

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA USAHA TERNAK LELE AS-SALAAM

Awang Surya¹, Wilarso^{2*}, Verry Surya Hendrawan³, Mustopa Idris⁴

^{1,2,3,4} Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah Cileungsi, Indonesia

E-mail: wilarso@sttmcileungsi.ac.id

²Corresponding Author

ABSTRAK

Meskipun secara teknis mudah dilaksanakan, juga tidak dibutuhkan keahlian yang sangat tinggi tapi kenyataan banyak usaha ternak lele jalan di tempat. Usaha ternak lele As-Salaam yang sudah berdiri sejak tahun 2012 juga demikian. Secara umum tidak ada perkembangan yang signifikan sejak berdiri sampai saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan beberapa faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi usaha ternak lele As-Salaam. Selanjutnya diharapkan dapat merumuskan strategi bagi pengembangan usaha pada peternakan lele As-Salaam. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian adalah posisi peternakan lele As-Salaam berada di kuadran I diagram kartesius SWOT, maka rekomendasi yang diberikan strategi progresif. Strategi terbaik adalah SO yaitu pemanfaatan kekuatan untuk meraih peluang. Kekuatan terbaik yang dimiliki adalah penggunaan medsos dalam hal ini Youtube untuk pemasaran. Peluang yang terbesar adalah munculnya produsen makanan olahan daging lele.

Kata kunci: Pengembangan usaha, ternak lele, swot

ABSTRACT

Although it is technically simple to implement and doesn't require a high level of competence, many catfish farms really operate on the spot. The 2012 establishment of the As-Salaam catfish business is likewise the same. Since the organization's founding until this point, there has generally been no significant development. The goal of this study was to identify several aspects of the As-Salaam catfish industry's strengths, shortcomings, opportunities, and dangers. Additionally, developing a business growth strategy for As-Salaam catfish farms is expected. SWOT analysis and descriptive research techniques were both used in this study. According to the research, the As-Salaam catfish farm is located in quadrant I of the Cartesian SWOT map, hence a progressive strategy is advised. The most effective tactic is SO, or using one's strengths to take advantage of opportunities. The usage of social media, in this case YouTube, for marketing, is its strongest point. The biggest opportunity is the rise of the processed catfish food industry.

Keywords: *swot, catfish farming, and business development.*

Naskah diterima :13-06-2023,Naskah direvisi :07-09-2023, Naskah dipublikasikan : 29-09-2023

JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN

Vol 13 Nomor 2 (2023)

PENDAHULUAN

Persaingan usaha semakin lama semakin sengit. Strategi adalah sesuatu yang penting dalam memenangkan persaingan usaha. Sayangnya, usaha Kecil dan Menengah belum memiliki perhatian yang serius untuk menerapkannya dalam kegiatan usaha mereka (Pakasi & Kartikawati, 2013).

Usaha peternakan lele adalah satu jenis usaha yang bisa menjadi pilihan bagi siapa saja yang ingin berusaha. Hal ini karena usaha peternakan lele memiliki beberapa kelebihan, yaitu secara teknis relatif mudah pelaksanaannya, permintaan pasar yang cukup tinggi dan untuk memulai usaha kebutuhan modalnya tidak terlalu besar (Marlina et al., 2020). Selain itu dengan menggunakan kolam terpal tidak lagi diperlukan lahan yang luas untuk ternak lele (Pelipa, 2016). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa kebutuhan ikan lele semakin hari semakin meningkat (Romadhon et al., 2013).

Kenyataan di lapangan, usaha peternakan lele tidak mudah (M Ali Pahmi et al., 2020). Jika usaha ternak lele tidak dilakukan dengan perencanaan yang matang akan bisa mengakibatkan kerugian (Pramudita & Yuliansyah, 2018). Lele adalah komoditas utama dari Kabupaten Bogor sebagai kawasan Minapolitan budidaya air tawar. Sayangnya, di wilayah Kabupaten Bogor, banyak ditemukan beberapa lahan budidaya lele yang terbengkalai karena usaha ternak lele tidak bisa diteruskan. Beberapa peternak mengalami kebangkrutan karena berbagai sebab (Kurniawan & Triyanti, 2011) (Handayani et al., 2020).

Kecamatan Cileungsi adalah salah satu kecamatan yang ada di wilayah Kabupaten Bogor yang memiliki posisi geografis, yaitu dekat dengan Provinsi DKI Jakarta. Hal ini membuat wilayah ini tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan jumlah warga diikuti dengan tumbuhnya ekonomi di wilayah ini. Salah satu usaha yang berkembang adalah usaha budidaya ikan lele (Surya et al., 2021) (Farisni et al., 2019).

Jumlah peternak lele yang ada di desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor adalah sebanyak 3 (tiga) peternak. Di antara peternak lele tersebut yang paling lama adalah Peternakan Lele As-Salaam. Peternakan lele ini sudah berdiri sejak tahun 2012. Dengan waktu yang sudah sepuluh tahun, usaha ternak lele tersebut seperti jalan di tempat. Tidak ada perkembangan usaha yang signifikan.

Selama ini belum ada bantuan dalam bentuk bimbingan dari pihak mana pun untuk pengembangan usaha ternak lele di Desa Cipenjo. Belum juga ditemukan hasil penelitian terkait dengan peternakan lele yang dilakukan di Kecamatan Cileungsi. Menjadi menarik untuk dilakukan penelitian tentang peternakan lele. Data hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu para peternak lele untuk merumuskan langkah dalam menghadapi persaingan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi usaha ternak lele As-Salaam (Wilarso, Domodite et al., 2021). Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menghasilkan temuan yang menjadi dasar bagi para pemilik usaha ternak lele As-Salaam untuk mengembangkan usahanya. Bagi pengambil kebijakan hasil penelitian ini bisa menjadi masukan bagi disusunnya rencana kerja untuk membantu pengusaha ternak lele di Kecamatan Cileungsi (Wathon, 2018). Dengan hal itu peningkatan ekonomi Kecamatan Cileungsi bisa terlaksana. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah hasil dari penelitian ini selanjutnya akan bisa menjadi dasar bagi dilaksanakannya program Pengabdian kepada Masyarakat bagi Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah Cileungsi.

KAJIAN LITERATUR

Strategi Pengembangan Usaha

Kata Strategi berasal dari bahasa Latin *strategia*, yang diartikan sebagai seni penggunaan rencana untuk mencapai tujuan (Anitah w, 2013). Dalam bahasa lain, strategi adalah suatu rangkaian garis besar tindakan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan (Ahmad, 2020). Penerapan strategi yang tepat sangat diperlukan dalam berbagai kegiatan, terutama dalam kegiatan bisnis. Pemilihan strategi yang tepat dilanjutkan dengan pelaksanaan yang terorganisir membuat organisasi atau perusahaan akan bisa mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Ismail, 2020).

Pada dasarnya, strategi setiap usaha meliputi empat masalah yaitu sebagai berikut (Ahmad, 2020):

1. Pengidentifikasian dan penetapan spesifikasi hasil yang harus dicapai, dengan mempertimbangkan aspirasi masyarakat yang memerlukan
2. Pertimbangan dan pendekatan utama yang ampuh untuk mencapai sasaran
3. Pertimbangan langkah-langkah yang ditempuh sejak awal sampai akhir
4. Pertimbangan dan penetapan tolok ukur keberhasilan atas usaha yang sudah dilakukan

Budidaya Ternak Lele

Ikan lele merupakan ikan air tawar yang sudah banyak dibudidayakan di Indonesia (Apriyanti & Rahimah, 2016). Budidaya ikan lele baik pembenihan maupun pembesaran dapat dijalankan dengan modal besar maupun modal terbatas. Dengan berbagai kemudahannya, budidaya lele dapat mendukung program pemerintah dalam membuka lapangan kerja (Angg, 2018).

Lele banyak menjadi komoditas budidaya pilihan dalam sektor perikanan karena selain mudah penanganannya juga mempunyai nilai ekonomis yang tinggi. Tingginya tingkat konsumsi dalam negeri dan terbukanya pintu ekspor adalah faktor yang menarik. Tidak salah jika semenjak tahun 2009 pemerintah, dalam hal ini Departemen Kelautan dan Perikanan menetapkan lele sebagai komoditas air tawar unggulan (Alviani, 2017).

Selain beberapa hal di atas budidaya lele memiliki beberapa kelebihan lain. Secara umum teknis budidaya lele tidak rumit. Tidak diperlukan pendidikan khusus untuk dapat menjalankan usaha ini. Sudah banyak hasil penelitian dan percobaan yang dilakukan oleh pelaku budidaya lele yang dengan mudah bisa ditiru oleh pelaku usaha baru. Lele bisa hidup dengan kolam dengan kepadatan tinggi sehingga tidak memerlukan lahan luas. Halaman belakang dan samping rumah bisa dimanfaatkan untuk budidaya lele. Dan yang tidak kalah penting, sarana dan prasarana budidaya lele dengan mudah bisa didapatkan di mana saja (Khairuman & Amri, 2012).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah berasal dari singkatan dari empat kata yaitu *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman). Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang memberikan jalan terbaik di dalam menentukan sebuah strategi (Nur'aini, 2020). Di dalam analisis SWOT tercakup dua sisi lingkungan usaha yaitu internal dan eksternal. Dari sisi lingkungan internal dilakukan analisis terkait dua faktor yaitu kekuatan dan kelemahan. Beberapa hal yang terkait adalah SDM, keuangan, fasilitas produksi, kapasitas produksi, kualitas produk, harga, manajemen dan lain-lain. Sedangkan dari sisi lingkungan eksternal dilakukan analisis terkait dengan beberapa faktor di luar perusahaan seperti persaingan, kondisi ekonomi,

peraturan pemerintah, penemuan teknologi baru dan kecenderungan baru di masyarakat.(Srinadi, 2016),(Prambudi, 2020)

Dalam analisis SWOT dilakukan tindakan identifikasi beberapa faktor secara sistematis dalam rangka membuat rumusan strategi perusahaan. Dengan teridentifikasinya kekuatan dan peluang, maka diharapkan dapat dirumuskan langkah untuk memaksimalkan kekuatan guna meraih peluang. Sementara itu dengan teridentifikasinya kelemahan dan tantangan, maka diharapkan dapat diambil langkah meminimalkan dampak ancaman terhadap kelemahan perusahaan(Rangkuty & Fredy, 2004).

Dari analisis SWOT akan dihasilkan empat macam alternatif strategi yaitu (Kristanto et al., 2017):

- a) Strategi SO yaitu strategi menggunakan kekuatan (Strength (S)) untuk memanfaatkan peluang (Opportunity (O)).
- b) Strategi ST, yaitu strategi menggunakan kekuatan (Strength (S)) untuk mengurangi atau menghindari ancaman (Threat (T)).
- c) Strategi WO, yaitu strategi untuk mengurangi kelemahan (Weakness (W)) dengan memanfaatkan peluang (Opportunity (O))
- d) Strategi WT, yaitu Strategi untuk mengurangi kelemahan (Weakness (W)) dan mencegah ancaman (Threat (T)).

METODE

Jenis penelitian

Menurut tujuannya penelitian yang dilakukan ini termasuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif memiliki tujuan memberikan gambaran fenomena yang terjadi, baik sekarang atau di masa lalu(Moh. Nazir, 2014).

Tujuan operasional penelitian

- a) Untuk mengetahui faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada usaha ternak lele As-Salaam
- b) Untuk mengetahui faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi usaha ternak lele As-Salaam
- c) Untuk mendapatkan rumusan strategi pengembangan usaha ternak lele As-Salaam

Tempat dan waktu penelitian

Tempat kegiatan penelitian adalah Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan dalam waktu 6 (enam) bulan.

Objek penelitian

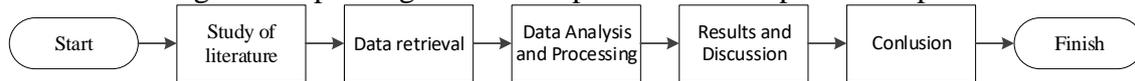
Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah usaha ternak lele As-Salaam yang berada di Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat.

Teknik pengumpulan dan analisis data

Penelitian ini bertumpu pada data primer yaitu data yang didapat melalui penelitian secara langsung yang dalam hal ini didapatkan dengan wawancara kepada pemilik usaha dan pihak yang terkait. Data pendukung adalah data sekunder yaitu data hasil dari kegiatan yang dilakukan oleh peneliti lain(Istijanto, 2009). Dalam hal ini data yang digunakan diambil dari jurnal terkait. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT.

Diagram Alir

Secara ringkas tahapan kegiatan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha ternak lele As-Salam dimiliki oleh 2 (dua) orang jamaah Masjid As-Salaam, yaitu M. Yusuf dan Ari Susanto. Sehari-hari yang terjun langsung menangani kegiatan usaha ini adalah Ari Susanto dibantu oleh keluarga. Budidaya lele dilakukan di kolam terpal di pekarangan rumah Ari Susanto.

Produk usaha ternak lele As-Salaam adalah bibit lele dan ikan lele untuk konsumsi. Bibit lele yang dihasilkan dari pembiakan indukan lele dijual kepada peternak lele yang lain. Awalnya pembeli bibit lele adalah peternak lele di sekitar wilayah Cileungsi, tetapi setelah setelah seseorang kenalan mengunggah peternakan lele As-Salam di akun Youtube miliknya, pembeli mulai menyebar di sekitar Jabodetabek. Saat ini ada juga pembeli dari luar wilayah Jabodetabek. Sedangkan lele untuk konsumsi dijual konsumen secara langsung dan sebagian lagi dijual ke pasar melalui tengkulak. Wilayah penjualan adalah sekitar Kecamatan Cileungsi. Setahun terakhir muncul pembeli baru yaitu pengusaha pengolahan lele menjadi produk makanan yang dibekukan atau yang secara umum dikenal sebagai *frozen food*.

Saat ini usaha ternak lele As-Salaam termasuk kategori usaha mikro. Hal ini karena aset usaha lele As-Salaam kurang dari Rp. 50.000.000 dan omset berkisar Rp. 130.000.000 setahun. Dengan usia yang sudah 10 tahun tentu ini kurang bagus, seharusnya pencapaian usaha sudah lebih baik. Hal ini disetujui oleh para pemilik usaha, bahwa semestinya usaha mereka sudah lebih besar baik dari sisi omset maupun aset (Febrina et al., 2021).

Dari wawancara dan berdiskusi dengan pemilik usaha didapatkan beberapa faktor eksternal yang berpengaruh bagi kelangsungan usaha ternak lele As-Salaam. Beberapa faktor eksternal dikelompokkan menjadi peluang dan ancaman. Tabel 1 menunjukkan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman.

Tabel 1. Peluang dan Ancaman

No.	Peluang	Ancaman
1	Pertumbuhan penduduk di Cileungsi dan sekitarnya	Harga pakan pelet
2	Kemudahan mencari referensi ternak lele	Munculnya peternak baru
3	Perkembangan teknologi ternak lele	Fluktuasi harga jual bibit
4	Munculnya alternatif pakan baru	Cuaca yang tidak menentu
5	Muncul alternatif pengolahan ikan lele	Penyakit ikan lele

Sumber: Data diolah penulis 2023

Beberapa faktor internal dikelompokkan menjadi faktor kekuatan dan kelemahan. Beberapa faktor internal tersebut terlihat dalam Tabel 2.

JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN

Vol 13 Nomor 2 (2023)

Tabel 2. Kekuatan dan Kelemahan

No.	Kekuatan	Kelemahan
1	Kemampuan produksi (bibit dari internal/tidak membeli dari peternak lain)	Kemampuan permodalan
2	Penguasaan ilmu budidaya lele	Soliditas Tim dan kerjasama tim
3	Pemanfaatan medsos untuk pemasaran	Pendidikan SDM kurang
4	Hubungan baik dengan tengkulak	Manajemen keuangan (belum tercatat dengan baik)
5	Semangat belajar dari tim	Sumber air terbatas

Sumber: Data diolah penulis 2023

Dari penelitian didapatkan hasil perhitungan matrik faktor strategi internal atau yang disebut juga IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*). Hal ini tersaji di dalam Tabel 3.

Tabel 3. Matrik IFAS

No.	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Kemampuan Produksi	0.102	3.5	0.358
2	Penguasaan Ilmu Budidaya Lele	0.102	4	0.410
3	Penggunaan Medsos untuk Pemasaran	0.096	5	0.482
4	Hubungan yang Baik dengan Tengkulak	0.102	4	0.410
5	Semangat Belajar Tim	0.102	4	0.410
Sub Total				2.069
No.	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Permodalan	0.102	3.5	0.358
2	Kerjasama dan Soliditas Tim	0.099	4	0.398
3	Pendidikan SDM	0.090	3	0.271
4	Manajemen Keuangan	0.102	4.5	0.461
5	Sumber Air	0.099	4	0.398
Sub Total				1.886

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan perhitungan matriks faktor internal (IFAS) diketahui bahwa faktor kekuatan terbesar adalah kemampuan untuk menggunakan media sosial (medsos) untuk pemasaran. Faktor ini memiliki skor 0.482. Dalam hal ini medsos yang sangat berpengaruh dalam pemasaran adalah Youtube. Sedangkan faktor kelemahan yang terbesar adalah manajemen keuangan. Faktor ini memiliki skor 0.461. Usaha peternakan lele as-Salam belum melakukan pencatatan secara akuntansi. Pencatatan dilakukan hanya untuk belanja saja.

Dari penelitian juga didapatkan hasil perhitungan matrik faktor strategi eksternal atau yang disebut juga EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*). Hal ini tersaji di dalam Tabel 4.

Tabel 4. Matrik EFAS

No.	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Pertumbuhan Penduduk Cileungsi	0.094	3.5	0.330
2	Kemudahan Mencari Referensi Ternak Lele	0.091	4.5	0.409
3	Perkembangan Teknologi Budidaya Lele	0.091	3	0.273
4	Adanya Alternatif Pakan Pelet	0.114	4	0.455
5	Adanya Alternatif Pengolahan Lele	0.104	4.5	0.468
Sub Total				1.933
No.	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Harga Pakan Pelet	0.110	4.5	0.497
2	Adanya Pesaing Peternak Baru	0.071	1.5	0.107
3	Harga Jual Bibit Fluktuatif	0.097	3	0.292
4	Cuaca Tidak Menentu	0.110	4.5	0.497
5	Penyakit Ikan Lele	0.117	3	0.351
Sub Total				1.744

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan perhitungan matriks faktor eksternal (EFAS) diketahui bahwa faktor peluang terbesar adalah adanya alternatif pengolahan lele. Faktor ini memiliki skor 0.468. Dari penggunaan Youtube didapatkan permintaan untuk mengirim kepada pengusaha makanan olahan lele yang diawetkan (*Frozen food*). Permintaan dari pihak usaha frozen food tersebut belum bisa dipenuhi. Sedangkan faktor ancaman yang terbesar ada pada 2 (dua) faktor yaitu harga pakan pelet dan kondisi cuaca yang tidak menentu. Kedua faktor ini memiliki skor 0.497. Harga pakan pelet yang tinggi menjadikan pengeluaran untuk pakan adalah belanja paling tinggi. Sedangkan kondisi cuaca yang tidak menentu sangat buruk bagi perkembangan ikan lele. Faktor ini tidak bisa ditanggulangi.

Tabel 5. Nilai IFAS dan EFAS

IFAS		EFAS	
Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
2.069	1.886	1.933	1.744

Sumber: Data diolah penulis 2023

Tabel 5 menggambarkan total nilai dari faktor-faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS) dari peternakan lele As-Salaam. Perhitungan skor kumulatif dari IFAS dan EFAS dibuat untuk melihat posisi usaha dalam diagram kartesius SWOT. Posisi usaha dalam diagram kartesius SWOT menunjukkan tindakan yang harus oleh organisasi dalam hal ini adalah peternakan lele As-Salaam.

- Perhitungan sumbu mendatar (X): $S - W = 2.069 - 1.886 = 0.183$ (Positif)
- Perhitungan sumbu tegak (Y): $O - T = 1.933 - 1.744 = 0.189$ (Positif)

Hasil perhitungan di atas jika dimasukkan ke dalam diagram kartesius SWOT akan berada di kuadran I. Posisi adalah posisi terbaik bagi satu usaha. Dengan ini maka strategi yang direkomendasikan adalah progresif. Dalam hal ini usaha peternakan lele As-Salaam perlu menggunakan kekuatan internal untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Ini saat yang tepat bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi.

Dengan memperhatikan hasil analisis matrik IFAS dan IFAS didapatkan faktor kekuatan terbesar adalah Penggunaan Medsos untuk Pemasaran dengan skor 0.482 dan peluang terbesar adalah Adanya Alternatif Pengolahan Lele yaitu muncul produsen baru

JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN Vol 13 Nomor 2 (2023)

pengolahan daging lele, dengan skor 0.468. Maka strategi SO yaitu menggunakan *Stength* (kekuatan) untuk meraih *Opportunity* (Peluang) yang ada.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa strategi pilihan yang terbaik bagi usaha Ternak Lele As-Salaam adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*). Hal ini serupa dengan penelitian sejenis yang dilakukan di wilayah Kecamatan Blimbing, Malang, Jawa Timur (Fatmala, 2016). Perbedaannya adalah faktor kekuatan utama yang dimiliki oleh masing-masing usaha ternak lele.

Usaha Ternak Lele As-Salaam direkomendasikan untuk pemanfaatan medsos semaksimal mungkin untuk meraih pasar baru yaitu produsen makanan olahan daging lele. Selama ini usaha peternakan lele As-Salaam hanya menggunakan akun Youtube milik seorang kenalan untuk memasarkan produknya, selanjutnya perlu membuat akun sendiri agar mendapatkan hasil maksimal dan tidak tergantung kepada pihak lain. Penggunaan Youtube untuk pemasaran produk ini tidak dilakukan oleh usaha-usaha lele yang ada. Hal ini karena sebagian besar pemilik usaha lele adalah warga dengan pendidikan rendah. Umumnya mereka relatif kurang melek teknologi. Sedangkan Usaha Ternak Lela As-Salaam salah seorang pemiliknya adalah lulusan perguruan tinggi. Pemilik usaha ternak Lele As-Salaam juga masih berusia di bawah lima puluh tahun.

PENUTUP

Simpulan

Saat ini posisi usaha Peternakan Lele As-Salaam berada pada kondisi yang menguntungkan. Usaha ini memiliki kekuatan yang baik di tengah peluang yang besar. Strategi pilihan yang terbaik adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*). Kekuatan terbesar adalah penggunaan medsos untuk pemasaran, faktor ini perlu dimaksimalkan untuk meraih pasar baru yaitu munculnya beberapa produsen makanan olahan daging lele. Selanjutnya di masa depan perlu dilakukan penelitian kepuasan pelanggan dari usaha Ternak Lele As-Salaam untuk mengukur sejauh mana pelanggan mereka puas. Ini sebagai pelengkap strategi untuk memenangkan persaingan.

Saran

Usaha Peternakan Lele As-Salaam perlu melakukan tindakan ekspansi untuk meraih keuntungan. Tindakan perbaikan yang penting dilakukan adalah penerapan manajemen keuangan dengan melakukan pembukuan yang baik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah Cileungsi yang telah memberikan dana hibah penelitian internal.

REFERENSI

Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis* (1st ed.). Nas Media Pustaka.

Alviani, P. (2017). *Cara Sukses Budidaya Ikan Lele* (T. Sutanto (ed.); 1st ed.). Bio Genesis.

Angg, K. (2018). *Sukses Budidaya Lele Kolam Terpal* (1st ed.). Ilmu Media Publishing.

anitah w, S. (2013). Strategi Pembelajaran ekonomi dan koperasi. *Gadis*.

- Apriyanti, R. N., & Rahimah, D. S. (2016). *Akuaponik Praktis* (1st ed.). Trubus Swadaya.
- Farisni, T. N., Uswatun Hasanah, & Arphi, N. (2019). Budidaya Lele System Bioflok, Demplot, PKW. *Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Fatmala, A. (2016). *Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Lele (Clarias batrachus) pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) "LAZZSI" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Malang Propinsi Jawa Timur*. Univeritas Brawijaya.
- Febrina, I., Nurlitasari, L., & Wati, L. N. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAPKEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP BRAND IMAGE. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2). <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.402>
- Handayani, M., Cahya Vikasari, & Oto Prasadi. (2020). Akuaponik sebagai Sistem Pemanfaatan Limbah Budidaya Ikan Lele di Desa Kalijaran. *Jurnal Teknologi Dan Rekayasa Manufaktur*, 2(1). <https://doi.org/10.48182/jtrm.v2i1.21>
- Ismail. (2020). *Manajemen Stretegik Sektor Publik* (1st ed.). Qiara Media.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran* (1st ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Khairuman, H., & Amri, K. (2012). *Pembesaran Lele di Berbagai Jenis Kolam* (Tinton (ed.); 1st ed.). AgroMedia Pustaka.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset ukm percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (Sesindo)*.
- Kurniawan, T., & Triyanti, R. (2011). Profil Usaha Budidaya Ikan Lele di Kabupaten Bogor. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*. <https://doi.org/10.15578/marina.v6i2.5812>
- M Ali Pahmi, Ahmad Maulana, Mansyur Sidik, & Rizki Maulana. (2020). PERSEPSI GAP KUALITAS DAN PENGEMBANGAN PRODUK PADA INDUSTRI BERBASIS KEDELAI DI UMKM TAHU CILEUNGSI. *TEKNOSAINS : Jurnal Sains, Teknologi Dan Informatika*, 7(2). <https://doi.org/10.37373/tekno.v7i2.12>
- Marlina, E., Aghitsnillah, N. Q., Aruhi, N., Rosyid, N. M., Maharani, L. E., Mudakir, F., Sri Wilujeng, E. W., Ekariani, A., Ocvando, K., Hidayat, F., Pawestri, N. A., & Al Farrosi, F. U. (2020). Budidaya Lele Sebagai Bentuk Penujang Swasembada Pangan Bagi Masyarakat Desa. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v1i2.6468>
- Moh. Nazir. (2014). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*. <https://doi.org/978-979-450-173-5>
- Nur'aini, F. (2020). Teknik Analisis Swot. In *Anak Hebat Indonesia* (p. 194).
- Pakasi, D. T., & Kartikawati, R. (2013). Antara kebutuhan dan tabu: pendidikan seksualitas dan kesehatan reproduksi bagi remaja di SMA. *Jurnal Makara Seri Kesehatan*, 2(17), 79–81. <https://doi.org/10.7454/msk.v17i2.xxxx>

JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN
Vol 13 Nomor 2 (2023)

- Pelipa, E. D. (2016). Analisis Kelayakan Finansial Budidaya Ikan Lele Kolam Terpal. *VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.
- Prambudi, B. (2020). PERAN INVESTASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KABUPATEN JEPARA, TAHUN 2012-2016. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.37932/j.e.v8i2.42>
- Pramudita, N. I., & Yuliansyah, H. (2018). MOSELE : APLIKASI MOBILE LEARNING BUDIDAYA LELE SISTEM TERPAL BERBASIS ANDROID. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan)*. <https://doi.org/10.30743/infotekjar.v2i2.178>
- Rangkuty, & Fredy. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia.
- Romadhon, I. K., Nur, I., Ms, K., Yulianingsih, R., & Mt, S. T. P. (2013). Desain Optimal Pengolahan Sludge Padat Biogas Sebagai Bahan Baku Pelet Pakan Ikan Lele. *Jurnal Bioproses Komoditas Tropis*.
- Srinadi, N. L. P. (2016). Analisis SWOT Sebagai Dasar Menentukan Strategi Pemasaran Kompetitif (Studi Kasus: Usaha Jasa Dekorasi X). *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi 2016 (SENTIKA 2016)*.
- Surya, A., Tinggi, S., & Muhammadiyah, T. (2021). *Analisis faktor penghambat umkm di kecamatan cileungsi*. 11, 342–350.
- Wathon, S.-. (2018). Peningkatan Performa Budidaya Lele Dumbo (*Clarias garipenus*, Burch) Di Desa Serut Kecamatan Panti Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. *Warta Pengabdian*, 12(2). <https://doi.org/10.19184/wrtp.v12i2.8118>
- Wilarso, Domodite, A., Saputri, I. N., & Pahmi, M Ali, H. S. L. (2021). *Assistance in the Production of Cracker Snacks in the Cileungsi Area*. 18(2), 36–47.