka panjang, dan menjadikan kekuatan adanya kontrak yang dilakukan pengusaha ikan salai lele dumbo dengan pedagang pasar dan pemiliki rumah makan serta pedagang menjadi konsumen tetap yang aktif membeli walaupun ada yang menjual sesama produk yang memiliki strategi promosi yang lebih kompetitif dan efektif sehingga menjadikannya sebagai strategi bertahan dan harus mengatasi berbagai macam kelemahan yang terdapat pada usaha agar usaha tetap unggul serta harus maksimal menghadapi dan menghindari banyak ancaman yang terdapat pada usaha sehingga berkonsentrasi pada peluang-peluang yang terdapat pada usaha.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Matriks SWOT strategi yang diperoleh adalah strategi SO, pada umumnya suatu usaha berusaha melaksanakan strategi-strategi WO, ST, WT untuk menerapkan strategi SO, strategi tersebut dapat diketahui beberapa strategi untuk pemasaran salai lele dumbo usaha Patin Sejahtera ini yaitu :

1. Pengusaha salai lele dumbo Patin Sejahtera sebaiknya lebih menjaga kualitas produk salai lele dengan adanya kondisi perekonomian yang membaik.
2. Meningkatkan pengetahuan pengusaha salai lele dumbo dalam memasarkan produknya dengan cara memberikan penyuluhan dan pelatihan, pelayanan tersebut hingga keluar daerah.
3. Melakukan diversivikasi produk olahan salai lele dumbo ke dalam bentuk *packaging* dalam melakukan pemasaran.
4. Melakukan promosi produk salai lele dumbo ke berbagai daerah melalui promosi seperti spanduk atau brosur sehingga lebih diketahui masyarakat luas.

Selanjutnya, dengan adanya ke empat strategi tersebut sangat berdampak baik terhadap pengusaha salai lele dumbo untuk kedepannya. Pengusaha salai lele dumbo agar dapat memberikan atau menciptakan produk olahan lainnya dari salai lele dengan tujuan pengusaha salai lele dumbo dapat meraih keuntungan yang lebih. Kemudian dalam kemasan produk salai lele dumbo di beri merek yang khusus dan ukuran yang bervariasi serta tersedianya standar gizi dalam produk dengan tujuan produk salai lele dumbo dapat dikenal dan dibedakan dengan hasil produk olahan pengusaha salai lele lainnya.

Strategi diatas dapat dilihat bahwa posisi usaha berada pada posisi invest (I) yaitu pengusaha dapat memanfaatkan keunggulan dari suatu usaha dan tetap

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mempertahankan peluang yang besar dan potensial yang terdapat pada usaha patin sejahtera, posisi investasi di lihat bila perusahaan mempunyai keunggulan strategi yang dinyatakan dalam keunggulan yang positif, maka pilihan strategi yang baik yang bisa dilaksanakan oleh pengusaha salai lele dumbo yaitu melakukan investasi yaitu dengan menambah sejumlah modal untuk kepentingan usaha agar usaha lebih berkembang dan membuka cabang usaha di luar daerah sehingga dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat dan harus melakukan promosi produk salai lele dumbo secara terus menerus ke berbagai daerah sehingga lebih diketahui masyarakat luas serta melakukan upaya-upaya peningkatan kinerja terhadap pemasaran salai lele dumbo sehingga menjadikan usaha Patin Sejahtera, usaha yang terjamin dalam jangka panjang.

Mengetahui bahwa posisi usaha Patin Sejahtera pada analisis SAP adalah posisi kuat *(strong)* maka usaha tersebut berada pada posisi yang memiliki keunggulan dan paling berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha dan posisi usaha pada analisis ETOP adalah usaha ideal berarti usaha yang memiliki peluang baik sangat tinggi dan sukses mencapai keberhasilan dari usaha, dari matriks SWOT strategi yang diperoleh adalah strategi SO ini berarti menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan untuk pengusaha salai lele dumbo sehingga strategi dari SAP, ETOP dan SWOT diperoleh strategi gabungan, strategi dari ketiganya adalah strategi invest (I) maka merupakan strategi yang mempunyai satu tujuan yaitu sama-sama menguntungkan bagi usaha Patin Sejahtera.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Pengusaha salai lele dumbo usaha Patin Sejahtera berada pada kelompok umur yang produktif , yaitu 33 tahun. Lama pendidikan pengusaha ≥ 12 tahun, pedagang pasar serta rumah makan termasuk dalam kategori umur produktif bekerja, yaitu rata-rata 38 tahun. Pengalaman berusaha pengusaha 9 tahun dan pedagang pasar serta rumah makan rata-rata pada kelompok 0-15 tahun, jumlah anggota keluarga pengusaha dan tenaga kerja rata-rata berjumlah 3 orang. Jumlah pedagang pasar 13 orang dan rumah makan sebanyak 2 usaha rumah makan dan konsumen 15 orang. Profil usaha Patin Sejahtera berdiri pada tahun 2011. Skala usaha yang dilakukan adalah skala usaha rumah tangga (kecil). Penggunaan sarana produksi adalah pengusaha budidaya bibit ikan lele di kolam terpal dan kolam tanah, bahan baku yang digunakan dari pemasok bahan baku, jumlah tenaga kerja yang digunakan sebanyak 5 orang termasuk pengusaha salai lele dumbo Patin Sejahtera, dan sumber modal diperoleh sendiri dari keluarga. Pemasaran dilakukan langsung kepada pedagang pasar, rumah makan dan konsumen.
2. Faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran salai lele dumbo, dari total skor pembobotan faktor internal SAP kekuatan dan kelemahan diperoleh posisi usaha yaitu kuat *(strong)* dan pada faktor eksternal ETOP peluang yang dianalisis menggunakan EOE dan ancaman yang dianalisis menggunakan ETE usaha berada pada posisi bisnis *ideal* dan usaha dewasa,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tingkat ancaman pada usaha dewasa relatif rendah sehingga tingkat sangat gawat pada usaha Patin Sejahtera cenderung kecil.

3. Rumusan strategi pemasaran salai lele dumbo menggunakan analisis SWOT ditunjukkan untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi berdasarkan hasil analisis pada matriks SWOT diperoleh koordinat (1,4 : 0,75) yang mana koordinat ini terletak pada kuadran I yaitu strategi SO *(Strenght dan Opportunities)*, dan rumusan strategi berada pada posisi invest (I) yang artinya strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Pemasaran salai lele dumbo usaha Patin Sejahtera memiliki kekuatan usaha dan peluang, dengan kekuatan yang dimiliki seperti adanya kerja sama pengusaha dengan pedagang pasar dan pemilik rumah makan dipertahankan maka peluang hubungan baik dengan pemasok bibit bahan baku harus dijaga sebaik-baiknya sehingga menjadikannya kerja sama untuk prospek jangka panjang agar dapat meraih peluang kentungan yang besar.

6.2 Saran

1. Pengusaha dan tenaga kerja salai lele dumbo Patin Sejahtera memiliki golongan umur yang produktif, sehingga untuk kedepannya tenaga kerja yang digunakan pada usaha Patin Sejahtera harus tetap produktif agar bisa memberikan ide atau saran untuk meningkatkan strategi produksi dan pemasaran salai lele dumbo.
2. Strategi pemasaran yang ada pada usaha Patin Sejahtera sebaiknya dapat dijalankan dengan lebih baik lagi untuk kedepannya, mengingat jumlah permintaan pasar yang meningkat pengusaha perlu membudidayakan bibit sendiri dengan cara memperluas area lahan produksi, menambah jumlah kolam

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dan tenaga kerja, dengan demikian hal tersebut dapat berpengaruh terhadap perkembangan usaha Patin Sejahtera.

3. Strategi yang sudah dilakukan pada usaha Patin Sejahtera menggunakan analisis faktor internal SAP kekuatan pada posisi *Strong* dan faktor eksternal ETOP peluang pada usaha ideal. Pada hasil matriks SWOT strategi usaha berada pada strategi SO dan rumusan strategi yang diperlukan adalah invest (I). Kedepannya agar usaha salai lele Patin Sejahtera dapat lebih mempertahankan usahanya, pengusaha harus dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki dan pedagang yang menjadi konsumen aktif membeli dapat menambah dan meningkatkan omset penjualannya.
4. Perlu adanya perhatian pemerintah seperti mitra usaha lain *(stakeholder)* untuk memberikan penyuluhan atau pengembangan perikanan ikan lele dumbo di Kecamatan Mandau sebagai bahan baku dalam pengolahan salai lele dumbo dan memperhatikan kelancaran pemasaran ikan salai lele dumbo untuk jangka panjang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Angipora . 2002. Dasar-Dasar Pemasaran, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Badan Pusat Statistik. 2018. Provinsi Riau Dalam Angka. Pekanbaru.

Badan Pusat Statistik. 2002. Statistik Indonesia. Jakarta.

Badan Pusat Statistik 2018. Kecamatan Mandau Dalam Angka. Kecamatan Mandau, Duri.

Budianto,S.2012.Analisis Pangan. Penerbit Institut Pertanian Bogor. Bogor.

David 2001. *Marketing Research*, seventh Edition. USA: John Wiley & Sons, Ind.

Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bengkalis. 2018. Media Informasi Digital. Pekanbaru. Riau.

Fahmi, Mirza. 2013, Analisis Strategi pemasaran Kopi Arabika'Bergendaal Koffie' di Kabupaten Bener Meriah. Jurnal Agrisep. 14 (1): 33-40

Fahmi, S. 2015. Analisis Perencanaan Strategi Pemasaran Pada PT. Hapeel Pharmindo. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, 2(3): 344-363

Ferdinand. 1995. Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Ferdinand. 2007. Metode Penelitian Manajemen: Edisi 2, Badan Penerbit. Universitas Diponegoro. Semarang.

Gunawan, A. 2011. Strategi Pemasaran PT. Passion For Handicraft Dengan Pendekatan Analisis SWOT. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Hartanto, A dan Kholil Muhammad.2010.Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran.jakarta barat. Jurnal Teknik Industri. 1 (2) : 36-41

Hendriana, A. 2010. Pembesaran Lele di Kolam Terpal. Penebar Swadaya. Jakarta.

Jauch dan Glueck. 1997. Manajemen dan Strategis Kebijakan Perusahaan. Erlangga. Jakarta.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Jauch dan Glueck. 1999. Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry Sitanggang. Erlangga. Jakarta.

Kinner. 1991. *Marketing Research.* An Applied Approach, 4 Ed. Mc Grow Hill, USA

Kotler. 2001. Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Prehallindo, Jakarta.

Kotler. 2002. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Prehallindo, Jakarta.

Kotler dan Amstrong. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Prehallindo. Jakarta.

Kotler dan Amstrong. 2010. *Principles Of Marketing (Edisi 13). United States Of America.*

Kotler dan Amstrong. 2012. *Principles Of Marketing.Pearson Prentice Hall,inc. New Jersey.*

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Erlangga. Jakarta.

Kurniawati dan Ikhwan. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Mie Sagu (Studi Kasus di PD. LUGINA-Garut). Jurnal STT-Garut. 13(1): 23-65

Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Mahyuddin, K. 2008. Panduan Lengkap Agribisnis Lele. Penebar Swadaya. Jakarta.

Miliyoso, R. Pratikto. Sailah, L. dan Suryani, A. 2007. Analisis Strategi Pemasaran Produk Nata De Coco (Studi Kasus di CV.Graha Agri Industri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat). Jurnal MPI. 2 (2) : 43-53

Mudjiman, A.2011. Makanan Ikan. Penebar Swadaya. Jakarta.

Mulatini,T.A. 2016. Studi Agribisnis Usaha Ikan Lele (Kasus Pada Koperasi Panco Masua Bakat Group) Di Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Skripsi Fakultas Pertanian. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.

Mulyani dan Satriani 2012. Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Rangka Mencapai Ketahanan Pangan di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Jurnal Agribisnis. 8 (2): 51-182.

Pearce dan Robinson. 1997. Manajemen Strategis. Binarupa Aksara. Jakarta.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Prawitasari,S.Y. 2010. Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro, Semarang.

Puspowardoyo, H dan Djarijah, A. 2006. Pembenihan dan Pembesaran Lele Sangkuriang Hemat Air. Kanisius . Yogyakarta.

Putra, W.D. 2018. Pengaruh Ukuran Benih Terhadap Sintesa dan Pertumbuhan Pada Pembesaran Lele Dumbo. Skripsi. Fakultas Pertanian Jurusan Perikanan. Universitas Gadjah Mada.

Rahayu,S. 2014. Budidaya Lele di Lahan Sempit. Infra Pustaka. Sidoarjo.

Rangkuti. 2002. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Rangkuti. 2004. Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. PT. Raja Garfindo Persada, Jakarta.

Rangkuti. 2005. Analisis SWOT Membedah Teknik Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama , Jakarta.

Rangkuti. 2015. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Gramedia Pustaka Utama , Jakarta.

Ratnasari, D. 2011. Teknik Pembesaran Ikan Lele Dumbo *(Clarias gariepinus)*. Skripsi Fakultas Perikanan, Universitas Airlangga, Surabaya.

Siagian. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara, Jakarta.

Siagian. 2011. Manajemen Stratejik. Bumi Aksara, Jakarta.

Simanjuntak,P.J. 1996. Pengantar Ekonomi Sumberdaya Manusia. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia, Jakarta.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Suhendar,U. 2010. Kajian Strategi Ikan Asap *(smoked fish)* di UKM Petikan Cita Halus Citayam. Bogor. Jurnal Manajemen IKM, 5(2): 145-156

Sulistyowaty. 2017. Strategi Pemasaran Ikan Lele "UD Sendang Endah" di Pasar Rejomulyo Semarang *(Marketing Strategies"UD Sendang Endah" In The Market For Fish Catfish Semarang Rejomulyo)*. Jurnal Agromedia, 35(1): 96-105

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Suryaningrum. 2008. Optimalisasi Pemanfaatan Ikan Lele Dumbo *(Clarias gariepinus)* dalam Rangka Mendukung Ketahanan Pangan dari Budaya perikanan. Balai Besar Riset Pengolahan Produk dan Bioteknologi Kelautan dan Perikanan, Jakarta.

Suwarsono. 2000. Studi Kelayanan Proyek, Edisi Keempat. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.Yogyakarta.

Suwarsono. 2002. Manajemen Strategik Konsep dan Kasus. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta.

Swastawaty. 2011. Penerapan Asap Cair Sebagai Alternatif Pemecahan Masalah Polusi Udara Pada Pengolahan Ikan Asap di Indonesia. Diponegoro University Press. Semarang.

The American Marketing Association (AMA), 2012. Yang Dikutip Oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane Yang Diterjemahkan Oleh Bob Sabran. Marketing Management 13. *Pearson Prentice Hall,inc. New Jersey.*

Tjiptono. 2006. Manajemen Jasa. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono,Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Andi Offset. Yogyakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20. 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Majelis Permusyawaratan Rakyat RI, Jakarta.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :