

Strategi Pengembangan Bisnis Ikan Cupang

Tri Prihartatik¹, Eka Askafi², Ahsin Daroini³

Magister Manajemen, Universitas Islam Kediri Kediri

E-mail : tatitri2001@yahoo.com¹, eka_askafi@uniska-kediri.ac.id², ade@uniska-kediri.ac.id³

Abstract

Betta fish cultivation has been established since 1996 starting from the formation of the Karya Mina fish cultivator group in Ketami Village, Pesantren District, Kediri City. These cultivation activities continue to develop so that in 2022 the City of Kediri was confirmed as a Fisheries Village for Ornamental Fish Cultivation by the Ministry of Maritime Affairs and Fisheries. With the existing potential, the right strategy is needed in developing the Betta fish business. This research was conducted at Betta fish farming business locations covering 6 groups of fish cultivators in Ketami Village, Pesantren Village, Bavang Village, and Jamsaren Village, Pesantren District, Kediri City, using qualitative methods. Based on the SWOT analysis, it is known that the appropriate development strategy is the SO strategy. Further analysis uses QSPM to determine the priority of the existing alternative strategies. The main alternative strategy was found, namely Optimizing information technology for Betta type variants, production quantity, and cultivation techniques. The second alternative strategy is to open the market with various types and prices of betta. And the last alternative strategy is to utilize government support, other parties, and institutions for business development.

Keywords : *Betta fish, business development, SWOT analysis, QSPM analysis*

A. Latar Belakang Teoritis

Sektor perikanan yang memiliki keunggulan kompetitif untuk menggerakkan perekonomian nasional adalah komoditas ikan hias, baik ikan hias air laut maupun air tawar, karena sangat potensial sebagai sumber pendapatan masyarakat dan penghasil devisa negara. Budidaya ikan hias ternyata mampu memberikan kehidupan bagi banyak orang yang menekuninya. Salah satu ikan hias tawar Indonesia yang dikembangkan adalah ikan cupang (*Betta splendens*).

Ikan Cupang (*Betta sp.*) merupakan ikan air tawar yang habitat asalnya adalah beberapa negara di Asia Tenggara, antara lain Indonesia, Thailand, Malaysia, Brunei Darussalam, Singapura, dan Vietnam (BKIPM, 2020). Ikan tersebut memiliki salah satu kelebihan yaitu kemampuan bernapas dengan mengambil oksigen langsung dari udara. Hal ini terjadi karena adanya alat pernapasan tambahan yaitu labyrinth, yang terletak di dalam rongga insang sebelah atas (Oscar, 2018). Sehingga ikan ini memiliki ketahanan hidup lebih lama walaupun tanpa aerator dibandingkan ikan lain. Dan hal ini memudahkan dalam proses pengiriman ikan ke luar daerah ataupun ke luar negeri. Untuk itu diperlukan strategi dalam pengembangan bisnis ikan cupang.

Komoditi perikanan unggulan di Kota Kediri adalah ikan Cupang. Dengan daerah

penghasil ikan cupang terbesar adalah Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Sejak tahun 1996 telah terbentuk kelompok pembudidaya ikan yang khusus melakukan budidaya ikan hias cupang di Kelurahan Ketami. Hingga akhirnya kegiatan itu terus berkembang ke daerah sekitarnya.

Produksi dan Nilai Produksi ikan Cupang tahun 2020 di Kota Kediri

Bulan	Produksi Ikan Cupang (ekor)		Nilai Produksi Ikan Cupang (Rp)	
	Dewasa	Benih	Dewasa	Benih
Januari	250,000	2,400,000	150,000,000	192,000,000
Februari	230,000	2,300,000	138,000,000	184,000,000
Maret	150,000	1,500,000	90,000,000	120,000,000
April	120,000	1,100,000	72,000,000	88,000,000
Mei	70,000	1,000,000	42,000,000	80,000,000
Juni	400,000	2,500,000	240,000,000	200,000,000
Juli	180,000	2,000,000	108,000,000	160,000,000
Agustus	200,000	2,000,000	120,000,000	160,000,000
September	250,000	2,300,000	200,000,000	230,000,000
Oktober	400,000	2,600,000	400,000,000	390,000,000
Nopember	500,000	2,800,000	750,000,000	476,000,000
Desember	600,000	3,000,000	1,200,000,000	600,000,000
total	3,350,000	25,500,000	3,510,000,000	2,880,000,000

Sumber : Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Kediri.

Strategi-strategi perusahaan dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal (Lawrance, 2004). Pertama kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) merupakan aspek internal yang dimiliki oleh perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen,

dan budaya perusahaan. Kedua Faktor eksternal dapat mempengaruhi terbentuknya *opportunity* dan *threat* (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

Pada pengembangan bisnis ikan Cupang perlu mengidentifikasi setiap kekuatan, kelemahan, dan peluang serta ancaman. Untuk memenuhi tuntutan ini digunakanlah analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang memiliki peran penting dalam menetapkan suatu strategi organisasi. Analisis SWOT merupakan cara sistematis dalam melakukan analisis terhadap ancaman dan kesempatan agar dapat membedakan keadaan lingkungan yang akan datang sehingga dapat mengantisipasi masalah yang mungkin akan timbul nantinya.

Pada tahap pengambilan keputusan (Decision Stage) digunakan disebut QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis ini memperlihatkan daya tarik relatif dari beberapa alternatif strategi dan pemilihan strategi yang lebih spesifik dengan penggunaan informasi dari tahap masukan untuk secara obyektif mengevaluasi alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT. Dengan analisa SWOT dan QSPM tersebut diharapkan dapat mengoptimalkan bisnis ikan Cupang dan mengetahui strategi pengembangan bisnis ikan Cupang yang tepat untuk diterapkan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Faktor internal dan eksternal yang didapat dari lokasi penelitian kemudian diuji dengan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT dilakukan pengujian lebih lanjut menggunakan QSPM. Hasil analisis QSPM berupa urutan prioritas alternatif strategi. Sehingga didapatkan strategi pengembangan bisnis ikan cupang. Penelitian dilakukan pada lokasi budidaya ikan

cupang di Kecamatan Pesantren Kota Kediri meliputi 6 kelompok pembudidaya ikan

C. Hasil Dan Pembahasan

Faktor Internal

Strenght/Kekuatan

- Tersedianya varian jenis cupang yang banyak

Pada saat ini varian jenis cupang yang dikembangkan para pembudidaya sangat banyak jenisnya. Jika dilihat dari morfologi bentuk siripnya ada yang jenis serit, plakat, dan halfmoon. Sedangkan yang berukuran besar masuk dalam jenis giant. Jika dilihat dari bentuk sirip ekornya (sirip caudal) ada jenis one tail dan double tail. Jika dilihat dari bentuk sirip dadanya (sirip pectoral) ada jenis normal size, double ears, dan big ears. Sedangkan jika dilihat dari warnanya ada jenis cendolan dan multicolour. Komposisi warna juga menciptakan jenis-jenis tertentu, seperti hitam sempurna (black orchid), 3 warna dengan dominan biru dan memiliki sisik mengkilat berwarna biru (galaxy), dan lain-lain. Diversifikasi produk ikan cupang disesuaikan dengan pasar yang ada. Hal ini sesuai dengan adanya segmentasi pasar, dimana masing-masing segmen konsumen memiliki karakteristik, kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri (Radiosunu, 2001). Para pembeli dapat membeli ikan sesuai kebutuhannya apakah untuk kontes, koleksi pribadi, ataupun dijual kembali.

- Adanya kelembagaan pokdakan

Kelembagaan kelompok merupakan wilayah binaan dari Kementerian Kelautan dan Perikanan dan OPD dibawahnya yang membawahi. Adanya kelembagaan dapat melakukan tukar informasi mengenai teknik budidaya, pemasaran, maupun permodalan. Kelompok aktif melakukan pertemuan minimal 1 bulan sekali. Pada beberapa kelompok terdapat aturan bagi anggota yang tidak mengikuti pertemuan sebanyak 3 kali akan dihapuskan keanggotaannya. Beberapa kelompok juga aktif dalam melakukan kegiatan simpan pinjam dan mendirikan koperasi. Dengan adanya kelembagaan maka mempermudah dalam melakukan

pembinaan dan kelompok dapat mengakses program pemerintah. Pengajuan bantuan program pemerintah mewajibkan dalam bentuk kelompok bukan perorangan.

- Kuantitas produksi yang masih bisa dikembangkan

Pada tahun 2019 produksi ikan Cupang mencapai 32.938.300 ekor terdiri atas benih dan ikan Cupang dewasa. Walaupun pada tahun berikutnya produksi ikan Cupang mengalami penurunan yang disebabkan turunnya permintaan pasar. Kapasitas produksi ikan Cupang secara kuantitas di lapangan masih bisa ditingkatkan sesuai permintaan pasar.

Produksi dan nilai produksi ikan Cupang tahun 2019-2021

TAHUN	2019	2020	2021
PRODUKSI (EKOR)	32.938.300	29.087.500	23.843.800
NILAI PRODUKSI (Rp)	4.360.460.000	6.504.200.000	6.721.025.000

Sumber : Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Kediri, 2022

- Tersedianya kisaran harga yang luas
 Harga yang ditawarkan sangat variatif. Untuk ukuran benih mulai Rp 100,- sampai dengan Rp 500,-. Lancuran Rp 700,- sampai dengan Rp 1.500,-. Untuk dewasa Rp 2.000,- sampai dengan Rp 5.000,-. Harga tersebut merupakan kisaran harga normal. Untuk jenis yang unik dan langka bisa Rp 50.000,- sampai Rp 150.000,- per ekor. Dengan adanya kisaran harga yang luas maka pembeli yang datang dapat mencari produk yang sesuai dengan kebutuhan dan budget yang mereka miliki.
- Teknik budidaya ikan para pembudidaya yang baik
 Pengalaman merupakan guru terbaik. Sebagian besar pembudidaya ikan cupang menjadikan bisnis ikan cupang sebagai pekerjaan utama mereka. Rata-rata para pembudidaya telah menekuni pekerjaan mereka lebih dari 10 tahun. Sehingga kemampuan dalam budidaya ikan sudah

sangat baik. Baik itu dalam mengatasi penyakit yang timbul, menghasilkan kualitas ikan yang baik, ataupun menekan biaya produksi agar keuntungan dapat maksimal.

Weakness/Kelemahan

- Kurangnya promosi yang dilakukan
 Budidaya ikan cupang merupakan pekerjaan utama dari pembudidaya. Sehingga sebagian besar waktu mereka digunakan untuk di lahan budidaya mengurus ikan mereka. Fokus di budidaya membuat promosi yang dilakukan kurang. Pada umumnya mereka mengikuti pameran ikan hias 1 kali setahun. Untuk melakukan promosi di media sosial juga sangat kurang, hanya beberapa yang masih aktif melakukan. Mayoritas hanya melakukan update status whatsapp. Kegiatan promosi yang kurang dilakukan seperti Sales promotion, yaitu seperti segala pameran, pertunjukan dan lainnya. Atau Publicity, yaitu seperti pembuatan berita yang bersifat komersial tentang produk dalam media cetak, dan hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut agar viral (Sofjan Assauri, 2018).
- Persaingan harga antar pembudidaya
 Terkadang ikan cupang yang siap panen belum ada pembeli yang datang, sedangkan jika terus dipelihara akan menambah biaya operasional. Kekhawatiran tersebut membuat pembudidaya banting harga agar ikan mereka terjual. Persaingan tersebut tentu saja merusak harga pasar yang berlaku.
- Kurangnya regenerasi kelompok
 Keberadaan kelompok mempengaruhi kegiatan bisnis ikan cupang. Akan tetapi kelompok jarang sekali melakukan regenerasi hal tersebut dikarenakan hanya sedikit orang yang mau bertanggung jawab terhadap keberlangsungan kelompok secara aktif. Kurangnya regenerasi terkadang menimbulkan keberpihakan terhadap akses program pemerintah. Dan juga mempengaruhi keaktifan pertemuan kelompok.
- Kualitas ikan yang dihasilkan tidak stabil
 Persilangan antar jenis ikan bisa menghasilkan berbagai varian baru.

Dalam 1 pemijahan kadang terdapat ikan dengan kualitas bagus dan ada juga yang tidak. Kualitas ikan dipengaruhi oleh induk, obat, dan pakan ikan.

Faktor Eksternal

Opportunities/Peluang

- Adanya dukungan pemerintah
Dukungan yang diberikan pemerintah dapat berupa akses hibah barang, hibah uang, pelatihan, fasilitasi promosi (pameran/kontes) dan penyuluhan di lapangan. Pemerintah menjadikan para pembudidaya ikan sebagai mitra. Tujuannya adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat. Ini sesuai dengan pengertian pengembangan yaitu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Undang Undang tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. (Susilawati R. F., 2016).
- Terbuka pasar dalam dan luar negeri
Kota Kediri sudah dikenal sebagai penghasil ikan Cupang di Indonesia. Baik berupa benih maupun dewasa. Pasar terbesar dari ikan cupang di Kota Kediri adalah Kabupaten Kediri dan Kabupaten Tulungagung. Untuk pasar luar negeri mulai terdapat rintisan pembudidaya yang melakukan ekspor. Ada yang melalui reseller lain dan ada juga yang mencari buyer sendiri di luar negeri dengan bantuan media sosial.
- Peluang kerjasama dengan pihak lain
Kerjasama pemasaran dilakukan dengan para reseller dari daerah lain. Para reseller ini mengambil peranan penting dalam penjualan produk. Ada beberapa pembudidaya yang langsung mengisi toko ikan di Kabupaten Malang dan Kota Surabaya. Selain itu untuk pengiriman di luar negeri dilakukan kerjasama dengan transhipper. Kerjasama juga dilakukan dengan pihak perbankan dalam mengakses permodalan. Adanya komunitas membantu dalam pengembangan bisnis ikan Cupang,

seperti KBC (Kediri Betta Club) yang ada di Kediri, IBC (International Betta Comitted) komisi penjurian ikan Cupang tingkat nasional, dan lain-lain.

- Pemanfaatan teknologi informasi
Keberadaan teknologi informasi dimanfaatkan untuk memasarkan produk, mencari informasi dalam mengatasi permasalahan dalam budidaya ikan, mencari informasi tren ikan yang ada di pasar. Sebagian besar pembudidaya melakukan update status whatsapp untuk memasarkan produknya. Artinya informasi mengenai produk mereka hanya dapat diakses oleh pembeli langganan/lama.

Threat/Ancaman

- Terdapatnya pesaing dari daerah lain
Terdapat pesaing dari daerah lain yang turut menjual ikan Cupang. Pada awalnya banyak para pembudidaya memiliki sistem kemitraan dengan pembudidaya lainnya. Kemitraan tersebut dengan membeli benih dan dibantu mengenai teknik budidaya serta pemasarannya. Mitra yang telah mandiri melepaskan diri dari kemitraan dan menjadi pembudidaya mandiri.
Kasus berbeda terjadi di Kabupaten Tulungagung, dimana daerah tersebut tidak mampu menghasilkan benih ikan, hanya mampu membesarkan ikan. Benih ikan Cupang dibeli dari Kota Kediri dan dibesarkan. Harga ikan Cupang dewasa menjadi bersaing dengan Kota Kediri.
- Tren pasar yang selalu berubah
Pasar yang ada saat ini terus berubah sehingga produksi ikan hias harus mengikuti pasar. Untuk itu dibutuhkan komunikasi intens dengan para reseller dan pembeli untuk mengetahui tren pasar yang berlaku saat ini. Jika dulu tren ikan Cupang cenderung ke jenis multicolour dengan penghobi/komunitas sebagai sasarannya, sekarang tren bergeser ke jenis cendolan dengan sasaran pemasarannya adalah anak usia sekolah.
- Faktor iklim
Faktor iklim mempengaruhi kesuksesan budidaya ikan. Jika terjadi perubahan cuaca yang ekstrim maka banyak ikan yang mengalami kembang ataupun cacar, sehingga menyebabkan

kematian masal ikan. Untuk itu perlu pergantian air dan juga menjaga suhu agar tetap stabil. Para pembudidaya yang sudah berpengalaman akan menurunkan produksi jika iklim mulai tidak bersahabat.

- Kualitas obat ikan yang tidak stabil

Obat-Obatan (kg) adalah jumlah obat-obatan yang dibutuhkan selama 1 siklus produksi (Mudlofar, Farid. 2012). Salah satu yang menentukan kesehatan ikan adalah adanya obat ikan. Obat ikan yang dipakai catfish, prima, quarantine med, blitz ich. Namun beberapa pembudidaya mengeluhkan kualitas obat yang tidak seperti dahulu, dimana dosis obat harus ditambahkan jika ingin ikan sehat.

Salah satu komponen obat yang penting adalah kualitas hormon pembuat jantan ikan, yaitu hormon mesterolone. Ikan Cupang jantan bentuk dan warnanya lebih menarik dari ikan betina, sehingga para pembeli hanya membeli ikan jantan. Pada pertengahan tahun 2021 obat hormon tersebut mulai jarang ada di pasaran, khususnya merk enfelon yang biasa digunakan para pembudidaya. Sehingga banyak pembudidaya mencari alternatif lain, ternyata keberhasilannya dalam menjantankan ikan hanya 30%, sehingga terjadi komplain dari para pelanggan. Adanya komplain yang terus menerus sempat membatasi mereka untuk melakukan pemijahan. Pada awal tahun 2022 sudah banyak beredar hormon mesterolone dipasar dengan kualitas yang lebih baik yaitu mampu menjantankan hingga 90% ikan.

- Adanya larangan pemasaran ikan di marketplace

Pada akhir tahun 2021 beberapa marketplace seperti shoope dan tokopedia gencar melakukan banned terhadap penjualan hewan. Salah satu yang terkena imbasnya adalah penjualan ikan Cupang. Pemblokiran penjualan ikan hias di media sosial juga ditanggapi oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) yang dituangkan dalam surat Nomor : B.5985/DJPDSPKP.4/TU.210/XI/2021 tanggal 2 November 2021. Surat Edaran itu menghimbau agar menggunakan platform jual beli ikan hias

melalui aplikasi berbasis mobile apps seperti ikanesia, dan satuair.

Berdasarkan penelitian di lokasi, para pembudidaya melakukan posting di media sosial tanpa mencantumkan harga. Bagi para pembeli yang tertarik dapat inbox ataupun langsung menghubungi kontak para pembudidaya. Cara tersebut cukup ampuh dalam mengatasi pemblokiran yang terjadi. Bagi pembudidaya yang melakukan pemasaran melalui marketplace maka pemblokiran sering terjadi sehingga harus selalu membuat akun baru. Hal tersebut menyebabkan penggunaan media sosial sebagai jalur pemasaran digital lebih disukai daripada marketplace. Sedangkan solusi aplikasi lain yang ditawarkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan belum dilakukan karena keterbatasan pengetahuan dalam penggunaan teknologi.

ANALISIS SWOT

Berdasarkan observasi di lokasi usaha budidaya ikan Kecamatan Pesantren Kota Kediri yang dipadukan dengan hasil wawancara dengan narasumber mengenai faktor internal dan faktor eksternal, maka dibuat Matrik SWOT. Melalui Matrik SWOT dapat diketahui alternative SO, WO, ST, dan WT.

Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan Ancaman (Threats).

	<p>STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> tersedianya varian jenis cupang yang banyak (S1) adanya kelembagaan pokdakan (S2) kuantitas produksi yang masih bisa dikembangkan(S3) tersedianya kisaran harga yang luas(S4) teknik budidaya ikan para pembudidaya yang baik (S5)
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> adanya dukungan pemerintah (O1) terbuka pasar dalam dan luar negeri (O2) peluang kerjasama dengan pihak lain (O3) pemanfaatan teknologi informasi (O4) 	<ol style="list-style-type: none"> mengoptimalkan teknologi informasi untuk menciptakan varian jenis cupang , kuantitas produksi, dan teknik budidaya (O4, S1, S3, S5) memanfaatkan dukungan pemerintah, pihak lain, dan kelembagaan untuk pengembangan usaha (O1, O3, S2) membuka pasar dengan adanya varian jenis dan harga cupang yang beanekaragam (O2, S1, S4)
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> terdapatnya pesaing dari daerah lain (T1) 	<ol style="list-style-type: none"> memanfaatkan varian jenis cupang dalam menghadapi tren

Tabel Matrik IFAS

Pernyataan	Bobot total	Bobot relatif	Rating	Skor
Kekuatan				
1 Tersedianya varian jenis cupang yang banyak	84	0.11	4	0.42
2 Adanya kelembagaan pokdakan	83	0.10	3	0.31
3 Kuantitas produksi yang masih bisa dikembangkan	83	0.10	3	0.31
4 Tersedianya kisaran harga yang luas	84	0.11	4	0.42
5 Teknik budidaya ikan para pembudidaya yang baik	90	0.11	4	0.45
Jumlah	424	0.53		1.92
Kelemahan				
1 Kurangnya promosi yang dilakukan	78	0.10	3	0.29
2 Persaingan harga antar pembudidaya	68	0.09	3	0.26
3 Kurangnya regenerasi kelompok	69	0.09	3	0.26
4 Kualitas ikan yang dihasilkan tidak stabil	80	0.10	3	0.30
Jumlah	295	0.37		1.11
Total Faktor Internal	719	1.00		3.03

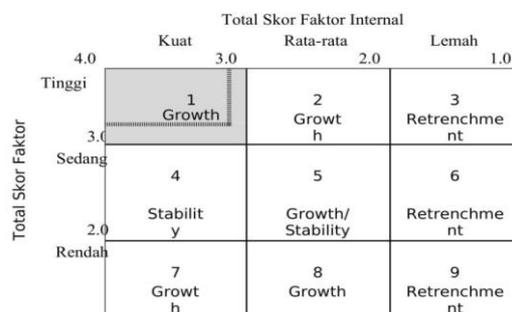
Hasil pada matrik IFAS menunjukkan bahwa total skor kekuatan sebesar 1,92 dan total skor kelemahan sebesar 1,11. Sehingga total factor internal sebesar 3,03.

Tabel Matrik EFAS

Pernyataan	Bobot	Bobot relatif	Rating	Skor
Peluang				
1 Adanya dukungan pemerintah	91	0.11	4	0.44
2 Terbuka pasar dalam dan luar negeri	91	0.11	4	0.44
3 Peluang kerjasama dengan pihak lain	88	0.11	4	0.42
4 Pemanfaatan teknologi informasi	96	0.11	4	0.46
Jumlah	366	0.44		1.75
Ancaman				
1 Terdapatnya pesaing dari daerah lain	68	0.08	3	0.24
2 Tren pasar yang selalu berubah	73	0.09	3	0.26
3 Kualitas pakan yang tidak stabil	81	0.10	3	0.29
4 Kualitas obat ikan yang tidak stabil	86	0.10	4	0.41
5 Adanya larangan pemasaran ikan di <i>marketplace</i>	80	0.10	3	0.29
Jumlah	388	0.46		1.50
Total Faktor Eksternal	754	1		3.25

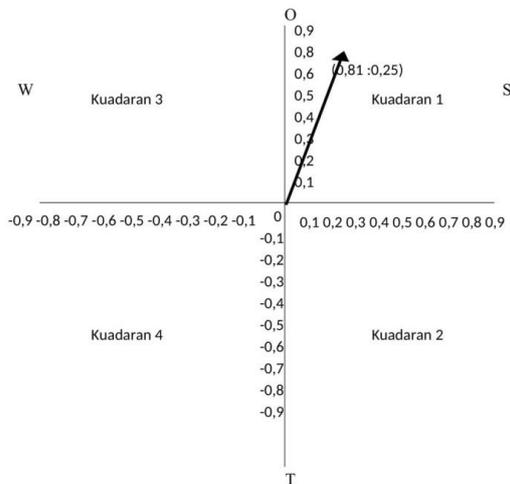
Hasil pada matrik EFAS menunjukkan bahwa total skor peluang sebesar 1,75 dan total skor ancaman sebesar 1,50. Sehingga total factor Eksternal sebesar 3,25.

Hasil plotting kedua total skor dari matrik IFAS dan matrik EFAS tersebut memberikan nilai sedemikian sehingga matrik IE nilai tersebut berada pada kuadran 1 yaitu growth.



Berdasarkan Matrik IFAS dan EFAS, selanjutnya dianalisa dengan menggunakan Matrik SPACE. Pada matrik SPACE nilai tersebut penempatannya pada kuadran 1. Dengan demikian strategi yang dapat diterapkan adalah strategi pertumbuhan dan sgresif melalui pemanfaatan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada.

Perhitungan	Hasil
Sumbu X = Total skor kekuatan - Total skor kelemahan = 1,92 - 1,11 = 0,81	Bernilai Positif
Sumbu Y = Total skor peluang - Total skor ancaman = 1,75 - 1,50 = 0,25	Bernilai Positif



Analisis QSPM

QSPM menggunakan analisis input dari Tahap 1 dan hasil pencocokan dari analisis Tahap 2 untuk secara objektif menentukan strategi yang hendak dijalankan diantara strategi-strategi alternatif. Berdasarkan hasil perhitungan QSPM diketahui nilai STAS ketiga alternative strategi SO untuk dipilih prioritas implementasinya di lokasi penelitian.

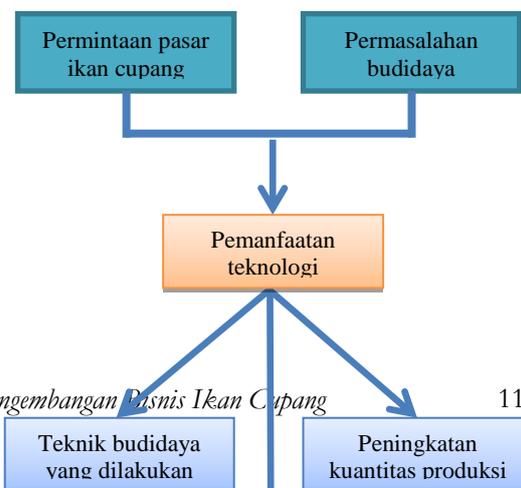
Urutan	State gi	Nilai STAS
1	Mengoptimalkan teknologi informasi untuk menciptakan varian jenis cupang, kuantitas produksi, dan teknik budidaya	6,17
2	Membuka pasar dengan adanya varian jenis dan harga cupang yang beanekaragam	5,96
3	Memfaatkan dukungan pemerintah, pihak lain, dan kelembagaan untuk pengembangan usaha	5,74

Implementasi Strategi

1. Mengoptimalkan teknologi informasi untuk menciptakan varian jenis cupang, kuantitas produksi, dan teknik budidaya

Keterbatasan yang dimiliki oleh masyarakat dapat diatasi salah satunya dengan pemanfaatan teknologi. Walaupun penggunaan dari teknologi informasi di pembudidaya masih sangat rendah namun membantu mereka dalam pengembangan produknya. Informasi yang tersedia melalui media internet saat ini sangat banyak dan dapat memberikan inspirasi serta peluang untuk mengembangkan usaha. Internet merupakan media pemasaran yang efektif dan murah, tapi juga dapat memberikan informasi mengenai produk-produk yang dapat dihasilkan oleh masyarakat. (Hamzah Ritchi dkk, 2018 dalam Zunaidah, 2020) Perkembangan teknologi informasi yang dilakukan oleh para pembudidaya ikan Cupang :

- a. Menambah pengetahuan mengenai cara penanganan ikan cupang yang terkena penyakit
- b. Menambah pengetahuan mengenai persilangan ikan agar mendapatkan ikan dengan varian tertentu
- c. Mengetahui informasi mengenai tren/permintaan pasar sehingga dapat memproduksi sesuai jenis tersebut
- d. Mengetahui informasi mengenai tren/permintaan pasar sehingga dapat menambah kuantitas jenis yang diinginkan

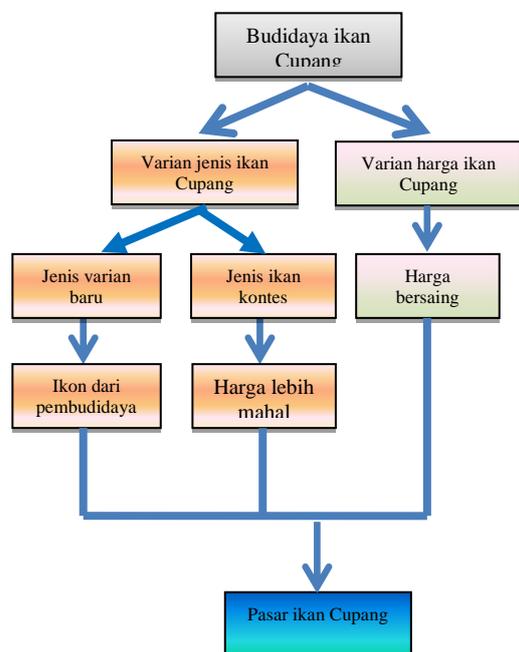


2. Membuka pasar dengan adanya varian jenis dan harga cupang yang beranekaragam

Dengan adanya varian jenis dan harga yang beranekaragam yang ditawarkan para pembudidaya maka pembeli yang datang bisa mendapatkan berbagai produk ikan cupang sesuai dengan kebutuhan mereka. Varian yang ada juga mendatangkan pembeli dari berbagai golongan, dari golongan atas yang biasanya penghobi ataupun golongan bawah yang didominasi anak usia sekolah.

Membuka pasar ikan cupang dapat dilakukan dengan antara lain :

- a. Menambah varian jenis ikan cupang sehingga tercipta jenis baru yang dapat dipromosikan dan menjadi trademark/ikon dari pembudidaya ikan.
- b. Membagi ikan cupang dalam berbagai kategori dengan harga yang variatif sehingga ada menimbulkan kesan bahwa ikan cupang terjangkau untuk setiap golongan
- c. Mengembangkan jenis ikan cupang kontes sehingga dapat dikutsertakan perlombaan ikan cupang dan dapat dijual lebih tinggi



3. Memanfaatkan dukungan pemerintah, pihak lain, dan kelembagaan untuk pengembangan usaha

Penumbuhan dan peningkatan kemampuan usaha-usaha kecil menjadi usaha yang mandiri dan tangguh diperlukan pemberian bimbingan dan bantuan yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat (Hafsah, 2004). Sehingga pengembangan usaha yang dilakukan erat kaitannya dengan dukungan yang dilakukan pemerintah baik pemerintah daerah maupun pemerintah pusat. Dukungan yang diberikan berupa pembinaan secara rutin ataupun bantuan/hibah kepada kelompok. Sedangkan kerjasama dengan pihak lain dan kelembagaan dapat berupa bantuan permodalan ataupun informasi terkini mengenai pemasaran dan juga permasalahan dalam budidaya ikan.

D. Kesimpulan

Hasil analisis SWOT pada bisnis ikan Cupang di Kota Kediri berada di kuadran I yaitu strategi SO, artinya strategi pertumbuhan dan perkembangan sehingga secara agresif yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dengan langkah strategi sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan teknologi informasi untuk menciptakan varian jenis cupang, kuantitas produksi, dan teknik budidaya (STAS 6,17)
2. Membuka pasar dengan adanya varian jenis dan harga cupang yang beanekaragam (STAS 5,96)
3. Memanfaatkan dukungan pemerintah, pihak lain, dan kelembagaan untuk pengembangan usaha Memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha, menambah pengetahuan serta sarana promosi dan pemasaran (STAS 5,74)
4. Masing-masing alternative strategi SO tersebut memiliki proses dalam implementasinya.

E. Referensi

- Anonim. Detail IAS Ikan Cupang. BKIPM. Balai Karantina Ikan, Pengendalian Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan. 2020.
- Anonim. Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Kediri. 2022
- Assauri, Sofjan. 2018. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Hafsah, I. M. (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Infokop Nomor 25 Tahun XX.
- Lawrence, Jauch dan Williem F. Glueck, 2004. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan. Jakarta : Erlangga
- Oscar, Armando Simbolan. 2018. Pengaruh Pemberian Pakan Alami (*Tubifex* sp., *Daphnia* sp., infusoria) terhadap Pertumbuhan dan Kelangsungan Hidup Larva Ikan Cupang Hias (*Betta splendens*). Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Radiosunu. 2001. Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Analisis. Edisi 2. Yogyakarta : BPF.
- Susilawati, R. F. (2016). Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM . Bandung: PT Refika Aditama.
- Zunaidah, Ama. 2020. Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. Program Pasca Sarjana. Universitas Islam Kadiri.