

## Analisis Strategi Peningkatan Produksi Budidaya Ikan Lele di Wilayah Batanghari

Fitrotul Hidayah<sup>1</sup>; Vili Uta Dewi<sup>2</sup>; Angga Pratama<sup>3</sup>;  
Hendara Atmoko<sup>4</sup>; Carmidah<sup>5</sup>

Institut Agama Islam Negeri Metro

[fitrotulh884@gmail.com](mailto:fitrotulh884@gmail.com)<sup>1</sup>; [viliuta01@gmail.com](mailto:viliuta01@gmail.com)<sup>2</sup>; [anggaprtma61@gmail.com](mailto:anggaprtma61@gmail.com)<sup>3</sup>;  
[hendraatmoko27@gmail.com](mailto:hendraatmoko27@gmail.com)<sup>4</sup>; [carmidah@metrouniv.ac.id](mailto:carmidah@metrouniv.ac.id)<sup>5</sup>

Alamat: Jalan KI Hajar Dewantara No. 15A, Iringmulyo,  
Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34112  
Korespondensi penulis: [carmidah@metrouniv.ac.id](mailto:carmidah@metrouniv.ac.id)

**Abstract.** *This research was carried out in December 2023 at Batanghari. The location of this research is determined deliberately (purposive sampling) with the consideration that Batanghari has good potential to carry out catfish farming business activities. Business Catfish rearing cultivation in Batanghari has been established since 2010. The total income obtained by farmers in carrying out a catfish rearing business, namely Rp. 110.000.000 and the income is obtained for one harvest, and the annual income is Rp. 440.000.000. Based on results of calculating the percentage of profits obtained from cultivators Catfish in Batanghari is 500kg, 10 fish per kg. Meanwhile, the value of the cost of production is 3,944. The profit value for the selling price of catfish is IDR 8,006/kg.*

**Keywords:** *Cultivation, catfish, production increase strategy*

**Abstrak.** Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023 bertempat di Batanghari. Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (purposive sampling) dengan pertimbangan bahwa Batanghari memiliki potensi yang cukup baik untuk melakukan kegiatan usaha budidaya ikan Lele. Usaha budidaya pembesaran ikan Lele di Batanghari sudah berdiri sejak tahun 2010. Total penerimaan yang diperoleh pembudidaya dalam melakukan usaha pembesaran ikan Lele yaitu Rp.110.000.000 dan penerimaan itu di dapat untuk satu kali panen, dan pendapatan per tahun sebesar Rp. 440.000.000. Berdasarkan hasil perhitungan presentase keuntungan yang didapatkan dari Pembudidaya ikan Lele di Batanghari yaitu 500kg 10 ekor perkg. Sedangkan nilai harga pokok produksi sebesar 3,944. Nilai keuntungan untuk harga jual ikan lele sebesar Rp 8.006/kg.

**Kata kunci:** Budidaya, ikan lele, strategi peningkatan produksi

### LATAR BELAKANG

Batanghari merupakan kecamatan dari desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Banjar Rejo merupakan sebuah kampung yang dimana keseharian orang-orang berkerja sebagai petani, guru dan lain-lain, akan tetapi sebagian kecil sekitar 30% petani memanfaatkan lahan untuk dijadikan sebagai usaha budidaya ikan lele. Usaha budidaya ikan lele merupakan usaha budidaya ikan yang mudah untuk dilakukan karena ikan lele merupakan spesies air tawar, daya tubuh kuat, dapat dipelihara di media kolam berbahan terpal, beton, tanah, sehingga usaha ini menambah nilai ekonomis yang tinggi dan juga ikan lele

banyak diminati masyarakat untuk dijadikan usaha kembali seperti dirumah makan dan lesehan. Faktor yang mendukung usaha ikan lele adalah harga jual serta permintaan konsumen yang meningkat. Banyaknya permintaan konsumen memberikan peluang untuk terus melakukan usaha budidaya ikan lele.

Dalam memasarkan hasil produksi budidaya ikan lele terlibat persaingan dilingkungan sekitar, untuk mengatasi persaingan ikan lele ini maka menggunakan strategi untuk memperoleh peluang serta menghindari ancaman dari para pesaing.

Hasil wawancara yang dilakukan pada pemilik budidaya ikan lele menggunakan strategi peningkatan produksi dengan cara menjaga kualitas dan kuantitas pakan yang akan diberikan. Pemberian pakan harus tepat dalam menentukan jumlah pakan, ukuran pakan, jenis pakan, dan waktu pemberian makan. Oleh sebab itu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “analisis analisis strategi peningkatan produksi budidaya ikan lele di wilayah batanghari”.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Strategi Peningkatan Produksi**

#### **1. Pengertian Strategi**

Menurut Greek Wrfter Xenophone strategi merupakan sebagai usaha dalam mengetahui bisnis apa yang akan dilakukan. Definisi tersebut menjelaskan strategi memerlukan ilmu tentang bisnis, keinginan masa depan dan tujuan terhadap tindakan. Hal tersebut menekankan hubungan antara strategi dan kepemimpinan.<sup>1</sup>

Strategi merupakan sebuah ilmu perencanaan atau sebagai alat menetapkan bagaimana tujuan bisnis jangka panjang dalam mengelola seluruh sumber daya yang memiliki perusahaan yang bermanfaat dalam suatu bisnis.<sup>2</sup>

Menurut Rachmat dalam buku manajemen strategi menjelaskan definisi manajemen strategi yaitu sebuah proses kegiatan perencanaan, pengarahan, penyusunan dan mengendalikan keputusan tindakan strategi yang bertujuan mencapai tujuan perusahaan untuk mendapat keuntungan. Pada dasarnya suatu

---

<sup>1</sup> Lantip Diant Prasajo, *Manajemen Produksi* (Yogyakarta: UNY Press, 2018).

<sup>2</sup> Rachmad, *Manajemen Strategi*, Cetakan 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2014).

proses yang mengarah dalam tindakan perencanaan, pengembangan strategi dan pengambilan keputusan oleh pemimpin perusahaan yang akan membantu mencapai tujuan perusahaan tersebut.

## **2. Produksi**

### **1) Pengertian Produksi**

Menurut Sofyan Assauri,<sup>3</sup> produksi merupakan segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana yang dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, tenaga kerja, dan skil (*organization, managerial dan skills*).

Menurut Murti Sumarti dan Jhon Suprihanto, produksi merupakan seluruh kegiatan yang dalam prosesnya memerlukan faktor produksi untuk menciptakan maupun menambah nilai guna suatu barang atau jasa.<sup>4</sup>

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa produksi merupakan kegiatan yang sangat penting kedudukannya dalam sebuah perusahaan. Dalam sebuah perusahaan kegiatan produksi di kelola bagian produksi dan operasi. Oleh karena itu segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan didalam aktifitas produksi tergolong dalam manajemen produksi dan operasi. Dalam melakukan proses produksi suatu manajemen dituntut untuk mamapu menciptakan suatu barang atau jasa yang memiliki kualitas baik dengan biaya produksi yang minimum namun tetap mengikuti perkembangan zaman sesuai keinginan konsumen.

### **2) Tujuan Produksi**

Dalam suatu perusahaan proses produksi sangatlah pentig, proses ini sangat memperngaruhi naiknya turunnya perusahaan dalam melayani konsumen. Adapaun beberapa tujuan produksi dalam suatu perusahaan sebagai berikut: 1)Menghasilkan barang atau jasa; 2)Meningkatkan nilai guna barang atau jasa; 3)Meningkatkan kemakmuran masyarakat; 4)Meningkatkan keuntungan; 5)Meningkatkan lapangan usaha; 6)Menjaga kesinambungan usaha perusahaan.

---

<sup>3</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Produksi* (Jakarta: FE-UI, 2008).

<sup>4</sup> Sumarti Murti, *Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, Edisi II (Yogyakarta: Liberty, 1987).

### 3) Langkah-Langkah Peningkatan Produksi

Adapun beberapa langkah – langkah peningkatan produksi yang dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Intensifikasi. Intensifikasi adalah upaya untuk meningkatkan hasil produksi dengan cara memperbaiki metode kerja dan meningkatkan produktivitas faktor produksi.
- b. Ekstensifikasi. Ekstensifikasi adalah upaya untuk meningkatkan hasil produksi dengan cara mengembangkan atau menambahkan faktor - faktor produksi.
- c. Diversifikasi. Diversifikasi adalah upaya untuk meningkatkan hasil produksi dengan cara mengembangkan atau menambahkan keanekaragaman jenis hasil produksi.
- d. Rasionalisasi. Rasionalisasi adalah suatu upaya untuk meningkatkan hasil produksi dengan cara meningkatkan sistem manajemen yang lebih efektif dengan cara penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi.

### 3. Strategi Produksi

Strategi produksi adalah sebuah perencanaan yang disusun perusahaan dalam upaya dalam mengubah input menjadi output yang memiliki nilai guna. dalam hal ini strategi produksi memiliki kaitannya dengan proses produksi seperti proses pengerjaannya, teknologi yang digunakan, SOP sampai intruksi kerja pimpinan kepada karyawan.<sup>5</sup>

Strategi produksi berperan penting bagi usaha yang ingin maju dan sukses. Sebuah usaha dalam meningkatkan pendapatan, meningkatkan loyalitas pelanggan dan perkembangan bisnis yang lebih luas. manfaat strategi antara lain meningkatkan pendapatan, meminimalkan resiko dan kerugian, meningkatkan sebuah usaha, meningkatkan kinerja serta menghemat biaya, upaya dan waktu.

---

<sup>5</sup> Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015).

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu penelitian dikerjakan secara verbal sehingga datanya tidak hanya berupa angka. Metode penelitian ini dilakukan secara maksimal dimana penelitian ini menganalisis secara hati – hati serta efektif terhadap kenyataan yang terdapat di lapangan. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Metode pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Usaha Ikan Lele BAROKAH milik bapak Sudar dan Ibu Erni yang merupakan UMKM yang bergerak dibidang perternakan yang beralamat di Desa Banjar Rejo, Kec. Batanghari, Kab. Lampung Timur. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan November – Desember 2023.

### **Metode Analisis Data**

Dalam menganalisis data metode yang digunakan dalam penepatan harga jual adalah metode cost plus pricing, yaitu penepatan harga jual dengan menambah margin atau keuntungan digunakan dengan rumus :

$$\mathbf{TC = VC + FC}$$

$$\mathbf{Profit\ Margin = ( TC \times \dots \% \text{ laba } )}$$

$$\mathbf{Harga\ Jual\ (HJ) = TC + Profit\ Margin}$$

Keterangan :

TC = Total Biaya Peunit

VC = Biaya Variabel

FC = Biaya Tetap

Margin = Laba yang di inginkan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Budidaya Peningkatan Produksi Ikan Lele

Berdasarkan hasil penelitian, budidaya ikan lele di Kecamatan Batanghari masih menggunakan teknologi semi intensif. Budidaya ikan lele ini dimulai dari pemanenan pertama yaitu dari benih ukuran 5-7 cm dengan lama pemeliharaan 3-4 bulan. Wadah yang digunakan untuk budidaya ini adalah kolam tanah dengan ukuran 5 x 2 m dan kepadatan yang digunakan 100 ekor/m. menurut Hermawan padat tebar 100 ekor/m menghasilkan produksi yang tinggi, karena semakin tinggi padat tebar semakin tinggi pula produksinya.

Pakan suplemen yang digunakan dalam produksi ikan lele berupa manggot, fermentasi ampas tahu, cacing, bekicot plankton prekuensi pemberian pakan 2 kali sehari menggunakan metode *ad satiation* (sedikit demi sedikit hingga ikan kenyang). Pengelolaan kualitas air dilakukan tergantung dari kondisi perairan dalam wadah budidaya ikan lele. Pemeriksaan hama dan penyakit dilakukan setiap hari serta pemberian probiotik. Penanganan yang dilakukan adalah jika ikan terserang penyakit, air diganti kemudian air yang baru diberi kapur dolomite, dan garam. Menurut Wibowo (2013) probiotik berfungsi untuk menjaga kualitas air, frekuensi pemberian abiotik dilakukan 7-10 hari sekali.

Pemanenan dilakukan secara parsial dan hasil panen langsung dijual ke tengkulak. Karneta (2014) mengungkapkan bahwa keuntungan budidaya ikan lele sangat tergantung kepada kemampuan pembudidaya memilih benih yang baik dan ramah, ukuran panen seragam 6-10 ekor per kg dan waktu budidaya pendek maksimum 90 hari. Hasil produksi ikan lele dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 1.** Hasil Produksi Ikan Lele di Lokasi Penelitian

Nama Pemilik	Jumlah Siklus (per tahun)	Wadah Budidaya	Hasil Panen (ton/tahun)
Sudar	4 kali	Kolam Tanah	2

Sumber : Data Penelitian 2023

Metode yang digunakan oleh budidaya ini adalah langsung ke tengkulak. Sudiyono (2004) menyatakan bahwa tengkulak yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani atau peternak, tengkulak ini

melakukan transaksi dengan peternak baik secara tunai maupun kontrak pembelian.<sup>6</sup> Target pemasaran adalah pasar lokal.

Ikan lele hasil dari budidaya yang telah dipanen akan dibeli oleh tengkulak, dari tengkulak, tengkulak mengirimkan ikan lele ke pasar lokal dan dari pasar lokal menjual ikan lele tersebut ke konsumen.

Harga pembelian pemasar dari pembudidaya sejumlah Rp. 22.000,00/kg sedangkan harga jual dari pemasar ke konsumen Rp. 24.000,00/kg. permintaan ikan lele di Kecamatan Batanghari cukup tinggi, karena selain dikonsumsi oleh masyarakat, ikan lele juga biasa dimanfaatkan oleh para pedagang contohnya seperti di rumah makan sebagai bahan pangan olahan.

### Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh pada peningkatan produksi budidaya ikan lele. Faktor internal ini meliputi kekuatan internal (*strengths*) dan kelemahan internal (*weaknesses*).

**Tabel 2.** Indikator-indikator kekuatan dan kelemahan internal

<b>Kekuatan (<i>strengths</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>weaknesses</i>).</b>
1. Luasnya area budidaya ikan lele	1. Sumber Daya Manusia
2. Produksi budidaya ikan lele	2. Penyakit
3. Manajemen budidaya	3. Produk Hasil Budidaya
4. Sarana dan Prasarana	4. Keterbatasan Dana
5. Faktor Lingkungan	5. Pemanfaatan Dana

### Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal dilakukan dengan melihat faktor-faktor di luar budidaya ikan lele untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kecenderungan-kecenderungan yang berada diluar kontrol.

**Tabel 3.** Indikator-indikator Peluang dan Ancaman Eksternal

<b>Kekuatan (<i>strengths</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>weaknesses</i>).</b>
1. Luas lahan di Kecamatan Batanghari	1. Persaingan
2. Peluang pasar	2. Kenaikan harga pakan
3. Manajemen budidaya	3. Faktor-faktor lingkungan
4. Sumber Daya Manusia	4. Harga jual ikan lele yang fluktuatif
5. Kebijakan Pemerintah	5. Perkembangan teknologi budidaya di daerah lain

<sup>6</sup> Barro Anggoro, Tita Elfitasari, dan F. Basuki, "Strategi Pengembangan Budidaya Pembesaran Ikan Lele (*Clasrias Sp.*) Di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang," 1 Juni 2016, 4–6.

### Perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pembudidayaan ikan lele

Biaya produksi, berikut ini adalah tabel produksi ikan lele selama sekali panen dalam kurun waktu 3-4 bulan

**Tabel 4.** Biaya Produksi

Keterangan	Harga
1. Bibit Lele	Rp. 500.000,00
2. Pakan Lele	Rp. 1.390.000,00
3. Suplemen	Rp. 27.000,00
4. Probiotik	Rp. 55.000,00
<b>Jumlah</b>	<b>Rp. 1.972.000</b>

Berdasarkan tabel diatas total biaya yang dikeluarkan oleh usaha budidaya ikan lele Barokah dalam satu kali panen sebesar Rp. 1.972.000, biaya tersebut terdiri atas bibit lele, pakan lele, suplemen, dan probiotik.

**Tabel 5.** Biaya Lain-lain

Biaya Lain-lain	Harga
1. Terpal	Rp. 78.000,00
2. Alat Peralatan	Rp. 40.000,00
<b>Jumlah</b>	<b>Rp 118.000,00</b>

Tabel 5 diatas merupakan total dari biaya biaya lain yang dikeluarkan oleh usaha budidaya ikan lele Barokah terdiri dari terpal dan alat peralatan yang digunakan untuk melakukan budidaya ikan lele.

Hasil dari wawancara diketahui bahwa usaha budidaya ikan lele Brokah ini dalam menentukan harga jual masih mengikuti harga pasar pembudidaya yang lainnya sebesar Rp. 22.000 sehingga presentase keuntungan yang didapatkan oleh usaha ini sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{a. Persentase Keuntungan} &= \frac{\text{Jumlah biaya produksi}}{\text{Harga jual produk}} \times 100\% \\
 &= \frac{1.972.000}{22.000} \times 100\% = \mathbf{89,6\%} \\
 \text{b. Harga Pokok Produk (HPP)} &= \frac{\text{Jumlah biaya produksi}}{\text{Jumlah per kg yang Terjual}} \\
 &= \frac{1.972.000}{500} = 3.944
 \end{aligned}$$

Dengan harga jual sebesar 22.000 maka presentase yang didapatkan oleh usaha ini adalah 89,6%. Dengan mengetahui HPP Per kg harga ikan lele Barokah



dapat menentukan harga jual yang optimal untuk mendapat keuntungan yang diinginkan. Maka harga jual per kg dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Per kg} &= \text{HPP} + (89,6\% \times \text{HPP}) \\ &= 3.944 (89,6\% \times 19.720) \\ &= 3.944 ( 3.533 ) \\ &= 13.934 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas seharusnya usaha budidaya ikan lele Barokah menjual ikan lele seharga Rp.13.934 per kg yang merupakan harga optimalnya. Namun, usaha budidaya ikan lele ini mengikuti harga pasar dengan menjualnya seharga Rp. 22.000 per kg nya. Dengan harga jual sebesar Rp 22.000/kg, budidaya ikan lele Barokah mendapat keuntungan sebesar Rp 8.006/kg ( 89.6% dari HPP per kg)

### **Strategi untuk meningkatkan produksi dalam budidaya ikan lele**

Untuk mengelola produksi ikan lele menjadi lebih efisien dapat dilakukan dengan menerapkan beberapa strategi yang berfokus pada pengelolaan yang terkait dengan budidaya ikan lele. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat membantu dalam mengelola produksi :<sup>7</sup>

a) Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*) : Peningkatan produksi dengan menambah area budidaya.

Peningkatan volume produksi penting dilakukan mengingat meningkatnya pula minat masyarakat terhadap produk ini. Dengan memiliki lokasi strategis, sarana dan prasarana memadai serta proses produksi yang baik akan dapat semakin meningkatkan kekuatan volume produksi. Ditambah dengan adanya bantuan dari pemerintah daerah serta instansi terkait serta teknologi pakan dan akses jalan yang baik membuat semakin kuatnya potensi peningkatan volume produksi lain.

Penambahan area budidaya seperti dengan penambahan luasan kolam yang digunakan baik memakai kolam tanah. Hal ini berperan dalam meningkatkan jumlah produktifitas ikan lele yang cepat berkembang di kolam-kolam tersebut. Penambahan ini hendaknya dilakukan secara bertahap

<sup>7</sup> Besse Dahliana, Hasmidar Hasmidar, dan Jumardi Jumardi, "Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Lele (*Clarias Sp.*) Pada Kolam Terpal," *Jurnal Pertanian Agros* 25, no. 2 (2023): 1291–98.

menyesuaikan dengan pendapatan yang didapat sehingga keberlanjutan usaha akan berjalan dengan lancar. Begitu pula dengan benih, penambahan benih penting dilakukan untuk meningkatkan padat tebar ikan di kolam-kolam tersebut. Dengan penambahan benih ikan otomatis bertambah pula jumlah produksi ikan lele saat panen.

Kedua hal ini harus berbarengan seiring berjalan, karena jika penambahan luasan kolam tidak dibarengi dengan penambahan benih, maka usaha tersebut tidak akan berjalan secara efisien. Oleh karena itu penggunaan alokasi pendapatan untuk keberlanjutan usaha diperlukan guna menunjang tujuan yang hendak dicapai

- b) Strategi W-O (Weakness-Opportunities) : Pemanfaatan bantuan dari pemerintahan dan dinas terkait sebagai penyampai informasi informasi antara pemerintah, masyarakat dan pembudidaya dalam promosi, pinjaman lunak, serta pelatihan pembudidaya.

Promosi yang kurang, masalah permodalan, kemampuan usaha menghasilkan modal jangka panjang serta kurangnya keterampilan pekerja dapat diatasi dengan adanya bantuan pemerintah dan dinas terkait baik mengenai permodalan, pelatihan-pelatihan keterampilan khususnya perikanan yang sering dan rutin diadakan.

- c) Strategi S-T (Strengths-Threats) : Pertahankan kualitas produk dengan menjaga proses produksi yang baik, kualitas produk, akses jalan, sarana dan prasarana yang menunjang serta keamanan sekitar.

Dengan memiliki produk yang berkualitas maka produk tersebut dapat bertahan bahkan bersaing dengan produk lainnya sehingga harga yang ditawarkan pun akan meningkat bersamaan dengan isu-isu yang muncul.

Menurut Nadja produk yang berkualitas merupakan jaminan terhadap keberlanjutan permintaan konsumen terhadap produk pangan termasuk permintaan terhadap ikan lele ini.

Mempertahankan kualitas produk tidaklah gampang yang dibayangkan, perlu adanya pengawasan dari petani/pelaku usaha. Misalnya jika terjadi serangan penyakit atau stres pada ikan akibat perubahan cuaca dan iklim yang ekstrim maka dapat diambil keputusan apakah harus berkoordinasi

dengan dinas, penyuluh atau menanganinya sendiri dengan pengobatan alternatif. Begitu pula dengan adanya akses jalan, sarana dan prasarana yang memadai harus dimaksimalkan guna kelancaran transportasi atau pengangkutan hasil produksi dari lokasi budidaya ke lokasi pemasaran.

- d) Strategi W-T (Weakness-Threats) : Pengusahaan pakan alternatif yang bagus, lebih murah dan berkelanjutan serta menjalin kerjasama dengan penyedia bahan baku tersebut.

Pengusahaan pakan alternatif diharapkan dapat mengurangi beban biaya yang besar sehingga pemakaian modal akan semakin hemat. Pakan alternatif yang dimungkinkan untuk digunakan secara berkepanjangan yaitu pakan alami seperti daun pepaya. Atau dapat pula digunakan pakan alternatif sumber protein dari buangan ikan atau bagian ikan yang tidak dipakai di pasar ikan. Ikan lele yang rakus dalam hal makanan ini tidak memilih-milih makanan yang dimakannya, Oleh sebab itu pemberian pakan alternatif ini dapat dilakukan dengan baik dan kontinue. Meningkatkan minat masyarakat terhadap ikan lele melalui publikasi dan promosi tentang manfaat ikan lele sedangkan mahalannya harga pakan merupakan ancaman yang paling besar.

Adapun prioritas strategi untuk pengembangan usaha budidaya ikan lele Barokah pada kolam tanah di Kecamatan Batanghari adalah meningkatkan produksi dengan menambah area budidaya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan adalah Batanghari merupakan kecamatan dari desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Banjar Rejo merupakan sebuah kampung yang dimana keseharian orang-orang berkerja sebagai petani, guru dan lain-lain, akan tetapi sebagian kecil sekitar 30% petani memanfaatkan lahan untuk dijadikan sebagai usaha budidaya ikan lele. Faktor yang mendukung usaha ikan lele adalah harga jual serta permintaan konsumen yang meningkat. Dalam memasarkan hasil produksi budidaya ikan lele terlibat persaingan dilingkungan sekitar, untuk mengatasi persaingan ikan lele ini maka menggunakan strategi untuk memperoleh peluang serta menghindari ancaman dari para pesaing. Hasil wawancara yang

dilakukan pada pemilik budidaya ikan lele menggunakan strategi peningkatan produksi dengan cara menjaga kualitas dan kuantitas pakan yang akan diberikan. Strategi merupakan sebuah ilmu perencanaan atau sebagai alat menetapkan bagaimana tujuan bisnis jangka panjang dalam mengelola seluruh sumber daya yang memiliki perusahaan yang bermanfaat dalam suatu bisnis. Dalam suatu perusahaan proses produksi sangatlah penting, proses ini sangat mempengaruhi naiknya turunnya perusahaan dalam melayani konsumen. Adapapun beberapa tujuan produksi dalam suatu perusahaan yaitu Intensifikasi, Eksistensifikasi, Diversifikasi, dan Rasionalisasi. Strategi produksi adalah sebuah perencanaan yang disusun perusahaan dalam upaya dalam mengubah input menjadi output yang memiliki nilai guna. Strategi produksi berperan penting bagi usaha yang ingin maju dan sukses. Peningkatan volume produksi penting dilakukan mengingat meningkatnya pula minat masyarakat terhadap produk ini. Dengan memiliki lokasi strategis, sarana dan prasarana memadai serta proses produksi yang baik akan dapat semakin meningkatkan kekuatan volume produksi.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Anggoro, Barru, Tita Elfitasari, dan F. Basuki. “Strategi Pengembangan Budidaya Pembesaran Ikan Lele (*Clasrias Sp.*) Di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang,” 1 Juni 2016.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Produksi*. Jakarta: FE-UI, 2008.
- Dahlia, Besse, Hasmidar Hasmidar, dan Jumardi Jumardi. “Strategi Pengembangan Budidaya Ikan Lele (*Clarias Sp.*) Pada Kolam Terpal.” *Jurnal Pertanian Agros* 25, no. 2 (2023): 1291–98.
- Murti, Sumarti. *Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. Edisi II. Yogyakarta: Liberty, 1987.
- Prasojo, Lantip Diant. *Manajemen Produksi*. Yogyakarta: UNY Press, 2018.
- Rachmad. *Manajemen Strategi*. Cetakan 1. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Usman, Abdul Halim. *Manajemen Strategi Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2015.