

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA NELAYAN KELURAHAN RUA KECAMATAN PULAU TERNATE

Strategy for Developing Fishermen's Business in Rua Village, Ternate Island District

Sania Gafur¹, Nurdin I Muhammad², Muhammad Khotib³

^{1,2,3}Jurusan Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Khairun Ternate (UNKHAIR),
Jl. Jusuf Abdulrahman Kampus Gambesi Kota Pos 53 Ternate 97719 Ternate Selatan

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha nelayan di kelurahan Rua kota Ternate, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden dan alat uji yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pengujian analisis SWOT Pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dari usaha nelayan di kelurahan Rua Kota Ternate yang nantinya menjadi perhatian pengembangan terhadap usaha nelayan di kelurahan Rua Kota Ternate Dalam penelitian ini yang diajukan untuk mencairitahu kekuatan, kelemahan, peluang, dan acaman untuk menentukan strateginya. Dan berdasarkan hasil analisis melalui analisis SWOT ini maka kebijakan pengembangan nelayan di kelurahan Rua kota ternate adalah : 1). Harus adanya kerjasama dalam istri nelayan dalam mengelolah hasil tangkap sehingga harga yang di jual lebih mahal 2). Mengikuti pelatihan-pelatihan yang terkait agar adanya kreatifitas dalam mengelolah hasil tangkap. 3). Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (SDM) agar pengelola usaha nelayan lebih optimal. 4). Meningkatkan perbaikan program pengembangan usaha dalam melakukan olahan hasil tangkap dengan mengikuti era globalisasi sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar pesaing.

Kata Kunci : Usaha Nelayan, Analisis Swot, Kota Ternate

Abstract

The purpose of this study is to find out how the strategy of developing fishermen's businesses in the Rua sub-district of Ternate city, the number of samples in this study is 60 respondents and the test equipment used in this study uses SWOT analysis. The results showed that this test was carried out using a SWOT analysis tester This test was carried out to find out the strengths, weaknesses, threats, and opportunities of fishermen's businesses in Rua Ternate City sub-district which later became the attention of development of fishermen's businesses in Rua Ternate City sub-district In this study submitted to find out the strengths, weaknesses, opportunities, and threats to determine the development strategy. And based on the results of the analysis through this SWOT analysis, the policy of developing fishermen in the Rua sub-district of Ternate city is: 1). There must be cooperation in the fisherman's wife in managing the catch so that the price sold is more expensive 2). Attend related trainings so that there is creativity in managing catches. 3). Improve the quality and quantity of human resources (HR) so that fishermen business managers are more optimal. 4). Increase the improvement of business development programs in processing catches by following the era of globalization so that they are ready to face competition between competitors.

Keywords : Fisherman's Business, Swot Analysis, Ternate City

PENDAHULUAN

Indonesia menyimpan beranekaragam sumber daya alam yang bisa diperoleh di darat dan di perairan yang seluruhnya memberikan keuntungan baik secara finansial maupun dalam menjaga keharmonisan alam. Sumber daya alam yang berada di perairan bisa dalam bentuk hayati seperti makhluk hidup di dalam air misalnya ikan, rumput laut, dan organisme lain yang bisa dimanfaatkan oleh manusia. Indonesia memiliki banyak wilayah laut, pesisir, dan pulau-pulau kecil yang luas dan bermakna strategis sebagai pilar pembangunan ekonomi nasional. Selain memiliki nilai ekonomis, sumber daya kelautan juga mempunyai nilai ekologis, di samping itu, kondisi geografis Indonesia terletak pada geopolitis yang strategis, yakni antara lautan Pasifik dan lautan Hindia yang merupakan kawasan paling dinamis dalam arus percaturan politik, pertahanan, dan kemanusiaan. Kondisi geo-ekonomi dan geopolitik tersebut menjadikan sektor kelautan sebagai sector yang penting dalam pembangunan nasional (Humas, 2016)

Subsektor perikanan dari sektor pertanian, merupakan salah satu subsector yang berpotensi besar untuk dikembangkan, disamping ketersediaan yang cukup banyak, juga karena potensi pasarnya yang cukup besar, Potensi sumber daya perikanan di kawasan perairan daratan diperkirakan sangat besar di Indonesia. Tetapi dari potensi tersebut, baru sedikit saja yang sudah berhasil dimanfaatkan dan dikembangkan untuk perikanan budidaya. Dari potensi yang belum dimanfaatkan itu, tercatat adalah sumber daya di wilayah sungai. (Ambari, 2017)

Kekayaan alam Indonesia tersebut dibuktikan dengan berbagai sumber daya yang tidak dapat diperbaharui, misalnya minyak bumi, bahan tambang, serta ragam sumber daya hayati pesisir yang bervariasi seperti terumbu karang, rumput laut, ikan yang berlimpah. Sebagian besar wilayah Indonesia adalah terdiri dari lautan dan memiliki potensial kelautan cukup besar, dengan potensi yang dimiliki tersebut seharusnya dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat nelayan yang menggantungkan hidup pada potensial kelautan (maritime) tersebut. .

Provinsi Maluku Utara memiliki potensi yang sangat besar dan menarik bagi para investor asing untuk berkunjung salah satunya sektor perikanan – dengan komoditas perikanan tangkap menjadi sector unggulan provinsi Maluku utara merupakan gugusan kepulauan dengan rasio daratan dan perairan sebanyak 24 : 76. Memiliki gugusan pulau sebanyak 395 buah, 83% atau sekitar

331 pulau yang belum berpenghuni. Luas wilayah Provinsi Maluku Utara 145.801,10 km², terdiri dari dan luas daratan 32.004,57 km² atau 30,92 persen dan luas lautan 113.796,53 km² atau 69,08 persen, potensi sumber daya ikan di Maluku

Utara (Wikipedia, 2022). Secara geografis, Kota Ternate merupakan pulau kecil yang di kelilingi oleh lautan, dengan luas wilayah laut yang dimiliki sebesar 903,73 km² didalamnya terdapat berbagai potensi sumberdaya alam yang bernilai yakni perikanan menjadikan kegiatan perikanan layak diperhitungkan untuk meningkatkan perekonomian.

Tabel 1.1. Data Pengembangan Jumlah Produksi Dan Nilai Produksi Perikanan Tangkap Di Laut Di Kota Ternate Tahun 2019-2021

No	Perikanan Tangkap	Tahun		
		2019	2020	2021
1.	Volume (Ton)	52.213	55.860	47.748
2.	Nilai (Rp)	1.075.265.800	1.320.536.480	1.154.209.290

Sumber : BPS Ternate (2021)

Seperti yang terlihat pada tabel 1.1. Jumlah Produksi Dan Nilai Produksi Perikanan Tangkap Di Laut Di Kota Ternate Tahun 2019-2021 mengalami penurunan pada tahun 2021 dengan jumlah tangkap hanya 47.748 Ton.

Masyarakat nelayan nelurahan Rua Kota Ternate merupakan salah satu kelurahan kecamatan pulau Ternate yang merupakan penghasil ikan terbesar, dimana para nelayan mempunyai usaha perikanan tangkap yaitu para nelayan melakukan penangkapan ikan dengan alat-alat tradisonal, Perikanan tangkap di kelurahan rua merupakan salah satu kegiatan ekonomi andalan dan menjadi salah satu prime mover karena kontribusinya cukup besar bagi produksi perikanan daerah. Dengan luas 5.795,4 km², Kota Ternate lebih didominasi oleh wilayah laut sebesar 95,2%. Kegiatan perikanan tangkapnya menghasilkan berbagai jenis hasil tangkapan berupa ikan konsumsi bernilai ekonomis penting. Pengelolaan perikanan antara lain meliputi proses yang terintegrasi dalam pengumpulan informasi (UU No. 45 Tahun 2009). Sejalan dengan proses pengumpulan informasi ini dan misi pembangunan kelautan dan perikanan di Indonesia (DJPT 2005), yaitu memahami, memanfaatkan, dan memelihara sumberdaya perikanan, maka salah satu upaya awal dalam pengelolaan perikanan adalah memahami keberadaan keragaan pembangunan perikanan termasuk didalamnya perikanan tangkap, sehingga dalam upaya pengelolaannya lebih memadai dan tidak menimbulkan tekanan terhadap sumberdaya perikanan tersebut.

Pada umumnya mereka penghasilan mereka masih tergantung pada kondisi alam, maka sulit bagi mereka untuk merubah kehidupannya menjadi lebih baik. Nelayan tradisional setiap saat berhadapan dengan ketidakpastian pendapatan dan tekanan musim paceklik ikan yang panjang, tetapi mereka juga.

Seperti yang terlihat pada tabel 1.1. Jumlah Produksi Dan Nilai Produksi Perikanan Tangkap Di Laut Di Kota Ternate Tahun 2019-2021 mengalami penurunan pada tahun 2021 dengan jumlah tangkap hanya 47.748 Ton.

Masyarakat nelayan nelurahan Rua Kota Ternate merupakan salah satu kelurahan di kecamatan pulau Ternate yang merupakan penghasil ikan terbesar, dimana para nelayan mempunyai usaha perikanan tangkap yaitu para nelayan melakukan penangkapan ikan dengan alat-alat tradisional, Perikanan tangkap di kelurahan rua merupakan salah satu kegiatan ekonomi andalan dan menjadi salah satu prime mover karena kontribusinya cukup besar bagi produksi perikanan daerah. Dengan luas 5.795,4 km², Kota Ternate lebih didominasi oleh wilayah laut sebesar 95,2%. Kegiatan perikanan tangkapnya menghasilkan berbagai jenis hasil tangkapan berupa ikan konsumsi bernilai ekonomis penting. Pengelolaan perikanan antara lain meliputi proses yang terintegrasi dalam pengumpulan informasi (UU No. 45 Tahun 2009). Sejalan dengan proses pengumpulan informasi ini dan misi pembangunan kelautan dan perikanan di Indonesia (DJPT 2005), yaitu memahami, memanfaatkan, dan memelihara sumberdaya perikanan, maka salah satu upaya awal dalam pengelolaan perikanan adalah memahami keberadaan keragaan pembangunan perikanan termasuk didalamnya perikanan tangkap, sehingga dalam upaya pengelolaannya lebih memadai dan tidak menimbulkan tekanan terhadap sumberdaya perikanan tersebut.

Pada umumnya mereka penghasilan mereka masih tergantung pada kondisi alam, maka sulit bagi mereka untuk merubah kehidupannya menjadi lebih baik. Nelayan tradisional setiap saat berhadapan dengan ketidakpastian pendapatan dan tekanan musim paceklik ikan yang panjang, tetapi mereka juga dihadapkan manajemen pengelolaan keuangan dan pemasaran hasil produksinya. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian mendalam untuk mengetahui faktor-faktor pengembangan Usaha nelayan Perikanan Tangkap masyarakat nelayan di Kelurahan Rua Kota ternate, serta untuk merumuskan kembali "***Strategi Kebijakan Pengembangan Usaha Masyarakat Nelayan Khususnya Di Kelurahan Rua Kota Ternate***".

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah Pengembangan Usaha Masyarakat Nelayan Khususnya Di Kelurahan Rua Kota Ternate dalam penelitian ini diantaranya adalah :

1. Apakah strategi pengembangan usaha nelayan di kelurahan Rua kota Ternate ?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian Pengembangan Usaha Masyarakat Nelayan Khususnya Di Kelurahan Rua Kota Ternate dalam penelitian ini diantaranya adalah 1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha nelayan di kelurahan Rua kota Ternate.

II KERANGKA TEORITIK

Strategi adalah perencanaan induk komprehensif, yang menjelaskan bagaimana usaha akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. Proses penyusunan strategilebih banyak menggunakan proses analitis. (Rangkuti, 20014) Strategi adalah tindakan awal yang menuntut keputusan manajemen puncak dan sumberdaya perusahaan yang banyak untuk merealisasikan. Di samping itu strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang paling tidak selama lima tahun.

Pengembangan usaha adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaanpekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan (Hafsah, 2004).

Jenis-jenis Pengembangan Usaha

Menurut Subagyo (2008), secara umum pengembangan usaha dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Pengembangan vertikal. Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun inti bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya.
2. Pengembangan horizontal. Pengembangan horizontal adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif, yang secara line produk tidak memiliki hubungan dengan core bisnisnya..

Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Hendro (2011), terdapat beberapa strategi yang biasa digunakan dalam pengembangan usaha, yaitu sebagai berikut:

a. Mengembangkan pasar dari sisi produknya

Mengembangkan pasar dari sisi produknya adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas (kemampuan

mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima di pasar. Contohnya adalah:

- a. Memperbesar variasi produk, misalnya: melalui kemasan botol, sachet, gelas, dan lain-lain.
- b. Melalui kategori produk, misalnya: kategori untuk dewasa, kategori untuk remaja, kategori untuk ibu-ibu, kategori untuk anak-anak, kategori untuk usia diatas 50 tahun, dan lain-lain. Masing-masing kategori produk bisa dibedakan secara dosis, ukuran atau kadarnya, dan hal-hal lain yang disesuaikan dengan kepentingan pemakainya.
- c. Berdasarkan lini produk, misalnya: untuk produk dengan bahan herbal, untuk produk tanpa bahan pengawet, untuk produk dengan yang mengandung DHA atau Omega 3, dan lain-lain
- d. Berdasarkan fungsinya, misalnya: produk untuk rambut kering, produk untuk rambut berminyak, produk untuk rambut normal, dan lain-lain.
- e. Menentukan produk baru dengan pasar yang baru. Dengan pengembangan produk, maka diharapkan penjualan akan meningkat karena pasar yang dibidiknya semakin berkembang dan bervariasi.

b. Mengembangkan pasar dari sisi sistem penjualannya

Banyak strategi mengembangkan pasar yang dilakukan mengembangkan sistem penjualannya, antara lain:

1. Mengembangkan sistem distribusi penjualan kedalam (internal), antara lain: 1) Mengembangkan sendiri, seperti: membuka cabang baru dikota- kota besar, membuka outlet, agen, atau sejenisnya atas dana sendiri dan membuka jalur distribusi sendiri. 2) Mengembangkan melalui kerja sama dengan pihak lain,
2. Mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, antara lain: 1) Membuat jaringan pemasaran secara berjenjang, MLM (multi levelmarketing) dimana konsumen adalah pemasar (ranting pemasaran) dan distributor sekaligus. 2) Membuat, menyusun, merencanakan sistem franchising dengan menjual jaringan, standar operasional, merek produk, nama perusahaan, popularitas, dan lain-lain. 3) Sub-kontraktor sebagian dan seluruh proses pemasaran, misalnya subkontraktor desain, supplier, broker, dan lain-lain. 4) Kerja sama operasional atau outsourcing untuk bagian dari kegiatan pemasaran, misalnya kerja sama developer dengan broker.
3. Mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri. Cara yang tepat untuk memperbesar pasar bila modalnya cukup dan ingin cepat menjadi besar adalah akuisisi (menggambil alihbisnis lain) dan

Merger (menggabungkan dua badan usaha atau lebih).

c. Mengembangkan pasar dengan strategi integrasi (penyatuan)

Terdapat dua jenis strategi integrasi, yaitu:

1. Integrasi vertikal (hulu ke hilir dari flow industry). Penyatuan integrasi vertikal dengan cara membeli perusahaan kedalam (pemasok, konsultan, produsen, dan lain-lain) atau membeli perusahaan keluar arah konsumen (distributor, wholeseller, agen, outlet, dan lain-lain). Contohnya adalah perusahaan mie yang membeli perusahaan gandum, perusahaan hypermarket yang membeli perusahaan jaringan mini market, dan lain- lain.
2. Integrasi horizontal (antar produk, antar kategori). Penyatuan integrasi perusahaan-perusahaan yang produknya tidak sama tetapi menunjang kesuksesan bisnisnya. Contohnya adalah perusahaan sepatu membeli perusahaan alat-alat olahraga, dan lain-lain.

d. Mengembangkan pasar dengan sinergisme

Melakukan pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian kerja sama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan swap market atau tukar pasar dan memperkuat satu sama lainnya karena keduanya mempunyai keistimewaan. Perusahaan yang satu ingin memasarkan produknya ke pasar dan perusahaan yang lainnya ingin menambah calon pelanggan. Contohnya adalah bank dan asuransi, rumah sakit dengan asuransi, dealer mobil dengan asuransi, dan lain-lain

Tahapan Pengembangan Usaha

Menurut Budiarta (2009), seorang pengusaha untuk melakukan pengembangan usaha umumnya melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki ide usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan ide/konsep usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagianbisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan rencana usaha (business plan)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (business plan), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha

d. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber dayayang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2014) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Perencana strategis perusahaan (*strategis planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman), dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT, karena analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strengths*), dan Kelemahan (*Weaknesses*) (Rangkuti, 2014).

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Rua Kota Ternate. Waktu penelitian ini dilakukan pada Tanggal 06 Mey 2022 - 20 Juni 2022.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Sehubungan dengan hal tersebut maka yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Nelayan kelurahan Rua Kota Ternate dengan Jumlah 60 orang di kelurahan Rua Kota Ternate.

Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang dilakukan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Dengan sampel penelitian adalah informan 30 orang nelayan usaha perikanan tangkap yang diambil adalah para nelayan masyarakat kelurahan Rua yang memiliki usaha

Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari literature, buku-buku, jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian. Adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi :

- a. Jumlah Produksi Dan Nilai Produksi Perikanan Tangkap Di Laut Di Kota Ternate Tahun 2019-2021.

Teknik Pengumpulan Data

Memperoleh data, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode mencari data tentang hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, legger, agenda dan lain sebagainya (Suharsimi, 2006) Penggunaan metode dokumentasi ini ditujukan untuk melengkapi dan memperkuat data dari hasil wawancara, sehingga diharapkan dapat diperoleh data yang lengkap, menyeluruh dan memuaskan..

- b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bugin, 2006). Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada masyarakat Nelayan yang terkait dengan penelitian,

untuk memperoleh informasi yang mendalam dan jelas mengenai pengembangan usaha nelayan.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat bantu yang paling banyak digunakan, berupa suatu daftar pertanyaan tertulis mengenai suatu permasalahan tertentu untuk dijawab dengan tertulis (Wardiyanta, 2006). Metode angket ini digunakan untuk mengambil data tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari faktor internal dan faktor eksternal.

Teknis Analisis Data

Analisis SWOT

Untuk menentukan strategi pengembangan usaha Nelayan di Kelurahan Rua Kota Ternate menggunakan analisis SWOT, dimana memiliki suatu model analisis SWOT yang baik maka perlu adanya dukungan data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif bersifat teori-teori dan kuantitatif yaitu dengan menempatkan angka-angka sebagai ukuran pembobotan nilai dilakukan agar tingkat keakuratan dapat diperoleh secara lebih baik. Analisis SWOT dimaksud untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang dapat diidentifikasi guna memberikan suatu rekomendasi pengembangan berdasarkan potensi- potensi yang tersedia.

Strategi Pengembangan usaha Nelayan di Kelurahan Rua Kota Ternate

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pengujian analisis SWOT Pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dari usaha nelayan di kelurahan Rua Kota Ternate yang nantinya menjadi perhatian pengembangan terhadap usaha nelayan di kelurahan Rua Kota Ternate Dalam penelitian ini yang diajukan untuk meneliti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk menentukan strategi pengembangannya. Dan berdasarkan hasil analisis melalui analisis SWOT ini maka kebijakan pengembangan nelayan di kelurahan Rua kota ternate adalah :

1. Harus adanya kerjasama dalam istri nelayan dalam mengelolah hasil tangkap sehingga harga yang di jual lebih mahal
2. Mengikuti pelatihan-pelatihan yang terkait agar adanya kreatifitas dalam mengelolah hasil tangkap.
3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (SDM) agar pengelola usaha nelayan lebih optimal.
4. Meningkatkan perbaikan program pengembangan usaha dalam melakukan olahan hasil tangkap dengan mengikuti era globalisasi sehingga siap untuk menghadapi

persaingan antar pesaing

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Analisis data Pembahasan maka yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan Bahwa:

1. Harus adanya kerjasama dalam istri nelayan dalam mengelolah hasil tangkap sehingga harga yang di jual lebih mahal
2. Mengikuti pelatihan-pelatihan yang terkait agar adanya kreatifitas dalam mengelolah hasil tangkap.
3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (SDM) agar pengelola usaha nelayan lebih optimal.
4. Meningkatkan perbaikan program pengembangan usaha dalam melakukan olahan hasil tangkap dengan mengikuti era globalisasi sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar pesaing

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka saran yang didapat diberikan untuk Usaha nelayan di kelurahan Rua Kota Ternate yaitu, perlu adanya kemajuan teknologi Peningkatan promosi melalui media cetak, dan media sosial mengenai usahanya sehingga dapat diketahui lebih banyak orang lagi dan kualitas SDM perlu ditingkatkan karena semakin baik kualitas SDM maka semakin banyak pula kreatifitas usaha yang di kembangkan sehingga akan memikat dan meningtkkan daya beli konsume

DAFTAR PUSTAKA

Budiarta, Kustoro. 2009. Pengantar Bisnis. Jakarta: Mitra Wacana Media

Bugin, M. B. (2006). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Jakarta: Kencana.

[DJPT] Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap. 2005. Master plan dan Rencana Strategis Pengembangan Usaha Perikanan Tangkap Skala kecil. Depatemen Kelautan dan Perikanan.122 hal.

Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan. Jakarta: Erlangga.

Humas,2016.*Potensi Besar Perikanan TangkapIndonesia*. Artike
[Http://Setkab.Go.Id/Potensi-Besar-Perikanan-Tangkap-Indonesia/](http://Setkab.Go.Id/Potensi-Besar-Perikanan-Tangkap-Indonesia/)

Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI.

Subagyo, Ahmad. 2008. Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi. Jakarta: Gramedia
Sugiyono, 2013. “Metode penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif kualitatif dan R&P.”(Bamdung Alfabeta)

Suharsimi, A. (2006). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Jakarta: Rineka Cipta, 120-123.

Undang-Undang No. 45 Tahun 2009 tentang Perikanan jo UU No. 31 Tahun 2004.

Wardiyanta, M., & Hum, M. (2006). Metode penelitian pariwisata. Yogyakarta, Penerbit Andi, 52.