

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN BENIH IKAN LELE DI MUKTI AGUNG WIBAWA
JAYATI DOROK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

Yusuf Afandi

NPM : 2012010246

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

Skripsi oleh:

Yusuf Afandi

NPM : 2012010246

Judul:

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN BENIH IKAN LELE DI MUKTI AGUNG WIBAWA
JAYATI DOROK**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 1 Juli 2024

Dosen Pembimbing I



Dr. Diah Ayu Septi F., M.M.
NIDN. 0711098703

Dosen Pembimbing II



Herv Purnomo, M.M
NIDN. 0713076803

Skripsi oleh:

Yusuf Afandi

NPM : 2012010246

Judul:

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN BENIH IKAN LELE DI MUKTI AGUNG WIBAWA
JAYATI DOROK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 10 Juli 2024

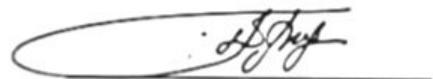
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Diah Ayu Septi F., M.M.

2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M

3. Penguji II : Hery Purnomo, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Yusuf Afandi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. lahir : Kediri, 19 September 2000
NPM : 2012010246
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Dengan ini saya mengukuhkan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak tercantum karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di institusi akademik manapun. Sepanjang pengetahuan saya, tidak ada karya tulis atau pandangan yang telah dipublikasikan oleh pihak lain, kecuali yang telah dirujuk secara sengaja dan tertulis dalam manuskrip ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Kediri, 1 Juli 2024

Yang Menyatakan



METERAL
-
TEMPEL
7033EALX207938962

Yusuf Afandi

NPM: 2012010246

MOTTO

**Wa idz ta' adzdzana rabbukum la 'in syakartum la
'aziidannakum wa la
'in kafartum inna 'adzaabii lasyadiid**

Artinya: “ Dan (ingatlah) Ketika Tuhanmu memaklumkan,
“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah
(nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-ku),
Maka pasti azab-ku sangat berat.””

ABSTRAK

Yusuf Afandi. 2012010246, 2024. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN BENI IKAN LELE DI MUKTI AGUNG WIBAWA
JAYATI DOROK. Dosen Pembimbing: Diah Ayu Septi F., M.M.

Analisis SWOT adalah sebuah metode analisis yang digunakan oleh organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) baik secara internal maupun eksternal. Metode ini membantu dalam pengembangan strategi bisnis, perencanaan pertumbuhan, dan penentuan strategi kompetitif.

Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok merupakan salah satu usaha budidaya bibit ikan lele yang berada di Desa Manggis, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri. Budidaya bibit ikan lele Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok dalam kegiatan usahanya masih belum menggunakan strategi SWOT dalam penentuan strategi pemasarannya. Teknik analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari penerapan teknik tersebut terhadap strategi pemasaran bibit ikan lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskripsi dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah non probability sampling yakni teknik sampling yang memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (informan) berdasarkan keputusan dari peneliti sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok berada pada kuadran II yaitu posisi positif-negatif. Posisi ini menandakan Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok memiliki kekuatan yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi, artinya kelompok dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan yang besar sehingga diperkirakan Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Budidaya Bibit Ikan Lele

KATA PENGANTAR

Kami menyampaikan pujian dan syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya dengan izin-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Berkat anugerah-Nya, proses penulisan ini dapat kami tuntaskan hingga akhir.

Skripsi dengan judul “ Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Benih Ikan Lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok “ ini ditulis Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, diperlukan pemenuhan beberapa prasyarat tertentu.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendoan penulis dan mendukung secara materiil.
3. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
4. Dr.Amin Tohari, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu dan wawasannya secara ikhlas di Program Studi Manajemen.

7. Diah Ayu Septi F., M.M. sebagai dosen pembimbing 1 skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing.
8. Hery Purnomo, M.M. sebagai dosen pembimbing 2 skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing.
9. Seluruh anggota dari Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok dan Agung Hernawan sebagai Ketua yang sudah sangat membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.
10. Teman-teman dan terkhusus kakak Widya yang telah membantu meluangkan waktunya untuk membantu dalam proses skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 1 Juli 2024



Yusuf Afandi

NPM: 2012010255

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
1. Strategi Pengembangan Usaha	10
2. Analisis SWOT.....	14
3. Usaha Benih Ikan Lele	21
4. Pengertian Strategi	23
5. Lingkungan Usaha.....	25
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Kehadiran Peneliti.....	34

C. Situs Penelitian.....	35
D. Tahapan Penelitian.....	35
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	37
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	40
H. Uji Keabsahan Temuan.....	48
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Budidaya Bibit Ikan Lele Mukti Agung Wibawa Jayati	54
B. Deskripsi Data.....	55
1. Usia Pelaku Usaha.....	55
2. Modal Usaha	57
3. Penggunaan Faktor Produksi	58
C. Pembahasan.....	61
1. Faktor Internal.....	61
2. Faktor Eksternal	66
D. Strategi Pemasaran Bibit Ikan Lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok Berdasarkan Matrix SWOT.....	71
BAB V PENUTUP.....	79
A. Temuan... ..	81
B. Implikasi.. ..	81
C. Rekomendasi.....	81
Daftar Pustaka.....	82
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Faktor Strategi Eksternal.....	42
3.2 Faktor Strategi Internal	45
3.3 Matriks SWOT	46
4.4 Usia Pelaku Usaha Budidaya Ikan Lele Agung Wibawa Jayati Desa Manggis Kecamatan Puncu.....	56
4.5 Matrix Alternatif Strategi Berdasarkan Kombinasi IFAS dan EFAS	72
4.6 Matrix IFAS (Kekuatan)	73
4.7 Matrix IFAS (Kelemahan)	73
4.8 Matrix EFAS (Peluang).....	74
4.9 Matrix EFAS (Ancaman)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Diagram Analisis SWOT	20
2.2 Diagram Kerangka Berpikir	32
4.1 Hasil SWOT bibit ikan lele Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam ranah *agribisnis*, peran manajemen pemasaran sangat esensial dalam distribusi produk-produk agribisnis yang semakin beragam dan inovatif. Setiap tahun, sektor agribisnis tidak hanya mengalami pertumbuhan yang signifikan, tetapi juga diwarnai oleh semakin banyaknya pengusaha baru yang mengusung ide-ide kreatif serta inovatif guna memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Persaingan yang semakin sengit dalam agribisnis juga mendorong pentingnya strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk dapat bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif. Produk-produk hasil olahan dari pertanian, perkebunan, dan perikanan harus dipasarkan sesuai dengan segmen pasar yang telah ditargetkan dengan cermat, mengingat setiap segmen memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda-beda. Manajemen pemasaran yang baik memungkinkan produk olahan agribisnis untuk mencapai pangsa pasar yang spesifik dan meningkatkan nilai jualnya dengan memperhatikan elemen-elemen dalam bauran pemasaran yang tepat, seperti produk, harga, tempat, dan promosi. Penerapan strategi pemasaran yang efektif dan efisien ini dapat memastikan bahwa produk agribisnis olahan mampu bersaing dan bahkan mendominasi pasar yang ada, sehingga penjualan produk *agribisnis* olahan dapat meningkat secara signifikan di pasar yang kompetitif ini, membawa keuntungan yang optimal bagi para pelaku *agribisnis*.

Budidaya lele, yang dimulai dari aktivitas pembelian benih lele yang kemudian dibesarkan hingga mencapai ukuran konsumsi, merupakan salah satu kegiatan agribisnis yang terus berkembang pesat. Berkat kemajuan teknologi dan spesifikasi pola usaha budidaya lele yang semakin canggih, proses pendederan dan pembesaran ikan lele kini dilakukan secara terintegrasi, bahkan mampu berkembang menjadi unit usaha mandiri yang terpisah. Inovasi ini tidak hanya membantu meningkatkan efisiensi produksi, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi para petani lele. Untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat serta kebutuhan gizi masyarakat yang semakin beragam, kegiatan budidaya ini perlu ditingkatkan melalui penerapan teknologi terbaru dan manajemen yang lebih baik. Tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap ikan lele, yang dikenal kaya akan protein dan memiliki harga yang terjangkau, juga membuka peluang usaha yang lebih luas bagi para pelaku bisnis. Salah satu contohnya adalah dengan menjual ikan lele yang sudah siap konsumsi, sehingga memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan gizi mereka tanpa harus melalui proses persiapan yang rumit.

Ikan lele yang dulunya dianggap sebagai ikan murah dan hanya dikonsumsi oleh para petani, namun kini semakin populer. Rasa dagingnya yang unik serta cara memasak dan penyajiannya yang tradisional kini membuatnya digemari masyarakat. Menurut Agung Hermawan salah satu dari anggota sekaligus ketua di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok, dalam pembenihan ikan Lele tersebut banyak tantangan yang harus di alami salah

satunya yaitu harga ikan Lele yang semakin menurun, harga pakan Lele yang semakin meningkat, dan cuaca yang sangat tidak mendukung. Karena belakangan ini cuaca sering hujan Bibit Lele jadi sangat sulit untuk di kembangkan. Karna peluang usaha Bibit ikan lele sangat menguntungkan bagi Masyarakat, mereka tetap berusaha yang terbaik agar bisa meraup keuntungan dari budidaya bibit Lele tersebut.

Dari cerita yang di sampaikan oleh informan, salah satu alasan mendirikan paguyuban tersebut ialah karena pada waktu sebelum terbentuk paguyuban, Agung Hermawan atau informan tersebut kekurangan modal untuk melanjutkan usahanya dalam bidang perikanan, karena masyarakat di desa dorok banyak yang mempunyai usaha tersebut juga mengeluhkan karena modal untuk melanjutkan tidak ada, pada kesempatan tersebut terbentuklah paguyuban yang sudah berbadan hukum yaitu Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok.

Menurut Rangkuti (2013) Analisis SWOT adalah sebuah metode analisis yang digunakan oleh organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) baik secara internal maupun eksternal. Metode ini membantu dalam pengembangan strategi bisnis, perencanaan pertumbuhan, dan penentuan strategi kompetitif. Analisis SWOT dapat dilakukan dalam berbagai cara, dan dapat diterapkan tidak hanya untuk organisasi, tetapi juga untuk tujuan pribadi dan profesional.

Menurut Fahmi (2014), Penerapan SWOT pada suatu perusahaan dimaksudkan untuk memberikan panduan bagi suatu perusahaan agar lebih fokus, sehingga dengan menerapkan analisis SWOT, ada baiknya untuk memahami berbagai ide dari berbagai sudut. Tujuan lain dari melakukan analisis SWOT adalah setiap produk yang dijual pasti ada naik turunnya atau yang disebut dengan *product life cycle*. Hal ini memungkinkan penggunaan analisis SWOT untuk pengembangan bisnis, perencanaan proyek, dan evaluasi tujuan pribadi maupun profesional. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi alat yang sangat berguna dan serbaguna dalam konteks bisnis dan perencanaan strategis. Dengan mempertimbangkan semua manfaat yang ditawarkan, tidak mengherankan bahwa analisis SWOT dianggap sebagai salah satu alat terpenting dalam pengembangan strategi bisnis. Dengan fokus pada pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor internal dan eksternal, analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang, mengatasi ancaman, dan memanfaatkan kekuatan mereka untuk mencapai kesuksesan jangka Panjang.

Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, organisasi dapat memanfaatkan sumber daya dan kemampuan mereka secara optimal, serta memperbaiki area yang membutuhkan peningkatan. Di sisi lain, analisis peluang dan ancaman eksternal membantu organisasi untuk menavigasi dinamika pasar dan lingkungan bisnis yang berubah, sehingga mereka dapat mengantisipasi dan merespons tren serta risiko dengan lebih efektif. Selain itu, analisis SWOT mendorong pemikiran strategis yang holistik dan

partisipatif, karena melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses identifikasi dan analisis. Hal ini dapat menghasilkan wawasan yang lebih komprehensif dan keputusan yang lebih baik dalam jangka panjang.

Dengan memahami faktor-faktor ini, strategi pemasaran benih ikan lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok dapat dikembangkan secara lebih terarah. Misalnya, dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal, sementara sekaligus mengatasi atau mengurangi dampak dari ancaman yang ada. Selain itu, analisis SWOT juga dapat membantu dalam mengevaluasi kebijakan dan keputusan strategis yang terkait dengan pemasaran benih ikan lele, serta merencanakan perubahan dan inovasi dalam strategi pemasaran. Dengan demikian, penerapan analisis SWOT dalam konteks ini sangat relevan dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi pemasaran benih ikan lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Pembibitan Ikan Lele tersebut dengan judul **“PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DI MUKTI AGUNG WIBAWA JAYATI DOROK“**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini menitik beratkan pada Kekuatan (*Strength*) ikan lele yang memiliki tingkat konsumsi tinggi di kalangan masyarakat. Permintaan pasar yang meningkat untuk ikan lele sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan manfaat gizi ikan ini. Kelemahan (*Weakness*) dari ikan lele adalah kebutuhan perawatan yang sangat ketat. Pertumbuhan ikan dapat menurun dan risiko penyakit meningkat akibat kualitas air dan pemberian pakan yang buruk. Peluang (*Opportunity*) besar yang ada adalah tingginya permintaan pasar yang memungkinkan untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas, dengan syarat menjaga kualitas produk dan membangun hubungan baik dengan mitra bisnis. Ancaman (*Threats*) muncul dengan semakin banyaknya peternak ikan lele, yang meningkatkan tingkat persaingan. Untuk menghadapi ancaman ini, diperlukan strategi pemasaran yang efektif, seperti diferensiasi produk dan inovasi bisnis, agar tetap kompetitif di pasar yang semakin ketat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pembibitan benih ikan Lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok ?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran pada paguyuban usaha di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Menganalisis apa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha pembibitan benih ikan lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada usaha pembibitan benih ikan lele di Mukti Agung Wibawa Jayati Dorok.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menghasilkan beberapa manfaat yang signifikan, antara lain:

1. Secara Teoritis

a. Bagi peneliti

Studi ini menawarkan kesempatan untuk membandingkan teori manajemen yang dipelajari di lingkungan akademik dengan praktik yang terjadi di dunia nyata. Ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam tantangan dalam bidang pemasaran dan menerapkan berbagai teori yang telah dipelajari. Sebagai hasilnya, pemahaman tentang bagaimana teori-teori ini diterjemahkan ke dalam praktik lapangan dapat diperoleh, sehingga memungkinkan penerapan yang lebih efektif dari konsep-konsep yang telah dipelajari.

b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi studi-studi berikutnya dan memberikan kontribusi intelektual pada bidang Pemasaran. Dengan tujuan untuk mengevaluasi keselarasan antara pengetahuan teori dan penerapannya dalam praktik, studi ini bertujuan untuk mengungkap sejauh mana teori yang ada dapat diterjemahkan ke dalam tindakan nyata. Pengetahuan teoritis yang dipelajari akan dibandingkan dengan situasi praktis yang ada, untuk menilai sejauh mana implementasi teori dalam praktik sesuai dengan ekspektasi akademis dan realitas operasional.

2. Secara Praktis

a. Bagi Instansi

Tugas Akhir ini memberikan kontribusi signifikan dalam bidang Manajemen Pemasaran dengan fokus pada evaluasi peluang dan ancaman. Dengan memanfaatkan laporan ini, para praktisi dapat memperoleh wawasan berharga untuk memperhitungkan faktor-faktor kritis yang memengaruhi strategi pemasaran mereka. Informasi yang disajikan dalam laporan ini berfungsi sebagai dasar yang solid dalam merumuskan keputusan strategis yang adaptif terhadap dinamika pasar yang berubah.

b. Bagi Pembaca

Pertimbangan ini dapat berguna ketika pembaca menghadapi atau menemui masalah yang serupa. Saat berhadapan dengan tantangan yang identik, informasi ini menawarkan panduan yang dapat membantu dalam mengatasi permasalahan tersebut. Evaluasi yang dilakukan di sini bisa menjadi acuan berharga dalam mengidentifikasi dan menyelesaikan isu-isu yang mungkin muncul, memfasilitasi pendekatan yang lebih efektif dan sistematis dalam penyelesaian masalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, Azfa Dzalifah. (2022). "Analisis Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Lele", Skripsi (Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- AZZARNUJI, A. T., & HENDARTO, R. M. (2011). *Analisis Efisiensi Budidaya Ikan Lele di Kabupaten Boyolali (Studi Kasus di Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Hidayati, U. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Mahfud, M. H. (2019). Metode penentuan faktor-faktor keberhasilan penting dalam analisis swot. *AGRISAINTIFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113-125.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Nuswantari, Gladi Mellania Kartika. (2023). Strategi Pemasaran Lele Mutiara Pokdakan (Kelompok Budidaya Ikan) Kompos dan Manggot Bakung Lancar Desa Linggasari, Kembaran, Banyumas, Skripsi (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto)
- Permana, V. A., & Raharja, R. (2012). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Rahayu, Neni. (2019). Strategi Pemasaran Salai Lele Dumbo (Studi Kasus Pada Usaha Patin Sejahtera) di Kecamatan Mandau Kabupaten Mendalis Provinsi Riau, Skripsi (Riau: Universitas Islam Riau).
- Riska, F. F., Primyastanto, M., & Abidin, Z. (2015). Strategi Pengembangan USAha Budidaya Ikan Lele (Clarias SP.) Pada USAha Perseorangan “Toni Makmur” Dikawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro

- Kabupaten Jombang, Jawa Timur. *ECSoFiM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal)*, 3(1).
- Rivanthio, T. R., Reniawaty, D., & Karmana, D. (2023). Strategi Untuk Meningkatkan Taraf Hidup Masyarakat Melalui Budidaya Lele Menjadi Kampung Wisata Lele Di Desa Jati Kabupaten Garut. *Darma Abdi Karya*, 2(2), 124-131.
- Solikin, M. Nur. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Lele Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Watuagung Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang), Skripsi (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo).
- Syarafina, L. (2019). *Strategi pemasaran usaha ikan lele di desa Alur Cucur kecamatan Rantau kabupaten Aceh Tamiang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Syarafina, Lina. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele Di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang, Skripsi (Medan: UIN Sumatera Utara).
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Penerbit Andi.