

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN KEPITING BAKAU (*SCYLLA SERRATA*) DI KECAMATAN PANARUKAN KABUPATEN SITUBONDO (STUDI KASUS USAHA BUDIDAYA PEMBESARAN KEPITING BAKAU DI DESA PELEYAN KECAMATAN PANARUKAN KABUPATEN SITUBONDO)

Aldi Rahman Syaif^{1*)}, Sasmita Sari^{2*)}, Yasmini Suryaningsih^{3*)},

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

*Email Korespondensi :aldirahmans1234@gmail.com

Abstrak

Kepiting bakau memiliki populasi yang cukup banyak dalam kawasan hutan mangrove. Hal tersebut terjadi karena setiap induk betina mampu bereproduksi hingga menghasilkan 3 – 3,5 juta butir telur dalam sekali pemijahan. Perkawinan kepiting bakau hanya terjadi pada kepiting betina dan jantan yang sudah matang kelamin. Ketersediaan yang melimpah menjadi pemasukan bagi nelayan kepiting bakau. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran usaha budidaya Kepiting bakau dan menganalisa strategi pengembangan dan peningkatan daya saing pada usaha ternak budidaya kepiting bakau milik Bapak Sugiyono. Lokasi penelitian terletak di usaha milik Bapak Sugiyono tepatnya di Kecamatan Panarukan. Data yang dikumpulkan dianalisa secara deskriptif kualitatif dengan pendekatan marketing mix dan analisa SWOT. Strategi Pengembangan kepiting bakau dengan menggunakan seluruh kekuatan dan peluang yang ada yaitu pemilik mempertahankan kualitas bibit kepiting, potensi SDM, jaringan pasar yang luas dan modal yang digunakan

Kata kunci: Analisa SWOT, Marketing Mix, strategi pengembangan.

Abstract

Mangrove crabs have a fairly large population in mangrove forests. This occurs because each female parent is capable of reproducing up to 3-3.5 million eggs in a single spawning. Mangrove crab mating occurs only between sexually mature female and male crabs. The abundant availability provides income for mangrove crab fishermen. The purpose of this study was to determine the marketing strategy for mangrove crab cultivation and analyze the development strategy and increase competitiveness in mangrove crab farming owned by Mr. Sugiyono. The research location is located at Mr. Sugiyono's business, specifically in Panarukan District. The collected data were analyzed descriptively qualitatively using a marketing mix approach and SWOT analysis. The mangrove crab development strategy utilizes all existing strengths and opportunities, namely the owner maintaining the quality of crab seeds, human resource potential, extensive market networks, and capital used.

Keywords: SWOT analysis, Marketing Mix, development strategy.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yaitu sebanyak 17.508 pulau besar dan kecil, luas wilayah darat yaitu 1,937 juta km² sedangkan luas laut 5,8 juta km² dengan garis pantai terpanjang didunia. Wilayah laut Indonesia terdiri dari perairan teritorial seluas 0,3 juta km², perairan laut Nusantara seluas 2,8 juta km² dan perairan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) seluas 2,7 juta km² (Gerri, 2019). Wilayah perairan Indonesia yang cukup panjang sebagian besar dikelilingi oleh banyak ekosistem mangrove. Hutan mangrove adalah tipe ekosistem khas yang terdapat di sepanjang pantai atau muara sungai. Ekosistem mangrove mampu menyesuaikan diri dari terpaan ombak yang kuat dengan tingkat salinitas yang tinggi serta tanah yang senantiasa tergenang air. Wilayah ekosistem mangrove memiliki banyak keanekaragaman hayati salah satunya adalah kepiting bakau. Menurut Purnamaningtyas dalam Uswatun (2021) Penurunan populasi

kepiting bakau disebabkan hilangnya habitat alami (kerusakan ekosistem mangrove) juga disebabkan penangkapan secara berlebihan sehingga menghilangkan kesempatan bagi kepiting bakau untuk berkembang dan tumbuh dengan baik.

Menurut Hamel dan Prahalad yang dikutip Rangkuti (2018) menyatakan bahwa “strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan. Rangkuti (2018) menyatakan bahwa “strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitanya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut dan prioritas alokasi sumber daya.

Di Kecamatan Panarukan tepatnya Desa Peleyan merupakan salah satu desa yang sangat dekat dengan hutan mangrove dan daerah tambak tradisional sehingga sangat potensial untuk dikembangkan. Ketersediaan benih kepiting dengan ukuran 50-100gram banyak terdapat pada lokasi ini sehingga keberadaan benih bukan merupakan faktor pembatas dalam usaha pembesarannya. Kondisi tanahnya bertekstur lempung berliat (*silty loam*) yang baik untuk menahan air dan penumbuhan makanan alami, disamping ketersediaan pakan untuk kepiting pada lokasi ini cukup banyak, seperti ikan rucah terutama pada waktu musim dengan jumlah yang sangat melimpah. Peluang yang potensial tersebut ternyata dapat dilihat oleh salah satu warga yaitu Bapak Sugiyono, dimana peluang tersebut diawali dengan menjadi seorang pengepul kepiting dan sekaligus mencoba melakukan budidaya kepiting bakau ditambak miliknya sendiri yang bertempat di Desa Peleyan, Kecamatan Panarukan, Kabupaten Situbondo. Usaha budidaya kepiting bakau milik Bapak Sugiyono didirikan pada tahun 2007 dan tetap berjalan hingga saat ini. Menurut Mudjiarto dalam Fajri (2021) wirausaha merupakan individu yang mempunyai ciri dan watak untuk berprestasi lebih tinggi dari kebanyakan individu-individu lain

Budidaya pembesaran kepiting bakau ini dilakukan ditambak milik sendiri dengan menggunakan teknik budidaya konvensional. Dalam pemilihan bibit Bapak Sugiyono masih menggunakan bibit kepiting hasil tangkapan dari alam dengan ukuran rata rata 180-200 gram perekor. Hal tersebut dilakukan karena di Kabupaten Situbondo masih tidak ada tempat yang menjual bibit kepiting bakau hasil penetasan secara mandiri atau budidaya. Sehingga Bapak Sugiyono terpaksa menggunakan bibit kepiting hasil dari alam. Namun dalam pemberian pakan kepiting Bapak Sugiyono masih menggunakan pakan alami berupa keong mas. Penggunaan pakan keong emas dianggap dapat mempercepat proses pembesaran kepiting karena keong emas memiliki kandungan kalsium sebanyak 128mg setiap 100gram daging keong emas. Kalsium tersebut dibutuhkan kepiting bakau untuk pembentukan karapas pada kepiting bakau. Menurut Hariadi dalam Megawati (2021) juga menyatakan langkah-langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan persaingan.

Kepiting bakau mulai memasuki masa panen ketika sudah berumur 60 hari dengan ukuran 230-300 gram perekor. Namun dalam produksinya Bapak Sugiyono mengalami permasalahan yaitu kualitas produknya tidak sebagus kepiting bakau tangkapan dari alam. Masalah tersebut sering kali menjadi alasan gudang ekspor sebagai pihak pembeli melakukan return barang milik Bapak Sugiyono. Sehingga kepiting bakau yang seharusnya disiapkan untuk pasar ekspor harus dialihkan kepasar lokal dengan resiko harga kepiting bakau lebih murah. Hal tersebut menjadi faktor utama permasalahan yang terjadi pada usaha budidaya kepiting bakau milik Bapak Sugiyono. Berdasarkan masalah yang timbul

tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan mengenai budidaya kepiting bakau dan semakin mendalami tentang usaha yang dijalankan oleh Bapak Sugiyono dengan judul “Pengembangan Usaha Budidaya Pembesaran Kepiting Bakau (*Scylla serrata*) di Desa Peleyan Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di tempat usaha milik Bapak Sugiyono di Desa Peleyan Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. Pemilihan lokasi penelitian ini karena beberapa pertimbangan salah satunya budidaya milik Bapak Sugiyono merupakan salah satu tempat budidaya kepiting bakau yang memiliki produksi mencapai 4000 ekor atau setara 1ton setiap satu kali panen kepiting. Namun hal tersebut tidak diimbangi dengan adanya pengembangan usaha yang maksimal. Maka dengan adanya alasan tersebut peneliti ingin meningkatkan pengembangan usaha budidaya pembesaran kepiting bakau agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Waktu pelaksanaan dilakukan pada bulan Juni dan Juli 2024.

Penentuan sampel penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan menggunakan informan kunci, dimana dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci yaitu pemilik usaha tersebut, yaitu Bapak Sugiyono. Serta pihak eksternal yaitu konsumen yang membeli hasil budidaya kepiting milik Bapak Sugiyono. Purposive sampling. Adapun kriteria pada penelitian ini:

- 1) pihak internal yaitu pemilik usaha Bapak Sugiyono, alasan memilih Bapak Sugiyono karena merupakan pemilik asli dari usaha budidaya kepiting bakau yang diduga memiliki informasi penting yang dibutuhkan oleh penulis.
- 2) pihak eksternal, yaitu konsumen sebanyak 3 orang yang merupakan supplier dan rumah makan seefod. Pemilihan 3 konsumen tersebut karena merupakan pelanggan tetap yang sudah bekerja sama dengan Bapak Sugiyono selama 8 tahun dalam pemasaran kepiting bakau.

Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini ditabulasikan dahulu kemudian diolah secara manual, lalu dijabarkan dan di analisis dengan metode yang sesuai. Strategi pemasaran dianalisis menggunakan IFAS dan EFAS. Analisis tersebut meliputi penjelasan tentang produk, harga, tempat dan promosi mengenai usaha pembesaran kepiting bakau di Kecamatan Panarukan. Sementara strategi pengembangan dan peningkatan daya saing pada usaha pembesaran kepiting bakau menggunakan matriks SWOT. menurut Rangkuti (2018) analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu kegiatan pembangunan atau bisnis. Keempat sektor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Usaha Budidaya Kepiting Bapak Sugiyono

Karakteristik usaha budidaya kepiting bakau milik Bapak Sugiyono merupakan usaha yang bergerak dibidang perikanan khususnya pada komoditas kepiting bakau. Usaha budidaya kepiting bakau ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan penangkapan kepiting bakau dari alam liar. Hal tersebut bertolak belakang dengan permintaan pasar terhadap kepiting bakau sehingga menjadi alasan terbentuknya usaha ini.

Aspek Lingkungan Internal

Analisis Lingkungan Internal bertujuan untuk memberikan gambaran tentang faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono antara lain :

Kekuatan (*Strenghts*)

1. Kualitas Bibit Kepiting Bakau

Pemilihan benih berkualitas tinggi sangat penting untuk produksi kepiting bakau. Kepiting bakau yang dibesarkan dari benih berkualitas tinggi biasanya menghasilkan daging yang lebih besar, lebih berat, dan berkualitas tinggi. Hal ini penting bagi pasar yang mengutamakan kualitas. Benih kepiting bakau berkualitas tinggi biasanya memiliki sejumlah sifat penting yang menunjukkan kesehatan dan potensi pertumbuhan yang baik. Sifat-sifat ini meliputi cangkang bersih, bebas dari kerusakan atau infeksi, tidak memiliki cacat fisik, ukuran seragam yang memenuhi kebutuhan 180–200 gram per kepiting, dan kemampuan bergerak yang lincah, yang semuanya merupakan indikator kesehatan yang baik. Bapak Sugiyono membutuhkan sekitar 5.000 ekor kepiting, atau sekitar tiga kuintal, untuk sekali tebar.

2. Potensi Sumber Daya Manusi (SDM)

Kapasitas sumber daya manusia (SDM) sangat penting bagi budidaya kepiting bakau Bapak Sugiyono karena dapat memainkan peran penting dalam keberhasilan perusahaan. Pertumbuhan membutuhkan keahlian, pemahaman, dan kapasitas untuk menggunakan metode budidaya yang produktif dan berhasil. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keberhasilan budidaya, keterampilan manajemen teknis diperlukan untuk tugas-tugas seperti pemberian pakan, pengendalian kualitas air, dan pemantauan kesehatan kepiting. Bapak Sugiyono memiliki dua karyawan yang membantunya dalam budidaya: satu adalah putranya, seorang anggota keluarga, yang mendistribusikan kepiting kepada pelanggan, dan yang lainnya adalah karyawan yang membantu tugas-tugas budidaya seperti memeriksa lahan budidaya, menebar benih, memberi makan, dan memanen. Bapak Sugiyono mengawasi dengan ketat seberapa baik anggota stafnya melakukan tugas-tugas budidaya. Lebih lanjut, Bapak Sugiyono secara teratur menginstruksikan dan melatih anggota staf tentang peraturan keselamatan, perawatan kepiting, dan metode budidaya. Hal ini berupaya untuk menghentikan anggota staf dari membuat kesalahan teknologi yang dapat menghambat pertumbuhan perusahaannya.

3. Jaringan Pemasaran

Jaringan pasar yang luas merupakan sumber daya penting dalam budidaya kepiting bakau yang dapat memengaruhi kinerja bisnis Bapak Sugiyono. Jaringan pasar yang luas dapat menawarkan sejumlah manfaat operasional dan strategis. Restoran makanan laut yang dikelola oleh perusahaan Bapak Sugiyono di Kabupaten Situbondo bahkan telah berekspansi ke pasar luar kota, termasuk Jember, Surabaya, Pasuruan, dan Probolinggo. Selain itu, eksportir dapat membeli produk dari kepiting budidaya Bapak Sugiyono. Pelanggan ini membutuhkan hingga tiga ton kepiting bakau premium per distribusi. Ini merupakan peluang besar yang perlu dimanfaatkan untuk menghasilkan banyak uang.

4. Produktivitas Cukup Tinggi

Hasil budidaya pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono tergolong cukup tinggi. Kepiting bakau bisa dipanen ketika sudah berumur 50 hari yaitu berat rata rata kepiting yaitu 230 – 300 gram. Dalam satu siklus budidaya milik Bapak Sugiyono mampu mencapai 4000 ekor kepiting bakau atau sebanyak 4 ton. Tingginya produktivitas tersebut menjadi salah satu kekuatan yang perlu dipertahankan sehingga stok kepiting bakau milik Bapak Sugiyono mampu memenuhi permintaan konsumen yang tinggi.

Kelemahan (Weaknesess)

1. Keterbatasan Modal

Dalam budidaya kepiting bakau, kekurangan dana dapat menjadi kendala utama bagi kesuksesan perusahaan. Bapak Sugiyono masih menggunakan dana pribadinya untuk menjalankan bisnis kepiting bakaunya. Menginvestasikan uangnya sendiri dikatakan memberinya lebih banyak fleksibilitas dalam membuat pilihan strategis karena ia tidak akan terpengaruh oleh pengaruh atau keadaan eksternal, atau harus menanggung kerugian jika budidaya kepiting bakaunya gagal.

2. Kurangnya Inovasi

Kurangnya inovasi dalam usaha budidaya pembesaran kepiting bakau dapat mempengaruhi daya saing, efisiensi, dan keberlanjutan usaha. Sehingga Bapak Sugiyono harus mampu mengidentifikasi dan menangani kekurangan inovasi dan mampu memilih langkah penting untuk meningkatkan kinerja usaha untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Salah satu inovasi yang harus diterapkan dalam usaha pembesaran kepiting bakau yaitu dengan melibatkan kemajuan teknologi sehingga dapat mempermudah proses budidaya menjadi lebih efisien.

3. Kurangnya Kemampuan promosi

Penjualan kepiting bakau dapat terdampak oleh kurangnya kemampuan promosi dalam budidaya kepiting bakau karena konsumen mungkin tidak menyadari produk yang dipasarkan akibat informasi produk yang tidak memadai. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Bapak Sugiyono bermula dari anggapan bahwa promosi tidaklah terlalu penting mengingat jaringan pasarnya yang luas. Namun, beberapa musim—seperti musim hujan—sangat ideal untuk reproduksi kepiting bakau, yang meningkatkan populasi alami dan menurunkan harga kepiting bakau karena tangkapan dari alam liar memenuhi kebutuhan pasar. Bapak Sugiyono hanya menggunakan telepon dan WhatsApp, yang masih dianggap kurang memadai karena usaha kepiting ini membutuhkan pengembangan dan promosi. Untuk mempromosikan produk kepiting bakau secara lebih luas dan berpotensi meningkatkan pesanan, Bapak Sugiyono belum memanfaatkan peran platform media sosial lain yang menawarkan lebih banyak peluang promosi. Contoh platform ini antara lain Facebook, Instagram, dan TikTok.

4. Kualitas Rendah

Penentuan kualitas kepiting bakau melibatkan berbagai aspek yang berkaitan dengan kondisi fisik, kesehatan, dan kesegaran kepiting. Penentuan kualitas kepiting memiliki perlakuan yang berbeda antara jantan dan betina. Kepiting jantan yang memiliki kualitas baik yaitu memiliki ciri ciri memiliki cangkang yang keras yang menandakan bahwa kepiting memiliki kegemukan daging yang penuh sedangkan pada kepiting betina kualitas ditentukan dengan cara melihat kandungan telur pada kepiting betina. Namun yang terjadi pada usaha pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono memiliki kualitas yang masih dianggap rendah. Kualitas rendah tersebut terjadi pada kepiting jantan karena memiliki cangkang yang masih lembek dan cenderung masih lembek yang menunjukkan bahwa kepiting tersebut memiliki daging sedikit atau kopong. Berbeda dengan kepiting betina yang masih memiliki kualitas yang bagus yaitu kepenuhan telur pada kepiting betina masih sesuai standart yang diperlukan. Kualitas rendah pada kepiting jantan dapat menyebabkan penurunan daya tarik produk di pasar, mengurangi keuntungan, dan dapat mempengaruhi reputasi usaha.

Aspek Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal usaha bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor di luar kendali yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono. Memahami dan menganalisis lingkungan eksternal sangat penting untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin mempengaruhi usaha

pembesaran kepiting bakau milik Bapak sugiyono. Berikut adalah beberapa komponen utama dari lingkungan eksternal yang relevan:

Peluang

1. Dukungan dan perhatian pemerintah

Dukungan dan perhatian pemerintah terhadap usaha budidaya pembesaran kepiting bakau seperti yang dijalankan oleh Bapak Sugiyono sangat penting dilakukan guna memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha tersebut. Bentuk dukungan pemerintah terhadap usaha pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono berupa pemberian bantuan teknis seperti bantuan pelatihan dan seminar tentang teknik budidaya kepiting bakau, pemberian bantuan bibit kepiting bakau yang berkualitas, pemberian waring dan aerator sebagai sarana penunjang produksi kepiting bakau milik Bapak Sugiyono. Adanya dukungan pemerintah tersebut sangat bermanfaat bagi kelangsungan budidaya kepiting bakau milik Bapak Sugiyono.

2. Peluang pasar yang cukup tinggi

Peluang pasar yang tinggi untuk budidaya pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono menawarkan potensi pertumbuhan dan keuntungan yang tinggi. Permintaan terhadap kepiting bakau setiap harinya mengalami kenaikan. Bapak Sugiyono tidak hanya memasarkan hasil kepiting bakau di dalam kota saja, melainkan sudah mampu mencangkup pasar luar kota seperti Probolinggo, Pasuruan, Jember dan Jakarta. Adanya peluang pasar yang sangat tinggi harus diimbangi dengan pengembangan usaha yang makin besar sehingga mampu memanfaatkan peluang secara maksimal. Salah satu cara memanfaatkan peluang ini yaitu dengan memastikan stok kepiting bakau tetap tersedia sehingga mampu memenuhi permintaan pasar.

3. Kondisi lingkungan yang cocok

Untuk budidaya pembesaran kepiting bakau, menciptakan kondisi lingkungan yang optimal sangat penting untuk mendukung kesehatan dan pertumbuhan kepiting. Kepiting bakau (*Scylla serrata*) adalah spesies yang tumbuh di habitat estuari dan mangrove, sehingga mereka memerlukan kondisi lingkungan tertentu untuk berkembang dengan baik. Hal tersebut sangat cocok dengan lahan budidaya pembesaran kepiting bakau karena berdampingan langsung dengan hutan mangrove sehingga lahan memiliki kemiripan dengan alam dari ph air, suhu, salinitas dan tekstur tanah yang sesuai.

4. Meningkatnya pesanan kepiting bakau

Meningkatnya pesanan kepiting bakau menawarkan peluang besar bagi bisnis budidaya untuk tumbuh dan berkembang. Meningkatnya kepiting bakau terjadi karena beberapa faktor seperti munculnya restoran *seefood*, adanya hari raya besar seperti hari raya natal, hari raya imlek, hari raya idul fitri dan hari besar lainnya. Bapak Sugiyono sering memanfaatkan peluang tersebut yaitu dengan cara memproduksi kepiting bakau lebih banyak untuk memenuhi permintaan kepiting bakau yang semakin tinggi sehingga mampu mendapatkan penghasilan maksimal.

Ancaman

1. Munculnya pesaing baru

Munculnya pesaing baru merupakan ancaman serius yang harus ditangani dengan bijak karena dapat mengancam keberlanjutan usaha budidaya kepiting bakau milik Bapak Sugiyono. Menghadapi ancaman dari pesaing baru memerlukan strategi yang matang dan responsif. Dengan memahami ancaman yang mungkin muncul dan menerapkan langkah-langkah strategis yang tepat, Bapak Sugiyono selaku pemilik usaha harus mampu mempertahankan posisi kompetitif, meningkatkan keunggulan produk, dan terus menarik pelanggan di pasar yang semakin kompetitif.

2. Persaingan harga antar pesaing

Adanya persaingan harga antar pesaing dapat menjadi ancaman serius dalam pasar terutama dalam usaha budidaya pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono. Pesaing yang menerapkan strategi harga lebih rendah dapat mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan sehingga dapat mengurangi pembelian terhadap produk milik Bapak Sugiyono. Hal tersebut perlu diatasi dengan cara menyesuaikan harga kepiting bakau jika diperlukan, tetapi hindari perang harga yang dapat merugikan margin keuntungan.

3. Ancaman cuaca ekstrem

Cuaca ekstrem dapat menjadi ancaman serius terhadap budidaya kepiting bakau, yang biasanya tumbuh di habitat mangrove yang sensitif terhadap perubahan iklim dan cuaca. Suhu air yang terlalu tinggi dapat mempengaruhi kesehatan kepiting bakau dan mengganggu metabolisme sehingga menyebabkan stres pada kepiting bakau mengurangi pertumbuhan, dan dalam kasus ekstrem, menyebabkan kematian massal.

Tabel 1. Penentuan Strategi dengan Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Kualitas bibit kepiting bakau 2. Potensi SDM 3. Jaringan pemasaran 4. Produktivitas cukup	1. Keterbatasan modal 2. Kurangnya inovasi 3. Kurangnya kemampuan promosi 4. Kualitas rendah
Peluang (O) 1. Dukungan dan perhatian pemerintah 2. Peluang pasar yang cukup tinggi. 3. Kondisi lingkungan yang cocok 4. Meningkatnya	Strategi SO Mempertahankan kualitas bibit kepiting bakau, mempertahankan agar produktivitas tetap tinggi. dan mampu memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi untuk meningkatkan pesanan bakau kepiting.	Strategi WO Melakukan kerja sama untuk menambah modal usaha, mengikuti pelatihan budidaya kepiting bakau untuk meningkatkan inovasi produk dan meningkatkan kualitas kepiting agar mampu memenuhi peluang
Ancaman (T) 1. Munculnya pesaing baru 2. Persaingan harga antar pesaing 3. Ancaman cuaca ekstrem	Strategi ST Meningkatkan jaringan pemasaran dan kualitas bibit untuk mengatasi peningkatan pesaing dan harga pesaing. (S1,S3,T1,T2)	Strategi WT Meningkatkan inovasi terhadap produk, kemampuan promosi, meningkatkan kualitas kepiting bakau untuk mengatasi persaingan pasar,persaingan harga dan mengatasi ancaman cuaca

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi pengembangan usaha budidaya pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono dengan menutupi segala kelemahan untuk menabfaatkan segala peluang seperti melakukan kerja sama untuk menambah modal usaha, mengikuti pelatihan budidaya kepiting bakau untuk menambah pengalaman dan meningkatkan kualitas kepiting bakau sehingga mampu memenuhi dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi. (W1,W2,W4,O3).

Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi pengembangan usaha budidaya pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono yaitu dengan mengatasi segala kelemahan dan ancaman seperti meningkatkan inovasi, kemampuan promosi, meningkatkan kualitas kepiting bakau untuk mengatasi persaingan pasar, persaingan harga dan mengatasi ancaman cuaca (W1,W2,W4,T1,T2,T3).

KESIMPULAN

1. Berdasarkan analisis lingkungan yang telah dilakukan menghasilkan faktor faktor IFAS dan EFAS. Faktor IFAS yang meliputi kekuatan yaitu bibit kepiting yang berkualitas, potensi SDM, jaringan pasar luas, produktivitas tinggi dan modal usaha sendiri. Serta memiliki kelemahan berupa keterbatasan modal, kurangnya inovasi, kurangnya kemampuan promosi dan kualitas rendah. Sedangkan faktor EFAS meliputi peluang yaitu dukungan dari pemerintah, peluang pasar yang tinggi, kondisi lingkungan yang cocok dan meningkatnya pesanan kepiting bakau. Serta ancaman dari usaha ini adalah munculnya pesaing baru, persaingan harga antar pesaing dan cuaca ekstrem. Hasil dari analisis lingkungan berupa IFAS dan EFAS dapat memberikan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat berguna untuk pengembangan usaha pembesaran kepiting bakau milik Bapak Sugiyono.
2. Hasil bahwa posisi strategi usaha ini berada pada posisi kuadran 1 dengan nilai IFAS 1,2 dan nilai EFAS 0,89. Alternatif strategi terbaik yang dapat diciptakan dari Strategi SO adalah sebagai berikut: mempertahankan kualitas bibit, menambah produktivitas, dan dengan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi untuk meningkatkan pesanan kepiting bakau hasil dari budidaya milik Bapak Sugiyono.

REFERENSI

- Hariadi. 2005. *Dalam jurnal* Megawati, Elizabert. 2021. Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing PT POS (PERSERO) Indonesia di Kota Makassar. Diakses Pada Tanggal 11 Agustus 2024. <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/17755/2/E21116304> skripsi bab
- Mujiarto. 2006. *Dalam jurnal* Fajri, Nurul. 2014. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kelontong di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh. Diakses pada 18 Juli 2024, <https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/17169/1/Nurul%20Fajri,%20160604042,%20FEBI,%20IE,%20082277621004.pdf>
- Purnamaningtyas. 2009. *Dalam jurnal* Uswatun K, Andi. 2021. Pengaruh Fase Bulan Terhadap Kadar Kolesterol dan Glikogen Kepiting Bakau (*Scylla olivacea*) Yang di Pelihara pada Sistem Silvofishery. Diakses pada 18 Juli 2024. <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/12987/1/L031171533> skripsi 05-11-2021%201-2.pdf
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Diakses pada 10 Juli
2024, <https://www.scribd.com/document/436008930/Analisis-SWOT-Rangkuti-2017-pdf>