



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN – PT NO : 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan Ikan Rezta  
di Jalan Sapan, Kabupaten Bandung**

Skripsi

Oleh  
Tiara Ayuni Fauzia  
2015320177

Bandung  
2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN – PT NO : 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan Ikan Rezta  
di Jalan Sapan, Kabupaten Bandung**

Skripsi

Oleh  
Tiara Ayuni Fauzia

2015320177

Pembimbing  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Tiara Ayuni Fauzia  
Nomor Pokok : 2015320177  
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan Ikan  
Rezta di Jalan Sapan, Kabupaten Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 07 Januari 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. M. Banowati Talim, Dra, M.Si. : \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D. : \_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M. Phil. : \_\_\_\_\_

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Tiara Ayuni Fauzia

NPM : 2015320177

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan Ikan  
Rezta di Jalan Sapan, Kabupaten Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, Desember 2018

Tiara Ayuni Fauzia

## Abstrak

Nama : Tiara Ayuni Fauzia

NPM : 2015320177

Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan Ikan Rezta di Jalan Sapan, Kabupaten Bandung

---

Kejenuhan tak jarang dihadapi oleh masyarakat perkotaan tak terkecuali di Kota Bandung karena aktivitas sehari-hari yang tidak hanya menguras tenaga namun juga pikiran. Hal-hal sederhana yang dilakukan untuk mengatasi kejenuhan adalah dengan berkumpul bersama teman atau keluarga. Kondisi seperti ini tentunya tidak disia-siakan oleh para pengusaha untuk menyediakan destinasi wisata yang menarik perhatian masyarakat. Hal ini terlihat dengan maraknya pilihan tempat wisata di Kota Bandung baik wisata alam, wisata belanja, wisata kuliner, hingga wisata minat khusus seperti yang dilakukan oleh usaha Pemancingan Ikan Rezta yang menyediakan pilihan hiburan bagi orang-orang yang memiliki hobi memancing.

Dalam tulisan ini, penulis menganalisis strategi pengembangan usaha yang sesuai untuk diaplikasikan oleh usaha Pemancingan Ikan Rezta agar mampu mengembangkan usahanya seiring perkembangan waktu. Dengan melakukan kegiatan wawancara, observasi, kuesioner, dan menganalisis tata kelola usaha, penilaian efektivitas kinerja menggunakan konsep *Balanced Scorecard* berbagai faktor internal terkait Manajemen, Pemasaran, Keuangan, Produksi dan Operasi, serta Penelitian dan Pengembangan juga Faktor eksternal dengan menggunakan analisis PESTLE dan Lima Kekuatan Porter, uraian analisis dilanjutkan penulis dengan menggunakan Matriks SWOT, Matriks Internal Eksternal, dan Matriks QSPM. Setiap analisis dilakukan disesuaikan dengan kondisi nyata usaha Pemancingan Ikan Rezta yang termasuk ke dalam usaha mikro dan kecil.

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis dari Matriks SWOT dan Matriks Internal Eksternal, menunjukkan bahwa usaha Pemancingan Ikan Rezta berada di dalam kuadran V yang merupakan strategi menjaga dan mempertahankan yang terdiri dari Penetrasi Pasar dan Pengembangan Produk. Pada matriks QSPM (Perencanaan Strategi Kuantitatif), strategi yang sesuai untuk diaplikasikan usaha Pemancingan Ikan Rezta adalah Penetrasi Pasar – *Social Media Promotion*. Langkah ini merupakan usaha yang paling tepat untuk dilakukan usaha Pemancingan Rezta agar dapat bertahan dan mampu mengembangkan usahanya.

**Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Usaha, Tata Kelola UMKM, *Balanced Scorecard* UMKM, Usaha Pemancingan Ikan, SWOT, Matriks Internal-Eksternal, QSPM**

## ***Abstrack***

*Name : Tiara Ayuni Fauzia*

*NPM : 2015320177*

*Title : Analysis of Business Development Strategy in Rezta's Fishing at Sapan Street, Bandung District*

---

*Saturation is often faced by urban communities, no exception in Bandung. It happened because of daily activities that not only drain energy but also mind. Simple things that are done to overcome saturation are by gathering with friends or family. This conditions could be the opportunities for entrepreneurs to provide tourist destinations that attract public attention. This can be seen from the rampant choice of tourist attractions in the city of Bandung such as nature tourism, shopping, culinary tourism, and special interest tours such as the Rezta's Fishing Business which provides tours destination for people who likes fishing.*

*The objective of this research is to analyze business development strategy which is match and valid to develop the Rezta's Fishing Business following the time. By performing interviews, observations, questionnaires, and analyzing business governance, performance effectiveness assessments use the Balanced Scorecard concept, analyzing various internal factors such as Management, Marketing, Finance, Production/Operations, Research and Development also external factors using PESTLE analysis and Five Porter's Forces analysis, continued by using the SWOT Matrix, Internal-External Matrix, and QSPM Matrix. Each analysis was carried out according to the real conditions of the Rezta's Fishing Business which is included in micro and small businesses.*

*Based on the results of calculations and analysis from the SWOT Matrix and Internal-External Matrix, it shows that Rezta's Fishing Business is in quadrant V which is a hold and maintain strategy consisting of Market Penetration and Product Development. And for the QSPM (Quantitative Strategy Planning) matrix, the appropriate strategy to be applied for Rezta's Fishing Business is Social Media Promotion. This step is the most appropriate effort to be carried out by Rezta's Fishing Business to survive and be able to develop the business.*

***Keywords: Strategy, Business Development, Governance of Micro and Small Business, Balanced Scorecard for Micro and Small Business, Fishing Business, SWOT, Internal-External Matrix, QSPM***

## **Kata Pengantar**

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Yang atas karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pemancingan Rezta Di Jalan Sapan, Kabupaten Bandung” disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penelitian ini dapat terselesaikan tentunya tidak lepas dari doa, bimbingan, dukungan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ayah dan Ibu yang selalu menjadi motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, menjadi tempat bersandar bagi penulis ketika lelah, serta doa-doa yang dipanjatkannya senantiasa menjadi keajaiban dan keberuntungan bagi penulis saat menghadapi kesulitan.
2. Bapak Refrial dan Ibu Yeni selaku pemilik usaha Pemancingan Ikan Rezta yang bersedia meluangkan waktu untuk berdiskusi dan mendeskripsikan usahanya kepada pemilik.
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membagi ilmu, memberi arahan serta nasihat, meluangkan waktu, dan memberikan dukungan penuh selama pengerjaan skripsi ini.
4. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu M. Banowati Talim., M.Si., selaku ketua

jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, dan Ibu Fiona Ekaristi Putri, S.IP., MM. selaku dosen wali.

5. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil, Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M. Phil, Bapak Patria Prasetio Adi, S.AB, M.Ak, dan Bapak Daniel Kariem, S.IP., MM. yang juga telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi, membimbing dan memberikan arahan atas penyusunan penelitian ini.
6. Keluarga Uwa Ucu atas pemasangan koneksi internet (Wifi) dirumahnya selama 24 jam yang sampai hingga ke rumah penulis sehingga penulis dapat mengakses segala informasi, mengerjakan tugas, dan mencari data ketika ada tugas kuliah hingga untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Pemerintah Kabupaten Bandung Kecamatan Ciparay Desa Sumbersari khususnya pada Kepala Desa Sumbersari, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung yang diwakilkan oleh Bapak Agus Rukmansyah selaku Kepala Desa Sumbersari atas informasi yang diberikan untuk mendukung data pada penelitian ini.
8. Sahabat yang menjadi teman main, bercanda, selalu ada untuk saling mengingatkan serta berbagi cerita, selalu menghibur di kala penulis merasa lelah, bosan, bahkan malas untuk mengerjakan penelitian ini. Mereka adalah Shafira Dita Vtraya, Gea Arvigieta, Felisitas Marvelia, Jemima, Alfiah Falakh Zein, Clarisa Auliya, Cicelia Gunawan, dan hususnya untuk Magda Pricilia Monica yang selalu ada dalam keadaan suka dan selalu membantu

dalam keadaan duka. Terimakasih Magda Pricilia Monica atas segala kebaikan, kesabaran, dan terimakasih telah berjuang bersama selama ini.

9. Kepada Billa, Silky, Ajeng, dan teman-teman IPA-4 SMAN 25 Bandung yang tidak bisa disebutkan satu persatu-satu, walaupun tidak sering bertemu namun tidak pernah lupa untuk saling mendukung dan sampai saat ini masih berhubungan baik. Tak lupa untuk Nurul Laila, Salma Shafira, dan Meita Tyas yang selalu memberikan dan selalu meluangkan waktu dengan mudah untuk bertemu melepas penat.
10. HMPSIAB periode 2016-2017, khususnya bagi kaka-kaka tingkat seperti Ka Abel, Ka Richard, Ka Daniel, Ka Cybum, Ka Yaya, dan lain-lain yang memberikan pengalaman, saran dan masukan mengenai organisasi kampus dan juga akademik, yang membuat penulis kuat menghadapi lika-liku kampus yang tidak mudah. Terimakasih juga kepada Divisi *Entrepreneurship* (Ka Cybum, Ka Agnes, Ka Yaya, Felis, dan Gea) yang selalu merasa paling sibuk padahal hanya dua program kerja yang dijalankan dalam satu periode.
11. Kepada 23 orang anggota MPM periode 2017-2018, khususnya untuk Intan, Emyr, dan Anton, terimakasih telah berproses bersama dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab yang tidak mudah selama satu periode tersebut. Tak lupa terima kasih kepada Kevin, Affi, Fadli, dan Dhio yang telah meneruskan perjuangan MPM FISIP di periode 2018-2019.
12. *And last but not least*, teman-teman di UNPAR, FISIP, dan khususnya Bisnis UNPAR angkatan 2015 (Melani, Desy, Vincent yang telah

membantu penulis melakukan *formatting page numbering* pada penelitian ini, dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu), untuk semua kenangan dan pengalaman yang diberikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua khususnya pihak-pihak terkait.

Bandung, 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
<i>Abstrack</i> .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
2.1 Pengembangan Usaha.....	9
2.1.1 Pengertian Pengembangan Usaha.....	9
2.1.2 Tahapan Pengembangan Usaha .....	10
2.2 Pengertian Strategi .....	11
2.2.1 Jenis-Jenis Strategi.....	12
2.3 Tata Kelola Usaha .....	13
2.3.1 Tata Kelola Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah .....	15
2.4 Teori <i>Balanced Scorecard</i> .....	18
2.4.1 Keunggulan <i>Balanced Scorecard</i> .....	19
2.4.2 Persepektif <i>Balanced Scorecard</i> .....	21
2.5 <i>Balanced Scorecard</i> untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah .....	27
2.6 Analisis Lingkungan Internal .....	29
2.7 Analisis Lingkungan Eksternal .....	33
2.7.1 Lingkungan Eksternal Umum atau Makro.....	33

2.7.2 Lingkungan Industri.....	35
2.8 Analisis SWOT.....	37
2.9 Matriks Evaluasi Lingkungan Eksternal (EFE).....	39
2.10 Matriks Evaluasi Lingkungan Internal (IFE) .....	41
2.11 Matriks SWOT .....	42
2.12 Matriks Internal Eksternal .....	44
2.13 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.2 Jenis Data .....	55
3.3 Tahapan Penelitian .....	56
3.3.1 Identifikasi Masalah.....	58
3.3.2 Analisis Tata Kelola Usaha Pemancingan Ikan Rezta.....	58
3.3.3 Pengukuran Efektifitas Kinerja dengan Konsep <i>Balanced Scorecard</i> .	59
3.3.4 Analisis Lingkungan Internal.....	59
3.3.5 Analisis Lingkungan Eksternal.....	59
3.3.6 Analisis SWOT .....	60
3.3.7 Tahap Input (Matriks Evaluasi Eksternal dan Matriks Evaluasi Internal)	60
3.3.8 Tahap Pencocokan .....	60
3.3.8.1 Matriks Internal Eksternal.....	61
3.3.8.2 Matriks SWOT .....	61
3.3.9 Tahap Keputusan ( <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> ) .....	61
<b>BAB IV PROFIL USAHA.....</b>	<b>63</b>
4.1 Profil Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	63
4.2 Sejarah Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	64
4.3 Ruang Lingkup Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	66
4.3.1 Penyewaan Tempat Rezta.....	67
4.3.1.1 Pengelolaan Penyewaan Tempat Rezta.....	68
4.3.2 Kantin Rezta .....	69
4.3.2.1 Pengelolaan Kantin Rezta .....	71
4.4 Peran.....	72

4.5 Logo.....	74
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>76</b>
5.1 Tata Kelola Usaha Pemancingan Ikan Rezta.....	76
5.1.1 Operasional Usaha .....	78
5.1.2 Sektor Ekonomi .....	81
5.1.3 Kepemilikan.....	83
5.1.4 Objek yang Dikelola .....	83
5.1.4.1 Pasar dan Pemasaran .....	83
5.1.4.2 Produksi .....	84
5.1.4.3 Sumber Daya Manusia .....	84
5.1.4.4 Keuangan.....	86
5.1.4.5 Kreativitas dan Inovasi.....	87
5.2 Pengukuran Efektivitas Kinerja dengan <i>Balanced Scorecard</i> .....	87
5.2.1 <i>Financial</i> (Keuangan) .....	91
5.2.2 <i>Customer</i> (Konsumen).....	96
5.2.3 <i>Internal Business Process</i> (Proses Bisnis Internal) .....	101
5.2.4 <i>Learning &amp; Growth</i> (Pembelajaran dan Pertumbuhan).....	103
5.3 Analisis Internal Usaha Pemancingan Ikan Rezta.....	104
5.3.1 Manajemen.....	104
5.3.2 Pemasaran .....	109
5.3.3 Penelitian dan Pengembangan .....	113
5.4 Analisis Eksternal Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	121
5.4.1 Lingkungan Eksternal Umum atau Makro.....	121
5.4.2 Lingkungan Industri ( <i>Five Competitive Forces</i> ) .....	135
5.4 Analisis SWOT Usaha Pemancingan Ikan Rezta.....	139
5.5 Matriks SWOT Usaha Pemancingan Ikan Rezta.....	146
5.6 Matriks IFE dan EFE Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	155
5.6.1 Matriks <i>Internal External</i> (IE) Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	156
5.7 Matriks QSPM Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	163
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>169</b>
6.1 Kesimpulan.....	169
6.2 Saran .....	174

DAFTAR PUSTAKA .....	177
LAMPIRAN .....	181

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks EFE.....	39
Tabel 2.2 Matriks IFE.....	41
Tabel 2.3 Matriks SWOT.....	44
Tabel 2.4 Matriks Internal Eksternal .....	45
Tabel 2.5 Matriks QSPM .....	47
Tabel 5.7 Mata Pencaharian Pokok Masyarakat Desa Sumpersari Tahun 2017 .....	124
Tabel 5.8 Jumlah Pendidik Usia Kerja Menurut Kegiatannya Di Kota Bandung Tahun 2015-2017.....	127
Tabel 5.9 Potensi Wisata Desa Sumpersari Tahun 2017 .....	128
Tabel 5.10 Matriks SWOT Usaha Pemancingan Ikan Rezta.....	146
Tabel 5.11 Matriks IFE Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	155
Tabel 5.12 Matriks EFE Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	156
Tabel 5.13 Matriks IE Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	156
Tabel 5.14 Matriks QSPM Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	163

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Ke Kota Bandung Tahun 2011-2016.....	1
Gambar 3.1 Gambaran Besar Metode Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Logo Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	75
Gambar 5.1 Proses Bisnis Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	80

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 5.1 Pendapatan Sewa Pemancingan Ikan Rezta Bulan April 2018 .....	92
Grafik 5.2 Pendapatan Sewa Pemancingan Ikan Rezta Bulan Mei 2018 .....	93
Grafik 5.3 Pendapatan Sewa Pemancingan Ikan Rezta Bulan Juni 2018 .....	95
Grafik 5.4 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Nasional .....	134

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara Usaha Pemancingan Rezta.....	181
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Responden Kuesioner Tingkat Kepuasan Pelanggan, Tingkat Kepuasan Fasilitas, dan Tingkat Kebersihan Usaha Pemancingan Ikan Rezta .....	181
Lampiran 3 Foto Usaha Pemancingan Ikan Rezta.....	182
Lampiran 4 Foto Usaha Pemancingan Ikan Pada Acara Arisan Keluarga (08 Januari 2017)	185

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota Bandung terkenal dengan destinasi wisata yang beragam. Mulai dari wisata kuliner, wisata keagamaan, wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata belanja dan wisata hiburan lainnya. Dikutip dari ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)) , menurut Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, Nunung Sobari (Selasa,10/02/2015), mengatakan bahwa “saat ini Bandung menempati urutan pertama sebagai Kota favorit di ASEAN, selain itu masuk urutan ke-lima se-Asia Pasifik dan urutan ke-dua puluh satu di dunia terkait pariwisata.” Tidak heran jika wisatawan dari luar kota maupun luar negeri baik di hari biasa maupun di hari libur memilih Kota Bandung sebagai tujuan wisata mereka.

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225 585	6 487 239	6 712 824
2012	176 855	5 080 584	5 257 439
2013	176 432	5 388 292	5 564 724
2014	180 143	5 627 421	5 807 564
2015	183 932	5 877 162	6 061 094
2016	173 036	4 827 589	5 000 625

*Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Ke Kota Bandung Tahun 2011-2016*

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan Table 1.1 yang dilansir dari ([bandungkota.bps.go.id](http://bandungkota.bps.go.id)), dapat dilihat bahwa wisatawan yang datang ke Kota Bandung dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan pengunjung. Kenaikan yang paling besar terjadi pada tahun 2015 sebanyak 253.530. Penurunan yang paling besar terjadi pada tahun 2012 sebanyak 1.455.385. Adanya penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2012 dan 2016, dikutip dari ([www.jabar.tribunnews.com](http://www.jabar.tribunnews.com)) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung akan terus meningkatkan pariwisata di Kota Bandung dengan menggali potensi-potensi pariwisata yang ada di wilayah-wilayah. Destinasi wisata memang perlu ditingkatkan. Hal ini dikarenakan masyarakat terlalu jenuh dengan rutinitas sehari-hari. Berkumpul dengan teman-teman atau keluarga di tempat yang menyenangkan sekaligus menenangkan menjadi *moment* yang sangat ditunggu-tunggu. Kecenderungan masyarakat yang ingin berkumpul bersama teman-teman atau keluarga adalah dengan memilih tempat yang murah meriah agar dapat terjangkau oleh semua kalangan yang ikut dalam kegiatan kumpul tersebut. Salah satu tujuan wisata hiburan yang bisa dinikmati oleh banyak orang bersama keluarga atau kerabat dengan biaya yang terjangkau adalah memancing.

Melihat besarnya jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Bandung dan saat ini memancing menjadi destinasi wisata yang mulai menjadi perhatian wisatawan, maka hal ini merupakan peluang yang besar bagi pengusaha untuk membuka jasa penyewaan kolam pemancingan.

Dikutip dari ([www.bandung.bisnis.com](http://www.bandung.bisnis.com)) survey yang dilakukan oleh rekan-rekan di Pasundan Fishing Club (PFC) di 40 lokasi utama pemancingan di Kota Bandung (November 2010) dan sekitarnya (Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat dan Kota Cimahi), lokasi pemancingan di kawasan Bandung raya meningkat sekitar 21% (2009-2010). Peningkatan ini tentunya diiringi oleh peminat yang semakin meningkat juga. Hal ini menjadi kesempatan bagi pengusaha di Kota Bandung untuk membuka usaha Kolam Pemancingan Ikan. Salah satunya adalah Kolam Pemancingan Ikan Rezta milik Bapak Refrial Sofyan yang beralamat di Jalan Sapan No. 6, Desa Sumbersari, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Berdasarkan pernyataan pemilik Kolam Pemancingan Ikan Rezta, modal awal yang dikeluarkan untuk usaha kolam pemancingan beserta fasilitas pendukung adalah  $\pm$  Rp 20.000.000,- dan  $\pm$  Rp 10.000.000 untuk modal awal Kantin Rezta, tidak termasuk tanah dan bangunan dengan total omzet dari Kantin dan Kolam Pemancingan Ikan Rezta pertahun adalah Rp 65.000.000,-.

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha Kolam Pemancingan Ikan Rezta milik Bapak Refrial termasuk dalam kriteria usaha mikro dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan kurang dari Rp 300.000.000,-.

Pemilik usaha memiliki lahan di belakang rumahnya yang cukup luas berukuran 1.200 meter, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kolam pemancingan dengan ukuran 15 x 16 meter, kurang lebih dapat menampung 20 orang untuk memancing. Awalnya tempat ini tidak untuk disewakan, melainkan hanya sebagai

sarana hiburan (memancing) yang disediakan pemilik untuk kerabat atau keluarga yang datang berkunjung ke rumah. Namun, karena melihat peminat yang cukup banyak dari penduduk sekitar untuk memancing dan permintaan dari kerabat untuk menyewa tempat sebagai acara reuni, arisan, dan acara lainnya, maka hal ini dijadikan pemilik sebagai peluang bisnis.

Pengelolaan Kolam Pemancingan Ikan Rezta sejak awal dilakukan oleh pemilik dan istri dari pemilik tersebut. Sejak awal usahanya dirintis, tidak ada sumber daya manusia khusus yang mengelola keuangan, pemasaran, sistem informasi, operasional, dan pengelolaan sumber daya manusia itu sendiri. Hanya fungsi keuangan, pemasaran dan operasional yang dijalankan dalam usaha Kolam Pemancingan Ikan Rezta milik Bapak Refrial ini.

Fungsi keuangan dilakukan oleh sang istri dengan mencatat secara manual pengeluaran dan pemasukan yang didapat. Pemasaran hanya dilakukan secara konvensional yaitu dengan cara 'dari mulut ke mulut'. Sementara fungsi operasional dikendalikan oleh Bapak Refrial sebagai pemilik, kegiatan operasional pun tidak terlalu rumit. Pemilik tidak menyediakan ikan yang nantinya akan dipancing, melainkan konsumen sendiri yang secara bebas mencari *supplier* ikan hidup yang siap dipancing.

Kegiatan operasional yang dilakukan cenderung untuk menunjang kenyamanan bagi konsumen, seperti menjaga kebersihan dan perawatan lingkungan sekitar kolam. Pada tahun 2017 tepatnya di Bulan Juni, pemilik menambah jenis usahanya yaitu dengan membuka tempat makan yang diberi nama Kantin Rezta. Kegiatan operasional dilakukan oleh sang istri dengan mempersiapkan, membeli,

dan mengolah bahan baku dari *supplier* yang beragam (pedagang sayur). *Supplier* yang beragam ini berdampak pada pengeluaran yang tidak tetap pula. Seperti contohnya, jika ada beberapa persediaan kurang atau habis, biasanya Ibu Yeni membelinya di warung terdekat. Harga warung biasanya lebih mahal dan berubah-ubah selain itu harga yang ditawarkan terkadang tergantung dengan *quantity* yang dibeli. operasional kolam pemancingan dimulai pukul 08.00 – 22.00 WIB. Sementara jam operasional kantin adalah 06.00 – 18.00 WIB. Hal ini karena kantin tersebut menyediakan makanan sarapan seperti nasi kuning dan lontong sayur khas padang.

Usaha jasa penyewaan Kolam Pemancingan Ikan Rezta dimulai pada tahun 2010 dan masih berjalan hingga sekarang. Pada tahun 2017, pemilik pensiun dari pekerjaan utamanya sebagai karyawan di salah satu perusahaan swasta di Kota Bandung. Hal ini membuat pemilik lebih fokus dalam pengembangan kegiatan usahanya sendiri. Namun, seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa tidak sepenuhnya fungsi bisnis dijalankan oleh Kolam Pemancingan Ikan Rezta. Hal ini karena sumber daya manusia yang dimiliki terbatas sehingga menjalankan fungsi bisnis yang kurang maksimal. Terlihat pula dari pengembangan bisnis yang dilakukan hanya sebatas dengan membuka kantin setelah 7 tahun bisnis kolam pemancingan ikan dibuka. Ditambah lagi terdapat kebingungan yang dirasakan oleh pemilik usaha jasa penyewaan Kolam Pemancingan Ikan Rezta dalam pengembangan dan pengelolaan usahanya. Penyebab dari kebingungan tersebut adalah keterbatasan pengetahuan pemilik jasa penyewaan Kolam Pemancingan Ikan Rezta dalam pengembangan usahanya secara sistematis serta kurangnya analisis mendalam

dilihat dari faktor lingkungan eksternal maupun internal karena selama tujuh tahun usahanya berjalan, Bapak Refrial hanya melakukan pengembangan usaha melalui dibukanya Kantin Rezta di halaman depan rumah pada tahun 2017.

Melihat permasalahan diatas, strategi yang telah dilakukan tersebut dirasa pemilik kurang cukup untuk bisa memanfaatkan potensi usaha yang dimiliki oleh Kolam Pemancingan dan Kantin Rezta. Selain itu, pendapatan yang dihasilkan dirasa pemilik masih belum maksimal. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kemampuan perusahaan baik dari lingkungan internal dan eksternal dengan tujuan untuk memberikan rekomendasi strategi pengembangan usaha kedepan yang dapat dipertimbangkan oleh pemilik Kolam Pemancingan dengan judul, “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMANCINGAN IKAN REZTA DI JALAN SAPAN, KABUPATEN BANDUNG”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Saat dimulainya usaha Kolam Pemancingan Ikan Rezta pada tahun 2008, pemilik telah mengeluarkan modal yang cukup besar untuk usahanya, namun tanpa pertimbangan perencanaan spesifik mengenai perkembangan bisnis kedepannya. Hal ini terlihat dari terbatasnya sumber daya manusia sehingga kurang maksimal dalam menjalankan fungsi utama bisnis seperti keuangan, pemasaran, sistem informasi, dan dalam segi operasional usaha.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering kali mengalami kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan pemilik mengenai bisnis,

lemahnya sistem manajemen, lemahnya daya saing, profesionalisme kinerja, kesulitan dalam akses keuangan, dan lain-lain.

Begitupun keterbatasan yang ada pada usaha Kolam Pemancingan Ikan Rezta. Keuangan dikelola sendiri oleh istri dari pemilik Kolam Pemancingan Ikan Rezta sementara dalam fungsi pemasaran hanya mengandalkan sistem *mouth to mouth* dari masyarakat di lingkungan sekitar, keluarga dan kerabat dekat. Perkembangan bisnis terasa lambat, dilihat dari pengembangan usaha yang dilakukan setelah 9 tahun berjalannya usaha yaitu pada tahun 2017 dengan membuka tempat makan yang diberi nama Kantin Rezta.

Seiring dengan perkembangan waktu, hobi atau minat masyarakat dalam memancing dan banyak hal lain yang semestinya dapat dimanfaatkan oleh Kolam Pemancingan Ikan Rezta baik dilihat dari faktor-faktor lingkungan internal maupun lingkungan eksternal usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, maka rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana Tata Kelola usaha Pemancingan Ikan Rezta selama ini?
2. Bagaimana evaluasi efektifitas bisnis Pemancingan Ikan Rezta selama ini?
3. Apa langkah strategi kedepan dari bisnis Pemancingan Ikan Rezta?

### **1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Mengetahui cara pengelolaan usaha Pemancingan Ikan Rezta selama ini.
2. Mengetahui evaluasi efektifitas usaha Pemancingan Ikan Rezta selama ini.

3. Mengetahui langkah strategi kedepan dari bisnis Pemancingan Ikan Rezta.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi peneliti sendiri :

1. Menambah ilmu pengetahuan dan meningkatkan kemampuan dalam membuat strategi pengembahasan sebuah usaha.

Adapun manfaat bagi pelaku bisnis dan pemangku kepentingan yang lain diantaranya :

1. Mengetahui pentingnya melakukan strategi pengembangan bisnis agar dapat memanfaatkan potensi usaha dan mempertahankan posisi usaha dalam persaingan.
2. Hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan usaha maupun dalam membuat rencana dan keputusan pengembangan usaha selanjutnya.