

**Strategi Bisnis Pendekatan Metode SWOT Pada Usaha Petani Tambak Udang
Vannamei Tahun 2023**

Latifah Munawaroh¹, Suwanto², Fitriani³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Metro
Email: Latifahmunawaroh00@gmail.com

Abstrak

Budidaya perikanan mempunyai peranan penting dalam tercapainya kesejahteraan di sebagian besar masyarakat Indonesia terutama untuk masyarakat yang tinggal di daerah perairan, salah satunya budidaya udang vannamei di desa Wachyuni Mandira. Penelitian ini berfokus pada analisis pengembangan strategi bisnis dengan menggunakan analisis SWOT (IFE, EFE, IE, Matrik SWOT, Kuadran SWOT, QSPM). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menggunakan teknik sampling kouta sehingga didapatkan sampel sebanyak 15 orang. Hasil analisis SWOT menunjukkan bisnis berada di kuadran 1 yang berarti bisnis tersebut memiliki progres dengan peluang dan kekuatan yang baik. Hasil dari penelitian ini adalah IFE yang dimiliki bisnis ini ada 8 faktor yang terdiri dari 4 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan. EFE yang dimiliki bisnis ini ada 8 faktor yang terdiri dari 4 faktor peluang dan 4 faktor ancaman. Untuk matriks IE berada pada posisi sel V yaitu posisi menjaga dan mempertahankan. Bisnis tambak udang vannamei di desa Wachyuni Mandira memiliki 13 alternatif strategi, Prioritas strategi bisnis tambak udang vannamei di desa Wachyuni Mandira adalah pengambilan air laut berjarak 50 m dengan tujuan supaya air tidak terkontaminasi dengan skor 20,64.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Budidaya tambak Udang Vannamei, SWOT.

Abstract

Aquaculture has an important role in achieving prosperity in most Indonesian communities, especially for people who live in water areas, one of which is cultivating vannamei shrimp in Wachyuni Mandira village. This research focuses on analyzing business strategy development using SWOT analysis (IFE, EFE, IE, SWOT Matrix, SWOT Quadrant, QSPM). The method used in this research is quantitative with a descriptive approach, data collection techniques through interviews, observation and documentation using a quota sampling technique to obtain a sample of 15 people. The results of the SWOT analysis show that the business is in quadrant 1, which means the business is making progress with good opportunities and strengths. The results of this research are that the IFE owned by this business has 8 factors consisting of 4 strength factors and 4 weakness factors. This business has 8 EFE factors consisting of 4 opportunity factors and 4 threat factors. For the IE matrix, it is in cell V position, namely the guarding and defending position. The vannamei shrimp pond business in Wachyuni Mandira village has 13 alternative strategies. The priority strategy for the vannamei shrimp pond business in Wachyuni Mandira village is taking sea water 50 m away with the aim of ensuring that the water is not contaminated with a score of 20.64.

Keywords: Business strategy, Vannamei Shrimp Pond Cultivation, SWOT

I. Pendahuluan

Perkembangan budidaya tambak udang vannamei sangat potensial untuk di budidayakan di daerah perairan yang ada di Indonesia. Budidaya udang vannamei merupakan kegiatan budidaya akukultur yang banyak dilakukan di beberapa negara tropis (Ariadi, dkk., 2022). Petambak perlu memahami strategi yang tepat untuk dapat meningkatkan kuantitas hasil panen, meningkatkan kualitas udang, dan inovasi strategi baru dalam operasional bisnis sehingga mampu berkembang ke arah yang lebih positif. Ketersediaan bisnis yang menjanjikan seperti ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan juga dapat meningkatkan nilai ekspor yang secara tidak langsung dapat menghasilkan pendapatan bagi negara.

Berdasarkan prasarvei peneliti mengumpulkan hasil panen selama periode 1 (Januari sampai Juni), periode 2 (Juli sampai Desember). Peneliti menemui kepala desa beserta 14 perwakilan petani tambak udang vannamei dari berbagai wilayah di Blok 3 (Alpa, Bravo, Carli, Delta, Eho, Frokso) dan Blok 4 (Alpa, Bravo, Carli, Delta, Eho, Frokso, Gold, Hotel) Desa Wachyuni Mandira. Dari data tersebut tercatat penurunan hasil panen tambak udang pada setiap tahunnya, penurunan terbanyak pada tahun 2021 dialami oleh Bapak Iwan dari Blok 4 wilayah Delta sebanyak 10%, tahun 2022 dialami oleh Bapak Lukman dari Blok 4 wilayah Gold sebanyak 12%, dan pada 2023 dialami oleh Bapak Johan Blok 4 wilayah Frokso sebanyak 19%. Jadi tiap tahun adanya penurunan.

Faktor internal yang menjadi kendala bagi petani tambak udang vannamei di Desa Wachyuni Mandira yaitu sarana dan prasarana kurang lengkap, kurangnya tenaga kerja, jarak tambak berdekatan dengan tambak daerah lain, dan konstruksi petak tambak kurang sesuai. Sedangkan faktor eksternal yang dihadapi petani tambak udang vannamei di Desa Wachyuni Mandira yaitu penyakit udang yang bermunculan, kualitas benur yang berbeda dari tiap pemasok, perubahan harga jual udang, dan keadaan iklim menimbulkan isu lingkungan. Penelitian ini diciptakan untuk memetakan posisi bisnis tambak udang vannamei di Desa Wachyuni Mandira OKI-Sumsel tahun 2023 berdasarkan faktor internal dan eksternalnya dan untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh bisnis tambak udang vannamei di Desa Wachyuni Mandira OKI-Sumsel tahun 2023. Untuk memperoleh tujuan pada penelitian ini maka digunakan metode SWOT, dari mulai mengidentifikasi masalah internal ataupun eksternal hingga sampai dengan proses pengambilan keputusan menggunakan QSPM. Untuk faktor internal terbagi menjadi faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*). Sedangkan faktor eksternal adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Nadia (2022: 14) *strength* (Kekuatan) merupakan faktor internal yang memiliki keunggulan dari bisnis yang dijalankan tentunya keunggulan tidak sama dengan bisnis yang dijalankan orang lain sehingga ini dapat menciptakan sebuah keunggulan di persaingan pasar. Sedangkan menurut Anggreani (2021: 4) *strength* merupakan situasi atau kondisi kekuatan organisasi atau program pada saat ini yang sedang dijalankan. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disintesis bahwa kekuatan atau *strength* merupakan faktor internal yang memiliki suatu situasi keunggulan, atau bisa dikatakan konsep bisnis yang dapat dibedakan dari pesaingnya serta terdapat unsur-unsur keunggulan yang dapat diandalkan pada saat bisnis sedang dijalankan atau dilaksanakan. Adapun faktor kekuatan atau *strength* menurut Mareta (2024 : 37) meliputi lokasi usaha strategis, pemeliharaan karyawan yang baik, ketersediaan pakan untuk pembesaran, dan ketersediaan modal. Kelemahan atau *weaknesses* merupakan faktor internal yang harus dihindari karena ini bagian dari keterbatasan yang dapat menghambat program dari kinerja keefektifan perusahaan dan dapat diatasi dengan membentuk prioritas untuk mengatasi kelemahan.

Menurut Sundari, dkk., (2022 : 2) *weakness* merupakan kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan

yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Pendapat lain dari Cahyani (2021:3) bahwa *weakness* merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disintesis bahwa *weakness* atau kelemahan merupakan faktor internal yang harus dihindari karena ini bagian dari keterbatasan yang dapat menghambat program dari kinerja keefektifan perusahaan dan dapat diatasi dengan membentuk prioritas untuk mengatasi kelemahan. Adapun faktor kelemahan atau weaknesses menurut Mareta (2024) meliputi sarana dan prasarana kurang lengkap, kurang tenaga kerja (karyawan), jarak tambak berdekatan dengan perusahaan lain, dan konstruksi petak tambak kurang sesuai.

Menurut Mukhlisin & Pasaribu (2020: 3) *opportunities* merupakan peluang apa saja yang mungkin dapat diraih untuk mengatasi kelemahan dan mendukung kekuatan. *Opportunities* merupakan situasi atau kondisi peluang yang berasal dari luar organisasi (Anggreani, 2021: 4). Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disintesis bahwa peluang atau *opportunities* merupakan faktor eksternal yang sangat penting serta menjadi keunggulan dalam bisnis yang dijalankan kondisi ini bisa berasal dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri misalnya kompetitor dan kebijakan. Adapun faktor peluang atau *opportunities* menurut Mareta (2024: 37) meliputi sumber daya air yang melimpah, permintaan udang meningkat, pemanfaatan lahan kosong dan pemanfaatan masyarakat pesisir sebagai tenaga kerja.

Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan (Sundari, dkk., 2022:2). Sedangkan menurut Cahyani (2021:3) *threats* merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disintesis bahwa ancaman atau *threats* merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat jalannya bisnis baik sekarang maupun masa yang akan datang kondisi ini menjadi pengganggu utama dalam bisnis yang dijalankan dan dapat mengganggu dalam proyek atau konsep bisnis yang dijalankan. Adapun faktor ancaman atau *threats* menurut Mareta (2024: 37) meliputi serangan penyakit, kualitas benur yang berbeda dari tiap pemasok, perubahan harga jual udang, dan keadaan iklim yang menimbulkan isu lingkungan.

Oleh karena itu diperlukan strategi dalam menjalankan bisnis budidaya ini Menurut Harianto (2020) Strategi bisnis adalah suatu cara atau metode yang digunakan suatu perusahaan untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang ada. Pendapat lain dari Maryani & Chaniago (2019) strategi bisnis adalah siapa yang akan dilayani, apa kebutuhan target pelanggan tersebut agar bisa memuaskan, dan bagaimana kebutuhan itu akan terpenuhi. Hal ini dikarenakan persaingan telah menciptakan banyak pilihan menarik bagi pelanggan sehingga mempersulit menentukan strategi untuk melayani mereka dengan sebaik-baiknya, namun evaluasi dapat membuat umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang.

II. Metode Penelitian

Desain penelitian sangat diperlukan agar penelitian dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Fitriani (2022) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian. Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan (Suriani & Jailani., 2023: 27). Populasi yang ada dalam penelitian ini sebanyak 2.828 petani tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira ogan komering ilir sumatra selatan. Teknik sampling

dalam penelitian ini menggunakan sampling kouta. Menurut Vivian., (2020: 57). Sampling kuota adalah teknik menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Jumlah yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 15 orang perwakilan dari setiap wilayah (blok 3 & 4) di desa wahyuni mandira ogan komering ilir.

Pada penelitian ini menggunakan nilai bobot dan rating. Menurut Kurniawan dan Abidin (2019) nilai pada bobot matrix SWOT dibagi menjadi 5, dimulai dengan kriteria tidak penting sampai dengan kriteria sangat penting sekali. Menurut Octavianus (2022) nilai pada rating matrix SWOT dibagi menjadi 4 dimulai dengan kriteria tidak kuat sampai dengan kriteria sangat kuat. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini antara lain wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisa data SWOT yang digunakan oleh peneliti adalah analisa kuantitatif dalam matriks IFE, EFE, IE, dan QSPM.

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perhitungan dalam matriks IFE diperoleh dari perhitungan bobot dan rating yang telah diberikan oleh narasumber untuk mendapatkan skor tertimbang. Skor pada matriks IFE merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating. Menurut Yonefi (2024) untuk mencari nilai bobot diperlukan rumus sebagai berikut :
$$\text{Nilai Bobot} = \frac{\text{Bobot Nilai Responden}}{\text{Total Nilai Bobot Keseluruhan}}$$

Tabel 1. Perhitungan Skor IFE dan EFE

IFE					EFE			
Faktor	Bobot	Rating	Score		Faktor	Bobot	Rating	Score
S1	0,31	3.33	1.03		O1	0,28	2,87	0,82
S2	0,21	3.07	0.64		O2	0,25	2,87	0,71
S3	0,26	2.87	0,74		O3	0,28	2,40	0,67
S4	0,23	2.67	0.60		O4	0,19	2,13	0,40
TOTAL STRENGHT (B X R)			3.01		TOTAL OPPORTUNITIES (BXR)			2.60
W1	0,25	3.40	0,84		T1	0,31	2,53	0,79
W2	0,23	2.87	0.65		T2	0,25	2,60	0,66
W3	0,30	2.47	0.74		T3	0,22	2,67	0,59
W4	0,23	2.27	0.52		T4	0,22	2,53	0,55
TOTAL WEAKNESS (B X R)			2.75		TOTAL THREAT (B X R)			-2.58
TOTAL STRENGHT - TOTAL WEAKNESS			0.26		TOTAL OPPORTUNITIES - TOTAL THREAT			0,02

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berikut adalah posisi tambak udang vename di Desa Wahyuni Mandira yang telah dipetakan dalam matriks IE.

Tabel 2. Hasil Uji IE

		Internal			
		2,87			
		4	3	2	1
Eksternal	2,59	3	I	II	III
		2	IV	V	VI
		1	VII	VIII	IX
		1	VII	VIII	IX

Sumber: Data yang diolah (2024)

Pada gambar matriks IE menunjukkan bahwa posisi bisnis tambak udang berada pada sel V yaitu posisi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Menjaga dan mempertahankan kekuatan yang dimiliki bisnis tambak udang yaitu kualitas hasil panen. Strategi yang cocok untuk bisnis tambak udang vanamei didesa wachyuni mandira yaitu ketersediaan modal dengan tercukupinya modal untuk usaha budidaya maka akan menunjang keberlangsungannya budidaya yang baik karena dapat mencukupi segala kebutuhan yang diperlukan selama budidaya udang vanamei.

Hasil analisis menggunakan matriks SWOT menurunkan 13 alternatif. Strategi SO yaitu memanfaatkan lahan kosong secara optimal agar meningkatkan permintaan udang vanamei, mengoptimalkan SDA yang ada untuk budidaya udang vanamei, dan memanfaatkan modal untuk memaksimalkan kegiatan budidaya. Strategi WO yaitu mendirikan laboratorium milik dinas perikanan dengan memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi, mengelola SDM dan budidaya dengan baik, menambah tenaga kerja atau karyawan dan saat kondisi tambak sebelah panen maka pengambilan air ditunda. Strategi ST yaitu mencari alternatif benur yang berkualitas, menggunakan alat paranet untuk meminimalisir perubahan iklim, dan menjaga hubungan baik dengan supplier udang. Strategi WT yaitu pengambilan air laut berjarak 50 m dengan tujuan supaya air tidak terkontaminasi, meningkatkan kualitas sarana operasional yang menunjang budidaya, dan merekrut tenaga kerja ahli yang memiliki ualijikasi minimal D III. Berikut adalah alternatif strategi tambak udang yang disajikan dalam matriks SWOT:

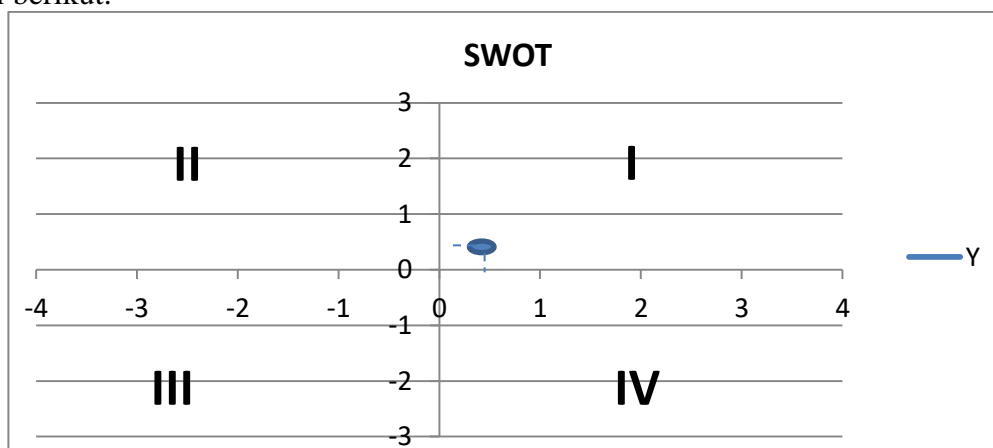
Tabel 3. Matrik SWOT

EFE		NO	Strenght (S)	NO	Weaknesses (W)
IFE		1.	Lokasi usaha strategis	1.	Sarana dan prasarana kurang lengkap
		2.	Pemeliharaan karyawan yang baik	2.	Kurang tenaga kerja
		3.	Ketersediaan pakan untuk pembesaran	3.	Jarak tambak berdekatan dengan tambak daerah lain.
		4.	Ketersediaan modal	4.	Kontruksi petak tambak kurang sesuai
NO	Opportunities (O)		Strategi SO		Strategi WO

1.	Sumber daya air yang melimpah	1.3	Memanfaatkan lahan kosong secara optimal agar meningkatkan Permintaan udang vannamei	1.2	Mendirikan laboratorium milik dinas perikanan Dengan memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi.
2.	Permintaan udang meningkat	2.4	Mengoptimalkan SDA yang ada untuk budidaya udang vannamei	2.4	Mengelola SDM dan budidaya dengan baik
3.	Pemanfaatan lahan kosong	4.1	Memanfaatkan modal untuk memaksimalkan kegiatan budidaya.	3.3	Menambah tenaga kerja atau karyawan
4.	Pemanfaatan masyarakat di sekitar daerah sebagai pekerja			4.1	Saat kondisi tambak sebelah panen maka pengambilan air ditunda.
NO	Threats (T)		Strategi ST		Strategi WT
1.	Penyakit udang	4.2	Mencari Alternatife benur yang berkualitas	3.4	Pengambilan air laut berjarak 50 m dengan tujuan supaya air tidak terkontaminasi
2.	Kualitas benur yang berbeda dari tiap pemasok	1.4	Menggunakan alat paranet untuk meminimalisir perubahan iklim	1.3	Meningkatkan kualitas sarana operasional yang menunjang budidaya
3.	Perubahan harga jual udang	3.3	Menjaga hubungan baik dengan supplier udang	4.1	Merekrut tenaga kerja ahli yang memiliki kualifikasi minimal D III
4.	Keadaan iklim menimbulkan isu lingkungan				

Sumber: Data yang diolah (2024)

Dari hasil perhitungan didapat nilai IFE dan EFE, maka dapat diketahui titik gradien nilai SWOT pada tambak udang vaname, dibawah ini adalah penentuan nilai gradien untuk menentukan kuadran SWOT ada tambak udang vename di Desa Wahyuni Mandira adalah sebagai berikut:



Sumber: Diolah Peneliti (2024)
Gambar 3. Kuadran SWOT Tambak Udang

Dari hasil nilai IFE dan EFE didapat posisi tambak udang vannamei desa Wahyuni Mandira terletak pada Kuadran 1 yang menandakan bahwa tambak udang vannamei sedang mengalami situasi bisnis progresif yang artinya situasi yang sangat menguntungkan. Keadaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Dalam analisis QSPM (*Quantitavi Strategy Planning Matrix*) yang merupakan tahapan akhir dalam analisis strategis ini, akan ditentukan strategi yang sesuai serta dapat dijalankan oleh perusahaan melalui urutan prioritas yang sesuai serta dapat dijalankan oleh perusahaan melalui urutan prioritas strategi yang terbaik. Penentuan skor daya Tarik (*Attractiveness Score – AS*) berdasarkan kesepakatan pihak internal petambak apakah faktor–faktor utama SWOT berpengaruh terhadap alternative strategi dan seberapa besarkah daya tarik alternative strategi tersebut dengan rentang skor 1-5. Semakin tinggi skor daya tarik, maka semakin tinggi alternative strategi tersebut. Dari hasil perhitungan matriks QSPM dapat diketahui alternative strategi yang terbaik untuk bisnis tambak udang vannamei desa wachyuni mandira. hasil dari matriks QSPM dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. Hasil Matriks QSP

Peringkat	Nilai	Strategi
1	20.64	Pengambilan air laut berjarak 50 m dengan tujuan supaya air tidak terkontaminasi.
2	15.56	Mencari alternatif benur yang berkualitas.
3	14.87	Memanfaatkan lahan kosong secara optimal agar meningkatkan permintaan udang vannamei.
4	14.78	Menjaga hubungan baik dengan supplier udang.
5	14.63	Meningkatkan kualitas sarana operasional yang menunjang budidaya
6	14.45	Mengelola SDM dan budidaya dengan baik.
7	14.36	Mendirikan Laboratorium milik dinas perikanan Dengan memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi
8	13.94	Menggunakan Alat paranet untuk memnimalisir perubahan iklim
9	13.78	Mengoptimalkan SDA yang ada untuk budidaya udang vannamei
10	13.66	Menambah tenaga kerja atau karyawan
11	13.46	Memanfaatkan modal untuk memaksimalkan kegiatan budidaya
12	13.39	Merekrut tenaga kerja ahli yang memiliki kualifikasi minimal D III
13	12.13	Saat kondisi tambak sebelah panen maka pengambilan air ditunda

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pengambilan air laut berjarak 50 m dengan tujuan supaya air tidak terkontaminasi merupakan peringkat pertama dengan bobot TAS 20,64. Dengan menentukan jarak tertentu untuk pengambilan air diharapkan dapat meminimalisirkan penyakit sehingga dapat meningkatkan kualitas hasil panen udang venamei, kemudian untuk alternative strategi lainnya dengan peringkat terakhir bobot TAS 12,13 yaitu saat kondisi tambak sebelah panen

maka pengambilan air ditunda hal ini dilakukan agar dapat memaksimalkan pembuangan air tambak yang sedang dipanen.

IV. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor Internal yang dimiliki bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira ada 8 faktor yang terdiri dari 4 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan. Faktor kekuatan utama bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira adalah lokasi perusahaan strategis dengan skor 1,03, sedangkan faktor kelemahan utama bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira adalah sarana dan prasarana kurang lengkap dengan skor 0,084. Faktor Eksternal yang dimiliki bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira ada 8 faktor yang terdiri dari 4 faktor peluang dan 4 faktor ancaman. Faktor peluang utama bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira adalah sumber daya air yang melimpah dengan skor 0,82, sedangkan ancaman utama yang dimiliki oleh bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira adalah penyakit udang yang mempengaruhi hasil panen dengan skor 0,79.
2. Bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira berada pada posisi sel V yaitu posisi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Menjaga dan mempertahankan kekuatan yang dimiliki bisnis tambak udang yaitu kualitas hasil panen. Strategi yang cocok untuk bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira yaitu ketersediaan modal dengan tercukupinya modal untuk usaha budidaya maka akan menunjang keberlangsungannya budidaya yang baik karena dapat mencukupi segala kebutuhan yang diperlukan selama budidaya udang vannamei. Skor yang dipetakan didalam matriks IE merupakan total skor yang diperoleh dari matriks IFE sebesar 2,87 dan matriks EFE sebesar 2,59.
3. Bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira memiliki 13 alternatif strategi yaitu memanfaatkan lahan kosong secara optimal agar meningkatkan permintaan udang vannamei, mengoptimalkan SDA yang ada untuk budidaya udang vannamei, memanfaatkan modal untuk memaksimalkan kegiatan budidaya, mendirikan laboratorium milik dinas perikanan dengan memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi, mengelola SDM dan budidaya dengan baik, menambah tenaga kerja atau karyawan, saat kondisi tambak sebelah panen maka pengambilan air ditunda, mencari alternatif benur yang berkualitas, menggunakan alat paranet untuk meminimalisir perubahan iklim, menjaga hubungan baik dengan supplier udang, pengambilan air laut berjarak 50 m dengan tujuan supaya air tidak terkontaminasi, meningkatkan kualitas sarana operasional yang menunjang budidaya, dan merekrut tenaga kerja ahli yang memiliki kualifikasi minimal D III. Prioritas strategi bisnis tambak udang vannamei di desa wachyuni mandira adalah pengambilan air laut berjarak 50 m dengan tujuan supaya air tidak terkontaminasi dengan skor 20,64, Mencari Alternatif benur yang berkualitas dengan skor 15,56, memanfaatkan lahan kosong secara optimal agar meningkatkan permintaan udang vannamei dengan skor 14,87, menjaga hubungan baik dengan supplier udang dengan skor 14,78, meningkatkan kualitas sarana operasional yang menunjang budidaya dengan skor 14,63, mengelola SDM dan budidaya dengan baik dengan skor 14,45, mendirikan laboratorium milik dinas perikanan dengan memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi dengan skor 14,36, menggunakan alat paranet untuk meminimalisir perubahan iklim dengan skor 13,94, Mengoptimalkan SDA yang ada untuk budidaya udang vannamei dengan skor 13,78, menambah tenaga

kerja atau karyawan dengan skor 13,66, memanfaatkan modal untuk memaksimalkan kegiatan budidaya dengan skor 13,46, merekrut tenaga kerja ahli yang memiliki kualifikasi minimal D III dengan skor 13,39 dan saat kondisi tambak sebelah panen maka pengambilan air ditunda dengan skor 12,13.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan, maka saran yang dapat diberikan untuk budidaya udang vanamei desa wachyuni mandira adalah sebagai berikut :

1. Bagi petambak udang vanamei desa wachyuni mandira yang memiliki kekuatan dalam lokasi perusahaan yang strategis dan peluang dari sumber daya air yang melimpah, namun menghadapi kelemahan dalam sarana dan prasarana yang kurang lengkap serta ancaman penyakit udang, penting untuk fokus pada pengoptimalan fasilitas yang ada dengan melakukan perbaikan bertahap dan efisien. Pemanfaatan sumber daya air yang melimpah harus diimbangi dengan penerapan teknologi pengelolaan air yang baik untuk mencegah penyakit. Selain itu, kerjasama dengan penyedia teknologi atau ahli dalam budidaya udang dapat membantu mengatasi kekurangan infrastruktur dan memperkuat manajemen kesehatan udang, sehingga produktivitas tetap optimal meski dengan keterbatasan yang ada.
2. Untuk bisnis tambak udang vanamei di Desa Wachyuni Mandira yang berada pada posisi menjaga dan mempertahankan (hold and maintain), penting untuk terus fokus pada mempertahankan kualitas hasil panen yang telah menjadi kekuatan utama. Strategi yang cocok adalah memastikan ketersediaan modal yang cukup untuk menunjang keberlangsungan budidaya yang baik. Dengan modal yang memadai, bisnis dapat mencukupi segala kebutuhan selama proses budidaya, seperti pembelian pakan berkualitas, perawatan infrastruktur, serta pengendalian hama dan penyakit, sehingga kualitas hasil panen tetap terjaga dan bisnis dapat berjalan dengan stabil dan berkelanjutan.
3. Untuk pembisnis tambak udang yang menjadikan pengambilan air laut dari jarak 50 meter sebagai prioritas utama untuk memastikan air tidak terkontaminasi, langkah ini sangat penting untuk menjaga kualitas lingkungan budidaya dan kesehatan udang. Namun, selain memastikan sumber air yang bersih, strategi kedua yang perlu diperhatikan adalah mencari alternatif benur yang berkualitas. Untuk itu, perlu membangun kemitraan dengan pemasok benur terpercaya dan melakukan uji kualitas secara rutin. Dengan mengutamakan kedua strategi ini, yaitu penggunaan air laut yang bersih dan benur berkualitas tinggi, tambak udang akan memiliki kondisi yang optimal untuk pertumbuhan udang yang sehat dan produktif.

Daftar Pustaka

- Anggreani, T. F. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619-629.
- Ariadi, H., Madusari, B. D., & Mardhiyana, D. (2022). Analisis pengaruh daya dukung lingkungan budidaya terhadap laju pertumbuhan udang vaname (L. vanamei). *EnviroScientiae*, 18(1), 29-37.
- Cahyani, A. D. 2021. Analisis SWOT dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai Lombang di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pendidikan Geografi*
- Fitriani, F., & Darmayanti, E. F. 2022. Pengaruh Risiko Pembelian Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada

- Mahasiswa FEB UM METRO angkatan 2020). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(2), 341-350.
- Hariato, R. (2020). Pengaruh strategi bisnis, kepemilikan institusional dan kebijakan utang terhadap penghindaran pajak (Studi kasus pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018). *Liability*, 2(1), 49-69.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampong Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS. *Al Tijarah*, 5(2), 93-103.
- Mareta, Z., Kudziyah, K., & Wartini, S. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Udang Vanname di CV. Karya Milenial Lautan Indonesia. *Mandalika Journal of Business and Management Studies*, 2(1), 37-41.
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal riset bisnis dan investasi*, 5(1), 48.
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. 2020. Analisis Swot dalam membuat keputusan dan mengambil kebijakan yang tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33-44.
- Nadia, S. 2022. Penerapan Model Bisnis Canvas pada Usaha Budidaya Udang Vaname (Litopenaues vannamei) di Pokdakan Mikro Bio Ebi Kelurahan Air Mawar Desa Bukit Intan Kota Pangkalpinang (*Dissertasi tidak diterbitkan*, Universitas Bangka Belitung).
- Octavianus S, P. S. 2022. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bengkel Motor Sinar Sakti Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Sundari, S., Riadi, E., Alexandro, R., Hariatama, F., & Oktaria, M. 2022. Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba:(Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya). *Edunomics Journal*, 3(1), 1-10.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. 2023. Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Vivian, S. 2020. Pengaruh brand image dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z pada produk Starbuck. *TRANSAKSI*, 12(1), 51-66.
- Yonefi, M. F. (2024). Analisis Pemasaran Alat Pemisah Lidi Dari Daun Sawit Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).