

Strategi Pemasaran Benih Ikan Lele Sangkuriang (*Gariepinu Var*) di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe (Studi Kasus : UPR Nengah Surya Mina)

Arif Charya^{1*}, Sarty Syarbiah², I Made Sukratman³

¹²³ Program Studi Fakultas Pertanian, Universitas Lakidende, Indonesia

arif220301011@gmail.com^{1*}

Alamat: Jl. Sultan Hasanuddin, No. 234, Wawotobi, Lalosabila, Unaaha, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara 93461, Indonesia

arif220301011@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the marketing strategy of sangkuriang catfish seeds (*Clarias gariepinu var*) in Tawamelewe Village, Uepai District, Konawe Regency using SWOT analysis. The respondents in this study were the owner of a catfish hatchery, Mr. Nengah Sama. The results of the analysis of the sangkuriang catfish hatchery business began in 2013 with a pond area of 20 ares, until now in 2024 with a pond area of 2 ha. The business capital is IDR 3,000,000-5,000,000. up to the current capital of IDR 30,000,000.-50,000,000. The monthly income of UPR Nengah Surya mina reaches IDR 6,000,000.- IDR 8,000,000. if demand is high, the monthly income reaches IDR 8,000,000.- IDR 10,000,000. The results of internal and external factors, the strength factor of the Sangkuriang Catfish Seedling Business in Tawamelewe Village, Uepai District is superior compared to its weaknesses. The opportunity factor in the current condition is quite large compared to its threats. The Sangkuriang Catfish Seedling Business in Tawamelewe Village, Uepai District is currently in Quadrant I, a company that is in quadrant I is a very profitable situation. The company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that can be done is by supporting aggressive business growth.*

Keywords: *Marketing, seeds, catfish*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran benih ikan lele sangkuriang (*Clarias gariepinu var*) di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe dengan menggunakan analisis SWOT. Responden dalam penelitian ini adalah Pemilik pembenihan ikan lele yaitu Bapak Nengah Sama. Hasil analisis usaha pembenihan ikan lele sangkuriang di mulai pada tahun 2013 dengan jumlah kolam 20 are, sampai dengan sekarang 2024 dengan luas kolam 2 ha. Modal usaha yaitu Rp 3.000.000-5.000.000. sampai dengan modal saat ini sebesar Rp 30.000.000.-50.000.000. Pendapatan usaha UPR Nengah Surya mina perbulannya mencapai 6.000.000.- Rp.8.000.000. jika permintaan banyak pendapatan perbulannya mencapai Rp.8.000.000.- Rp.10.000.000. Hasil faktor internal dan eksternal, faktor kekuatan usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya. Faktor peluang dalam kondisi saat ini cukup besar dibandingkan pada ancaman nya. Usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai saat ini berada pada Kuadran I, suatu perusahaan yang berada pada kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan cara mendukung pertumbuhan usaha yang agresif.

Kata Kunci: *Pemasaran, benih, Ikan Lele*

1. LATAR BELAKANG

Indonesia dikenal memiliki kekayaan sumber daya alam hayati yang sangat berlimpah. Salah satu kekayaan tersebut adalah sumber daya perikanan yang cukup besar, terutama dalam keanekaragaman jenis-jenis ikan. Sebagai salah satu subsektor pertanian, perikanan memiliki peranan yang cukup penting, terutama dikaitkan dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi perikanan yang diarahkan untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup

masyarakat, menghasilkan protein hewani dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, meningkatkan ekspor, menyediakan bahan baku industri, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta mendukung pembangunan wilayah dengan tetap memperhatikan kelestarian dan fungsi lingkungan hidup.

Lele Sangkuriang (*Clarias gariepinu var*) adalah ikan budidaya air tawar yang sangat populer. Produksi budidaya meningkat tajam tiap tahun, selama lima tahun terakhir, antara lain karena luasnya pasar bagi lele. Lele disukai konsumen karena berdaging lunak, sedikit tulang, tidak berduri, dan murah. Dari sisi budidaya, lele relatif tidak memerlukan banyak perawatan dan memiliki masa tunggu panen yang singkat (Adi GS, 2008).

Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya berkaitan antara satu dengan lainnya. Hal ini menuntut setiap pelaku usaha bisnis untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama salah satunya terhadap usaha ikan lele di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai. Oleh karena itu usaha ikan lele harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan handal, sehingga tidak hanya laku di pasaran, akan tetapi mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan yang ada. Usaha ikan lele diharapkan benar-benar mampu mengetahui segala bentuk kekuatan dan kelemahan pada kondisi internal usaha ikan lele, sehingga mampu memajemen kondisi yang baik dalam segi pengembangannya. Di lain pihak, para pengusaha juga harus jeli dalam melihat segala bentuk peluang maupun ancaman yang dapat atau akan dihadapi oleh usahanya di pasaran dan para pengusaha harus mampu berfikir untuk menciptakan kreatifitas dan inovasi tentang ikan lele ini (Fitriyah dkk, 2021)

Betapa pentingnya sistem pemasaran dalam segala usaha, termasuk usaha bisnis ikan lele. Usaha akan semakin tandus tanpa adanya marketing yang baik. Sistem marketing juga dapat dipelajari seiring berkembangnya zaman. Dahulu orang memiliki usaha sebatas *offline*, tapi kini bisa juga dijual melalui *online*. (Novianti dkk, 2021).

Sistem pemasaran yang tepat dan mutakhir sangat penting bagi keberlangsungan usaha budidaya ikan lele. Budidaya ikan lele bisa dikembangkan dengan berbagai sistem pemasaran sehingga menghasilkan pendapatan yang besar. Kita bisa mempersiapkan segala macam bentuk pemasaran untuk mendapatkan hasil sebanyak dua kali lipat atau berkali-kali lipat dari sebelumnya. Sebaliknya tanpa sistem pemasaran yang tepat, hanya akan mendapatkan penghasilan yang stabil, konstan, dan tidak bisa meledak. Tidak akan bisa mencapai target-target tertentu ketika tidak menerapkan sistem pemasaran yang tepat (Fitriyah dkk, 2021).

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran ikan lele. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan aturan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah-ubah (Rabilla dkk. 2018).

Pengusaha ikan lele sangkuriang mengalami kesulitan untuk memasarkan ikan lele, diketahui dari hasil wawancara kepada pengelola budidaya ikan lele yaitu Bapak Nengah Sama, budidaya ikan lele sudah 5 tahun lamanya. Bapak Nengah Sama memulai usahanya dengan membeli bibit kurang lebih 5000 ekor bibit ikan lele. Satu ekor bibit ikan lele seharga 350 rupiah. Masa panen ikan lele lebih kurang 2 sampai 3 bulan lamanya. Pak Nengah Sama sekali panen sekitar 500 kg. Budidaya ikan lele sangkuriang sangat mudah, akan tetapi tidak semua masyarakat mau untuk mengkonsumsi ikan lele, walaupun masyarakat tahu bahwa kandungan dalam ikan lele ini banyak sekali gizinya. Pak Nengah Sama memasarkan ikan lelenya ke pedagang-pedagang di pasar dengan menjual seharga 17.000 perkilo ke pedagang ikan lele sangkuriang harga pasaran ikan lele adalah 20.000 perkilonya. Kalau dibersihkan ikan lelenya tambah 2.000 jadi 22.000. Pak Nengah Sama sangat bingung ketika saat panen kebanjiran ikan lele ini. Karena banyaknya pengusaha ikan lele lainnya. Jika Pak Nengah Sama bersungguh-sungguh dalam bisnis ikan lele sangkuriang pastinya akan meraup keuntungan yang besar.

Strategi pemasaran benih ikan lele yang dilakukan oleh upr Nengah Surya Mina memiliki tiga macam strategi yaitu yang pertama harga standar atau harga konsumen, yang kedua harga partai dengan jumlah tertentu akan mendapatkan harga khusus dan yang ketiga harga reseller, reseller mendapat harga lebih murah karena akan menjual kembali benih ikan lele sangkuriang tersebut.

Penelitian ini akan membahas bagaimana lingkungan internal dan eksternal dari usaha ikan lele sangkuriang, serta bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh pemilik usaha ikan lele sangkuriang. Dari latar belakang, maka tujuan penelitian adalah (1) Untuk mengidentifikasi profil usaha ikan lele sangkuriang (*Clarias gariepinu var*) di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe, dan (2) Untuk menentukan strategi yang dilakukan pengusaha benih ikan lele sangkuriang (*Clarias gariepinu var*) dalam memasarkan produknya di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Dusun III Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe , Yang tepatnya di kediaman Bapak Nengah Sama.

Populasi dan Sampel

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian (Supardi, 2005). Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan, (Azwar Saifuddin, 2010). Responden dalam penelitian ini adalah Bapak Nengah Sama (studi kasus), dimana Bapak nengah Sama adalah pemilik pembenihan Ikan Lele yang menjadi responden dalam penelitian.

Analisa Data

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan suatu objek berdasarkan dengan kenyataan yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan input data kualitatif dan kuantitatif (Sugiyono, 2012). Data kualitatif (persepsi manusia) di dapat dengan bantuan kuesioner, sedangkan data kualitatif tersebut akan diolah menjadi data kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT (Rangkuti, 2018). Dalam menganalisis Strategi pemasaran benih ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*) yang diterapkan baik dilihat dari kekuatan dan kelemahanya serta peluang dan ancamannya digunakan analisis SWOT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil usaha budidaya benih ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*) UPR Nengah Suryamina di Desa Tawmelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe

a. Pendirian usaha pembenihan ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*)

Berdirinya usaha pembenihan rakyat (UPR) Nengah Suryamina berawal dari sebuah hobi memelihara ikan lele, kemudian bapak Nengah sama (pemilik upr nengah suryamina) tertarik karna melihat ada peluang ekonomis untuk usaha perikanan,pada tahun 2013 bapak

nengah sama memulai usaha pembenihannya dengan skala kecil dengan luas kolam 20 are untuk memulai usahanya, dengan memanfaatkan pengetahuan dan arahan-arahan yang ia peroleh dari pelaku usaha perikanan yang lebih dulu terjuan dalam dunia perikanan, sehingga pada tahun 2016 barulah bapak nengah suryamina mulai memasarkan produknya di lingkungan sekitar, dengan memberikan harga relatif lebih murah kepada konsumen, secara tidak langsung masyarakatpun mempromosikan usaha perikanan melalui mulut ke mulut bahwa ada usaha pembenihan di desa Tawamelewe kecamatan Uepai kabupaten Konawe, sehingga masyarakat mulai mengenal UPR Nengah Suryamina sampai sekarang, seiring berjalannya waktu UPR Nengah Suryamina mulai berkembang dengan luas kolam yang awalnya 20 are, sekarang luas kolam yang dimiliki sekitar 2 ha dan telah menyediakan berbagai macam benih ikan diantaranya ikan nila, ikan patin, ikan gurami, ikan mas dan ikan lele sangkuriang. Serta UPR Nengah Suryamina sudah memiliki sertifikasi pembenihan yang memenuhi standarisasi benih berkualitas yang di peroleh dari dinas perikanan kabupaten konawe.

b. Modal Usaha

Modal usaha merupakan hal yang sangat penting dalam memulai suatu kegiatan usaha, modal awal usaha pembenihan ikan lele sangkuriang pada upr nengah surya mina pada tahun 2013 yaitu sebesar Rp 3.000.000-5.000.000 dengan modal yang sedikit bapak nengah suryamina mengem bangkan usahanya secara perlahan, sehingga modal usaha pembenihan yang dimiliki sekarang yaitu sebesar Rp 30.000.000.- 50.000.000. modal tersebut digunakan untuk memperluas kolam pembenihan maupun pembesaran ikan lainnya di upr nengah suryamina.

c. Pendapatan usaha

Pendapatan usaha adalah arus kas masuk atau semua pendapatan yang di peroleh suatu perusahaan, untuk pendapatan usaha yang di peroleh usaha pembenihan ikan lele sangkuriang di UPR Nengah Surya Mina tidak menentu, rata-rata pendapatan yang di peroleh UPR Nengah Surya Mina perbulanya sekitar Rp. 6.000.000.- Rp.8.000.000. Dan jika permintaan benih ikan lele sangkuriang banyak pendapatn yang di peroleh sebesar Rp. 8.000.000.- Rp 10.000.000. perbulannya.

Strategi Pemasaran Benih Ikan Lele Sangkuring (*Clarias Gariepinu Var*) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe Dalam Matriks SWOT

Dari hasil analisis perhitungan IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa nilai yang diperoleh dalam hal kekuatan lebih besar dari pada kelemahan dan disaat yang sama nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Akibatnya posisi usaha Pembenihan Ikan Lele

Sangkuring (Clarias Gariepinu Var) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe terletak pada kuadran 1 (Kuadran Growth/pertumbuhan), karena kedua selisih nilai tertimbang IFAS dan EFAS adalah positif, yaitu 2,94 (IFAS) dan 2,88 (EFAS). Sedangkan penentuan pilihan strategi yang dapat digunakan usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang (Clarias Gariepinu Var) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe adalah *Rapid Growth* dikarenakan nilai tertimbang *Strengths* lebih besar dari nilai *Opportunities* yaitu, $S (2,71) > O (2,49)$. Posisi usaha pembenihan ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*) pada matriks kuadran SWOT dapat dilihat pada Tabel dan gambar berikut:

Tabel 1. Tabel IFAS (kekuatan dan kelemahan)

Faktor-Faktor Strategi Internal (Kekuatan)	Bobot	Rating	Bobot X Ranting
1. Modal awal yang termasuk ringan	0,17	3	0,51
2. Alur pemasaran yang luas dan modern	0,22	3	0,66
3. Keterampilan yang di miliki cukup memadai	0,22	4	0,88
4. Sarana dan prasana produksi yang memadai	0,22	3	0,66
Total	0,83		2,71
Faktor-Faktor Strategi Internal (Kelemahan)	Bobot	Rating	Bobot X Ranting
1. proses pembenihan yang memerlukan waktu cukup lama	0,11	1	0,11
2. skurangnya tenaga pembantu tetap	0,06	2	0,12
Total	0,17		0,23
Total Kekuatan Dan Kelemahan	1,00		2,94

Berdasarkan tabel diatas terkait faktor-faktor strategis internal (kekuatan). Strategi pemasaran benih ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*) di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe,dengan bobot x ranting tertinggi terdapat dalam table kekuatan dengan nilai, 0,88 yaitu merupakan keterampilan yang di miliki cukup memadai, selanjutnya bobot x rating dengan nilai 0,66 yaitu Sarana dan prasana produksi yang memadai dan alur pemasaran yang luas dan kekuatan usaha yang terkahir dalam factor internal dengan nilai 0,51 yaitu Modal awal yang termasuk ringan. Dari tabel diatas faktor strategi internal dalam hal kelemahan Strategi Pemasaran Benih Ikan Lele Sangkuriang (*clarias gariepinu var*) di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe, bobot x ranting tertinggi dengan

nilai 0,12 Kurangnya tenaga tetap yang berkompeten dan nilai bobot x rating ke dua yaitu proses pembenihan yang memerlukan waktu cukup lama dengan nilai 0,11.

Tabel 2. Tabel EFAS (Peluang dan Ancaman)

Factor-Faktor Strategi Eksternal (Peluang)	Bobot	Rating	Bobot X Ranting
1. Permintaan pasar yang terus meningkat	0,20	3	0,6
2. Sedikitnya pembenihan lele sangkuriang	0,27	3	0,81
3. Memiliki kerjasama dengan dinas terkait(Dinas perikanan)	0,27	4	1,08
Total	0,74		2,49
Factor-Faktor Strategi Eksternal (Ancaman)	Bobot	Rating	Bobot X Ranting
1. Banyaknya benih ikan yang masuk dari luar daerah	0,13	2	0,26
2. Faktor cuaca yang tidak menentu	0,13	1	0,13
Total	0,26		0,39
Total Peluang Dan Ancaman	1,00		2,88

Berdasarkan table diatas terkait faktor-faktor strategis eksternal dalam hal peluang yang dimiliki oleh pelaku usaha Pembenihan ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*) di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe, bobot x rating tertinggi pada faktor eksternal peluang yaitu memiliki kerja sama dengan dinas terkait (dinas perikanan) dengan bobot x ranting 1,08, Pluang yang kedua dengan bobot x rating 0,81 yaitu masi sedikitnya pembenihan ikan lele sangkuriang dan bobot x rating yang terakhir dengan nilai 0,6 yaitu permintaan pasar yang terus meningkat. Pengusaha pembenihan ikan lele sangkuriang disamping memiliki peluang juga memiliki ancaman eksternal (ancaman dari luar perusahaan) yaitu banyaknya benih ikan yang asuk dari luar daerah dengan bobobt x rating 0,26 serta memiliki ancaman dari factor cuaca yang tidak menentu sehingga mempengaruhi proses budidaya pembenihan ikan lele sangkuriang, dengan bobot x rating 0,13.

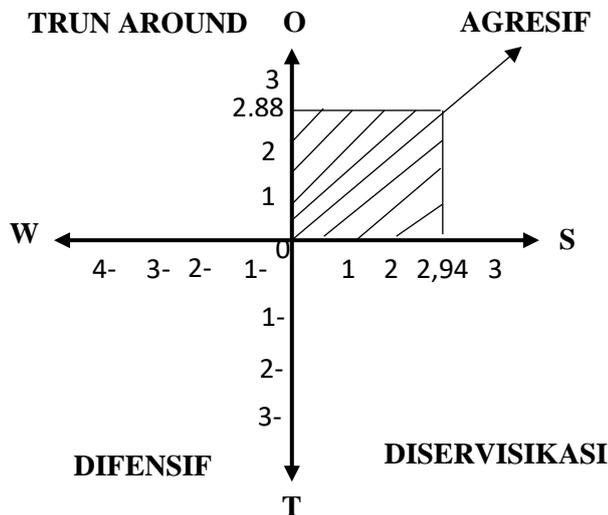
Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS diatas dapat dilihat dari masing masing factor strategi terdapat bobot x ranting kekuatan (*strengths*) 2,71 sedangkan kelemahan (*weakness*) dengan total bobot x ranting 0,23 Dapat disimpulkan bahwa usaha pembenihan ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*) di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe memiliki kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahan yang ada didalam usaha pembenihan ikan lele sangkuriang tersebut.

STRATEGI PEMASARAN BENIH IKAN LELE SANGKURIANG (GARIEPINU VAR) DI DESA TAWAMELEWE KECAMTAN UEPAI KABUPATEN KONAWE (STUDI KASUS : UPR NENGAH SURYA MINA)

Selanjutnya untuk bobot x ranting peluang (*opportunities*) dengan total 2,49 dan ancaman (*threats*) dengan total 0,39. Hal ini berarti Usaha pembenihan ikan lele sangkuriang (*clarias gariepinu var*) di Desa tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe, memiliki peluang yang yang besar dibandingkan dengan ancaman yang timbul. Dari hasil faktor-faktor strategi internal (IFAS) dan eskternal (EFAS) menghasilkan total bobot x rating sebagai berikut:

- a. Kekuatan (Strenghts/S) : 2,71
- b. Kelemahan (Weakness/W) : 0,23
- c. Peluang (Opportunities/O) : 2,49
- d. Ancaman (Threats/T) : 0,39

Kuadran SWOT dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar1. Posisi Usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinu Var*) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe Dalam Matriks SWOT.

Berdasarkan tahapan analisis yang telah dilakukan pada faktor internal dan eksternal dapat disimpulkan, faktor internal dan eksternal yang positif, faktor kekuatan usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinu Var*) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya. Sedangkan untuk peluang dalam kondisi saat ini cukup besar dibandingkan pada ancamannya. Usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinu Var*) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe saat ini berada pada Kuadran I, menurut Freddy Rangkuti (2006) suatu perusahaan yang berada pada kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan cara mendukung pertumbuhan usaha yang

agresif. Usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinu Var*) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe dapat memanfaatkan keadaan yang ada guna untuk memaksimalkan pengembangan kekuatan yang unggul tersebut serta memanfaatkan peluang sebaik mungkin untuk perbaikan dari segi internal atau masalah yang ada yaitu dengan Menambah modal usaha untuk peningkatan produktivitas benih ikan lele agar dapat memenuhi permintaan pasar dan Memanfaatkan keterampilan yang dimiliki dengan dengan kerjasama dinas perikanan untuk meperluas usaha pembenihan agar dapat memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Pendirian usaha pembenihan ikan lele sangkuriang di mulai pada tahun 2013 dengan jumlah kolam 20 are, sampai dengan sekarang 2024 dengan luas kolam 2 ha. Modal usaha yang cukup ringan dengan jumlah Rp 3.000.000-5.000.000. sampai dengan modal saat ini sebesar Rp 30.000.000.-50.000.000. Pendapatan usaha UPR Nengah Surya mina perbulannya mencapai 6.000.000.-Rp.8.000.000. jika permintaan banyak pendapatan perbulannya mencapai Rp.8.000.000.- Rp.10.000.000.
- b. Hasil analisis yang telah dilakukan pada faktor internal dan eksternal bahwa, faktor internal dan eksternal yang bernilai positif, faktor kekuatan usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinu Var*) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya. Sedangkan untuk peluang dalam kondisi saat ini cukup besar dibandingkan pada ancaman nya. Usaha Pembenihan Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinu Var*) Di Desa Tawamelewe Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe saat ini berada pada Kuadran I, menurut Rangkuti (2016) suatu perusahaan yang berada pada kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan cara mendukung pertumbuhan usaha yang agresif.

Saran

Bagi pelaku usaha pembenihan ikan lele perlu mengadakan studi banding keluar daerah ke pelaku usaha pembenihan ikan lele yang sudah berkembang, guna untuk memperoleh tambahan pengetahuan serta perlu menjalin kerjasama antara pengusaha pembenihan lainnya untuk memenuhi permintaan pasar jika benih yang di produksi tidak mencukupi maka pengusaha bisa mengambil benih pada mitra usaha untuk memenuhi permintaan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, GS. 2008. Strategi Pengembangan Usahatani Lele dumbo di Kabupaten Boyolali. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
- Azwar, Saifuddin. 2010. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Fitriyah dkk, 2021. Strategi Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Lele Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen. Fakultas Ekonomi Unisma.
- Novianti, R.K., Roz, Kenny, Sa'diyah, Chalimatuz. 2021. Pendampingan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Usaha Budidaya Lele. Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS., 4(2): 187-193.
- Rabilla dkk. 2018. Strategi Pemasaran Lele Sangkuriang Organik Surya Kencana Farm Kota Bogor. Jurnal Online13 (2),137-142. ISSN 2085-8418; EISSN 2622 9250.
- Rangkuti Freddy. 2018. Analisis SWOT: teknik membedah kasus cara perhitungan Bobot, Ranting, dan OCAPI. PT Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Rangkuti, Feddy. 2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, 2005. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press.