



## STRATEGI PENGEMBANGAN KEPITING SOKA (*SOFT SHELL CRAB*) DI KABUPATEN KOLAKA

### *SOKA CRAB (SOFT SHELL CRAB) DEVELOPMENT STRATEGY IN KOLAKA DISTRICT*

Edi Usman<sup>1</sup>, Irmayanti<sup>2</sup>, Abustan Nur<sup>3</sup>, Ristiyanti Ahmadul Marunta<sup>4</sup>, Khusnul Khatimah<sup>5</sup>, Pardawati<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Prodi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

<sup>2</sup> Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

<sup>3,4</sup> Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

<sup>5,6</sup> Prodi Peternakan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

Email Korepondensi: [edi.usman092@gmail.com](mailto:edi.usman092@gmail.com)

#### Article Info

##### Article history :

Received : 20-04-2024

Revised : 22-04-2024

Accepted : 24-04-2024

Published: 26-04-2024

#### Abstract

*Soka crab (soft shell crab) or its Latin name Scylla serrata is a mangrove crab that is consumed soft because it is molting. This commodity has high economic value because it is different from ordinary crabs in that all parts of their body can be consumed. The aim of this research is to determine the development strategy for Soft Shell Crab in Kolaka district. The analytical methods used in this research are quantitative and qualitative analysis methods. Qualitative analysis is used to determine the company's environment such as strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by the company and the SWOT matrix. Quantitative analysis is used for the IFAS matrix, EFAS matrix, IE matrix, and SWOT matrix. The quantitative data was processed using Microsoft Excel 2010. Based on the results of research from the internal side, the strengths of the Soka Crab Development Business in Kolaka are greater than the weaknesses, while from the external side the opportunities are greater than the threats, so the appropriate strategy is the S-O strategy, namely using the strategy who take advantage of existing opportunities by utilizing the strengths they have. The results of the Internal Analysis Factor Summary (IFAS) and External Analysis Factor Summary (EFAS) calculations show that the soka crab development effort in Kolaka is in quadrant IV, namely the growth and build position. Strategies that can be implemented include intensive strategies (market penetration, market development, and product development) or integrative (backward integration, forward integration, and horizontal integration) which could be the most appropriate choice. The most appropriate strategy for current business conditions is an intensive strategy which includes market penetration, market development and product development.*

**Keywords:** *Soka Crab, SWOT*

#### Abstrak

Kepiting soka (*soft shell crab*) atau nama latinnya *Scylla serrata* merupakan kepiting bakau yang dikonsumsi dalam keadaan lunak karena dalam keadaan pergantian kulit (*moulting*). Komoditas ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi karena berbeda dengan kepiting biasa yaitu seluruh bagian tubuhnya



dapat dikonsumsi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan kepiting soka (*Soft Shell Crab*) di kabupaten Kolaka. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui lingkungan perusahaan seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan dan matriks SWOT. Analisis kuantitatif digunakan untuk pada matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, dan matriks SWOT. Data kuantitatif tersebut diolah dengan menggunakan Microsoft Excel 2010. Berdasarkan hasil penelitian dari sisi internal, kekuatan Usaha Pengembangan Kepiting Soka di kolaka lebih besar dibanding kelemahannya, sementara dari sisi eksternal peluang lebih besar dibanding ancaman, sehingga strategi yang sesuai adalah strategi S-O, yaitu menggunakan strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan mendayagunakan kekuatan yang dimiliki. Hasil dari perhitungan *Internal Analysis Factor Summary* (IFAS) dan *Eksternal Analysis Factor Summary* (EFAS), usaha pengembangan kepiting soka di kolaka berada di kuadran IV yaitu posisi tumbuh dan membangun (*grow and built*). Strategi yang bisa diterapkan antara lain strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau *integratif* (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi pilihan yang paling tepat. Strategi yang paling tepat untuk kondisi usaha saat ini adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

**Kata Kunci : Kepiting Soka, SWOT**

## PENDAHULUAN

Kabupaten kolaka merupakan salah satu kabupaten yang berada di provinsi Sulawesi Tenggara yang terletak di bagian barat Provinsi Sulawesi Tenggara dengan posisi memanjang dari Utara ke Selatan. Sebagian besar wilayah Kabupaten Kolaka merupakan wilayah perairan (laut) dengan panjang garis pantai 293,45 km. Kabupaten Kolaka merupakan Salah satu Kabupaten yang memanfaatkan potensi alam laut, Wilayah Kabupaten kolaka berada di pesisir pantai serta menyimpan potensi ekonomi berbasis kelautan dan perikanan yang sangat besar, meliputi perikanan tangkap, perikanan budidaya (laut, payau dan air tawar), dan pengolahan hasil perikanan dan juga pariwisata bahari. Berdasarkan data dinas perikanan kabupaten kolaka Luas tambak petani di kabupaten Kolaka mencapai 8.500 Ha, sedangkan Potensi budidaya laut seluas mencapai 7000 Ha (Diskominfo Kolaka 2023).

Kepiting soka (*soft shell crab*) atau nama latinnya *Scylla serrata* merupakan kepiting bakau yang dikonsumsi dalam keadaan lunak karena dalam keadaan pergantian kulit (*moulting*). Komoditas ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi karena berbeda dengan kepiting biasa yaitu seluruh bagian tubuhnya dapat dikonsumsi. Hal ini ditambah dengan permintaan pasar yang belum dapat terpenuhi hingga saat ini (Musi 2022).

Kepiting Soka (*soft shell crab*) merupakan satu komoditas yang memiliki nilai ekonomi penting baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Akibatnya, permintaan terhadap komoditas ini terus meningkat setiap tahunnya (Yusni and Haq 2020). Permintaan akan kepiting soka yang terus meningkat membawa daya tarik tersendiri terhadap upaya untuk memproduksi kepiting soka ini dengan cara membudidayakannya. Usaha budidaya ini sangat diharapkan menjadikan usaha yang nantinya akan menambah usaha pilihan untuk pembudidaya perikanan (Kurniawan et al. 2022).



---

**METODOLOGI**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui lingkungan perusahaan seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan dan matriks SWOT. Analisis kuantitatif digunakan untuk pada matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, dan matriks SWOT. Data kuantitatif tersebut diolah dengan menggunakan Microsoft Excel 2010.

**A. Tahap pengumpulan data (Evaluasi Faktor Eksternal dan Internal).**

Tahap pengumpulan data adalah tahap yang pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis dimana tahap ini data dibagi menjadi dua bagian yaitu data internal dan data eksternal.

**B. Tahap analisis SWOT**

Metoda analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti 2018). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT bertujuan untuk mencari posisi organisasi di dalam peta kekuatan kompetisi (Purhantara 2010).

Matriks SWOT pada intinya adalah mengkombinasikan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dalam sebuah matriks. Dengan demikian matriks tersebut terdiri atas empat kuadran, dimana tiap-tiap kuadran memuat masing-masing strategi (Anwar and Utami 2012). Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi (Robinson 2011).

**C. Matriks Analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Strategy*) dan EFAS (*External Factors Analysis Strategy*)**

Menurut (Rangkuti 2018), langkah - langkah dalam menentukan nilai faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

1. Susunlah dalam kolom masing – masing.
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut



terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh factor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing factor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

#### **D. Matriks IE**

Matrik internal-eksternal ini dikembangkan oleh model *General Electric* (GE-Model). Sumbu horizontal pada matrik IE menunjukkan skor total IFAS, sedangkan pada sumbu vertical menunjukkan skor nilai EFAS. Pada sumbu horizontal skor antara 1,00 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal lemah. Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata-rata. Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi internal kuat. Begitu juga pada sumbu vertikal yang menunjukkan pengaruh eksternal (Rangkuti 2018).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Faktor Internal dan Eksternal**

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam lingkungan usaha yang berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar lingkungan usaha berupa peluang dan ancaman. Berikut hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan:

**Tabel. Analisis Swot Pengembangan Kepiting Soka Di Kolaka**

<b>KEKUATAN</b>	<b>KELEMAHAN</b>
1. Kualitas bibit kepiting soka 2. Ketersediaan bibit kepiting soka 3. Potensi SDM 4. Potensi Lahan 5. Produktivitas yang cukup tinggi	1. Keterbatasan modal usaha 2. Kurangnya pengalaman budidaya 3. Kurangnya kemampuan promosi 4. Keterbatasan informasi pasar



PELUANG	ANCAMAN
1. Dukungan dari Pemerintah 2. Peluang pasar yang cukup tinggi 3. Meningkatnya pesanan jenis keping soka	1. Meningkatnya pesaing 2. Harga promosi pesaing

### B. Matriks Analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Strategy*) dan EFAS (*External Factors Analysis Strategy*)

Analisis faktor internal dan eksternal adalah pengolahan faktor- faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan rating pada setiap faktor strategis. Faktor strategis adalah faktor dominan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh terhadap kondisi dan situasi yang ada dan memberikan keuntungan bila dilakukan tindakan positif. berikut ini dapat dilihat hasil *Internal Analysis Factor Summary* (IFAS) dan *Eksternal Analysis Factor Summary* (EFAS).

Identifikasi faktor internal dan eksternal dapat dilanjutkan dengan perhitungan bobot dan rating yang berfungsi sebagai landasan penentuan posisi perusahaan dalam bisnis. Hal ini penting diketahui sebagai dasar perusahaan untuk menjalankan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi perusahaan (Luh, Wiagustini, and Pertamawati 2015). Penentuan bobot didasarkan pada angka 0 - 1, yaitu akumulasi dari kekuatan dengan kelemahan dan akumulasi antara peluang dan ancaman. Nilai pada bobot ditentukan dari hasil wawancara antara peneliti dengan pemilik usaha. Sedangkan penentuan rating berdasarkan tingkat pengaruh faktor tersebut terhadap usaha. Rating dari 1 – 4, paling berpengaruh memiliki rating 1, sedangkan rating 4 merupakan yang paling sedikit berpengaruh. Penentuan rating tersebut berdasarkan diskusi dengan pemilik usaha. Bobot dan skor setiap elemen dijumlahkan. Untuk kekuatan dijumlahkan dengan kelemahan, sedangkan peluang dijumlahkan dengan ancaman (Saragih and Suryadi 2014).

**Tabel. Matriks *Internal Analysis Factor Summary* (IFAS)**

<i>Internal Analysis Factor Summary</i> (IFAS)	BOBOT	RATING	SKOR
<b>KEKUATAN</b>			
1. Kualitas bibit keping soka	0,09	4	0,36
2. Ketersediaan bibit keping soka	0,10	3	0,30
3. Potensi SDM	0,12	4	0,49
4. Potensi Lahan	0,12	4	0,49
5. Produktivitas yang cukup tinggi	0,11	4	0,44



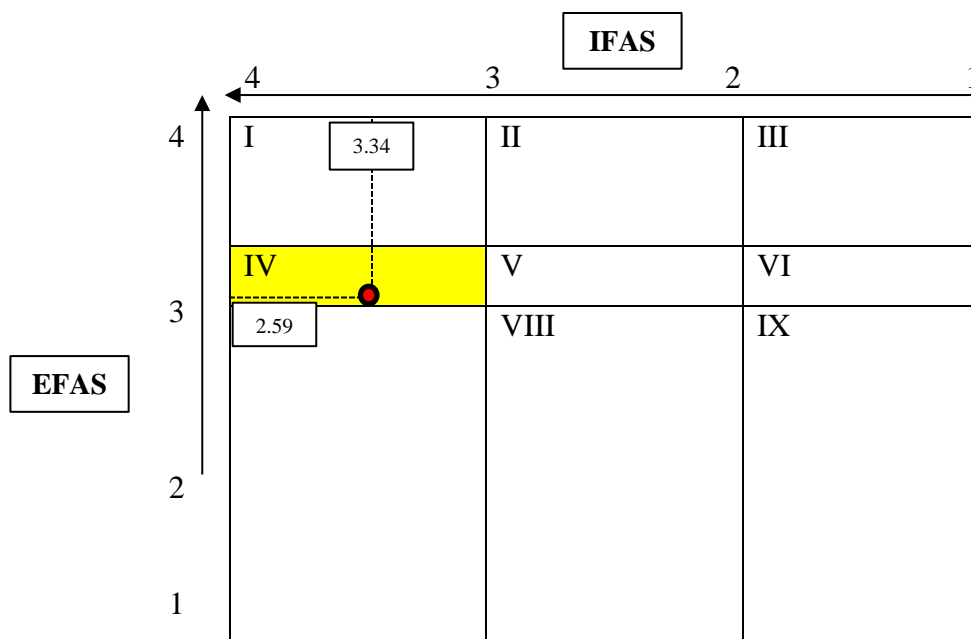
<b>TOTAL</b>			<b>2,07</b>
<b>KELEMAHAN</b>			
1. Keterbatasan modal Usaha	0,12	4	0,49
2. Kurangnya pengalaman Budidaya	0,10	3	0,30
3. Kurangnya kemampuan promosi	0,12	4	0,49
4. Keterbatasan informasi pasar	0,11	4	0,45
<b>TOTAL</b>			<b>1,28</b>
<b>TOTAL SKOR KEKUATAN + KELEMAHAN</b>	<b>1,00</b>		<b>3.34</b>

**Tabel. Matriks Eksternal Analysis Factor Summary (EFAS)**

<i>Eksternal Analysis Factor Summary (EFAS)</i>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>SKOR</b>
<b>PELUANG</b>			
1. Dukungan dari Pemerintah	0,20	4	0,81
2. Peluang pasar yang cukup tinggi	0,20	4	0,81
3. Meningkatnya permintaan kepiting soka	0,19	3	0,57
<b>TOTAL</b>			<b>2,19</b>
<b>ANCAMAN</b>			
1. Meningkatnya pesaing	0,20	1	0,20
2. Harga promosi pesaing	0,20	1	0,20
<b>TOTAL</b>			<b>0,41</b>
<b>TOTAL SKOR PELUANG + ANCAMAN</b>	<b>1,00</b>		<b>2.59</b>

### C. Matriks IE (Internal-Eksternal)

Dari hasil perhitungan tabel *Internal Analysis Factor Summary (IFAS)* dan *Eksternal Analysis Factor Summary (EFAS)* didapatkan nilai IFAS sebesar 3.34 dan skor untuk hasil EFAS sebesar 2.59. Apabila dikonversikan kedalam gambar Diagram IE Matriks, maka terletak di kuadran IV, di mana hasilnya perusahaan masuk ke dalam fase tumbuh dan membangun (*growth and built*). Posisi usaha dapat dilihat pada gambar berikut ini.



**Gambar Matriks IE (Internal-Eksternal)**

Menurut matriks IE, maka posisi usaha kepiting soka berada dalam kuadran IV. Posisi ini mengindikasikan usaha ini dalam posisi tumbuh dan membangun (*grow and built*). Strategi yang bisa diterapkan antara lain strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau *integratif* (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi pilihan yang paling tepat. Namun strategi yang paling tepat untuk kondisi usaha saat ini adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Strategi integratif kurang tepat untuk diaplikasikan karena strategi ini memungkinkan sebuah usaha untuk memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Hal ini disebabkan belum memiliki kapasitas untuk menjadi pemegang kendali bagi distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Karena itu, alternatif strategi yang tepat untuk usaha pengembangan kepiting soka adalah penetrasi pasar (*market penetration*), pengembangan pasar (*market development*), dan pengembangan produk (*product development*).

**1. Matriks SWOT**

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini akan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Nantinya matriks ini digunakan untuk membantu pengembangan empat jenis strategi yaitu Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan ancaman), Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Penentuan posisi matriks SWOT dapat dilakukan dengan dua perhitungan. Pertama, dengan menjumlahkan antara total skor kekuatan, dengan total skor kelemahan,



diasumsikan bahwa skor kekuatan bernilai positif, sedangkan skor kelemahan bernilai dominan. Jika hasilnya positif, maka berarti faktor kekuatan lebih dominan. Kedua, menjumlahkan antara total skor peluang dengan total skor ancaman, diasumsikan skor peluang, bernilai positif, sedangkan skor ancaman bernilai dominan. Jika hasilnya positif, maka berarti faktor peluang lebih dominan. Sebaliknya, jika hasilnya dominan, maka berarti faktor ancaman lebih dominan. Dari matrik SWOT, dapat disusun 4 strategi utama, yaitu S-O, W-O, S-T, dan W-T. Masing-masing strategi ini memiliki karakteristik tersendiri dan hendaknya dalam implementasi, selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain (Tjoe and Sarjono 2010). Berikut ini dapat dilihat tabel matriks SWOT pada usaha pengembangan kepiting soka di kabupaten kolaka.

**Tabel. Matriks SWOT Usaha Pengembangan Kepiting Soka**

<i>Internal Analysis Factor Summary (IFAS)</i>	<b>Kekuatan (S)</b> 1. Kualitas bibit kepiting soka 2. Ketersediaan bibit kepiting soka 3. Potensi SDM 4. Potensi Lahan 5. Produktivitas yang cukup tinggi	<b>Kelemahan (W)</b> 1. Keterbatasan modal usaha 2. Kurangnya pengalaman budidaya 3. Kurangnya kemampuan promosi 4. Keterbatasan informasi pasar
<i>Eksternal Analysis Factor Summary (EFAS)</i>		
<b>Peluang (O)</b> 1. Dukungan dari Pemerintah 2. Peluang pasar yang cukup tinggi 3. Meningkatkan pesanan jenis kepiting soka	<b>Strategi (SO)</b> Mempertahankan kualitas bibit menambah produktivitas dan memanfaatkan potensi lahan yang tersedia serta memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi untuk meningkatkan pesanan jenis kepiting soka. (S1,S4,S5,O2,O3)	<b>Strategi (WO)</b> Melakukan kerjasama dengan beberapa pihak menambah pengalaman memperbanyak promosi meningkatkan informasi sehingga dapat memenuhi peluang pasar yang cukup tinggi (W1,W2,W3.W4,O3)
<b>Ancaman (T)</b> 1. Meningkatnya pesaing 2. Harga promosi pesaing	<b>Strategi (ST)</b> Meningkatkan kualitas bibit untuk mengatasi peningkatan pesaing dan harga pesaing. (S1,T1,T2)	<b>Strategi (WT)</b> Meningkatkan pengalaman, kemampuan promosi, memperluas informasi untuk mengatasi persaingan pasar (S2,S3,S4,T1,T2)





Berdasarkan analisa di atas menunjukkan bahwa kinerja usaha pengembangan kepiting soka dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

**a) Strategi SO ( *Strength-Opportunity* )**

Strategi pengembangan usaha kepiting soka di kolaka dengan menggunakan seluruh kekuatan dan peluang yaitu mempertahankan kualitas bibit, menambah produktivitas dan memanfaatkan potensi lahan yang tersedia serta memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi untuk meningkatkan pesanan jenis kepiting soka. (S1,S4,S5,O2,O3). Mempertahankan kualitas bibit, menambah produktivitas serta memanfaatkan peluang pasar yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pengusaha kepiting soka.

**b) Strategi ST ( *Strenght-Threat* )**

Strategi pengembangan usaha kepiting soka di kolaka dapat mengatasi ancaman yang ada menggunakan semua kekuatan yang ada yaitu meningkatkan jaringan pemasaran dan kualitas bibit untuk mengatasi peningkatan pesaing dan harga pesaing. (S1,T1,T2). Dengan adanya jaringan pemasaran maka akan memudahkan mendapatkan konsumen dan mengatasi persaingan pasar.

**c) Strategi WO ( *Weakness-Opportunity* )**

Strategi pengembangan usaha kepiting soka di kolaka dapat meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, yaitu melakukan kerjasama dengan beberapa pihak dalam memperkuat modal dan memperbanyak promosi produk. (W1,W2,W3,W4,O3). Memanfaatkan bantuan dari pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas produksi baik bantuan secara finansial maupun nonformal.

**d) Strategi WT ( *Weakness-Threat* )**

Meningkatkan pengalaman, kemampuan promosi, memperluas informasi untuk mengatasi persaingan pasar. (S2,S3,S4,T1,T2). Dengan peningkatan kemampuan promosi sangat besar untuk memperluas informasi yang ada.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dari sisi internal, kekuatan Usaha Pengembangan Kepiting Soka di kolaka lebih besar dibanding kelemahannya, sementara dari sisi eksternal peluang lebih besar dibanding ancaman, sehingga strategi yang sesuai adalah strategi S-O, yaitu menggunakan strategi yang memanfaatkan peluang yang ada dengan mendayagunakan kekuatan yang dimiliki. Hasil dari perhitungan *Internal Analysis Factor Summary* (IFAS) dan *Eksternal Analysis Factor Summary* (EFAS), usaha pengembangan kepiting soka di kolaka berada di kuadran IV yaitu posisi tumbuh dan membangun (*grow and built*). Strategi yang bisa diterapkan antara lain strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau *integratif*



(integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi pilihan yang paling tepat. Strategi yang paling tepat untuk kondisi usaha saat ini adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Moch Choiril, and Meinarini Catur Utami. 2012. "Analisis SWOT Pada Strategi Bisnis Dalam Kompetisi Pasar." *Jurnal Sistem Informasi* 5 (1): 1–9. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/282/0>.
- Diskominfo Kolaka. 2023. <https://kolakakab.go.id/halaman/detail/geografis-daerah>
- Kurniawan, Ardiansyah, Muhammad Haikal, Nur Rahmadina, and Sonia Berliani. 2022. "Model Budidaya Kepiting Soka Skala Rumah Tangga Sistem Apartemen Sebagai Sarana Edukasi Masyarakat Pulau Bangka." *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi* 2 (1): 8–14. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i1.155>.
- Luh, Ni, Putu Wiagustini, and Ni Putu Pertamawati. 2015. "Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan Universitas Udayana* 9 (2): 112–22.
- Musi, Ngani Alwirya. 2022. "Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana Magister Terapan Politeknik Negeri Jember 2022."
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saragih, J T, and E Suryadi. 2014. "Strategi Bersaing PT. PGN (Persero) Tbk. SBU Distribusi Wilayah 1." *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan* 8 (2): 109–20. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/download/14285/9881>.
- Rangkuti.F. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Pearce, J.A. and R.B. Robinson. 2011. *Strategic Management Formulation. Implementation and Control* Irwin, Homewood. 12th edition
- Tjoe, Tjia Fie, and Haryadi Sarjono. 2010. "Strategi Bisnis Pada Pt Ctl." *Binus Business Review* 1 (9): 434–47.
- Yusni, E., and F. A. Haq. 2020. "Inventory and Prevalence of Ectoparasites Octolasmis Sp. in the Mangrove Crab (Scylla Tranquebarica) in Lubuk Kertang, Langkat." *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 454 (1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/454/1/012121>.