

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DI UKM BANDENG PRESTO DI DESA
NGRAMBE, KECAMATAN NGRAMBE, KABUPATEN NGAWI, JAWA TIMUR**

**ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

Oleh :

**RISTIANTI
NIM. 125080400111011**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DI UKM BANDENG PRESTO DI DESA
NGRAMBE, KECAMATAN NGRAMBE, KABUPATEN NGAWI, JAWA TIMUR**

**ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan di
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Oleh:

**RISTIANTI
NIM. 125080400111011**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

ARTIKEL SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DI UKM BANDENG PRESTO DI DESA NGRAMBE,
KECAMATAN NGRAMBE, KABUPATEN NGAWI, JAWA TIMUR

Oleh:

RISTIANTI
NIM. 125080400111011

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP)
NIP. 19660604 199002 2 001
Tanggal:

10 AUG 2016

Dosen Pembimbing II



(Zainal Abidin, S.Pi, M.BA, MP)
NIP. 19770221 200212 1 008
Tanggal:

10 AUG 2016

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK



(Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal:

10 AUG 2016

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DI UKM BANDENG PRESTO DI DESA NGRAMBE, KECAMATAN NGRAMBE, KABUPATEN NGAWI, JAWA TIMUR

Risianti⁽¹⁾, Harsuko Riniwati⁽²⁾, dan Zainal Abidin⁽²⁾

jurusan Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan - Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya
Jalan Veteran – Malang 65145

ABSTRAK

UKM Bandeng Presto merupakan salah satu UKM di Ngawi yang bergerak di bidang pelunakan tulang ikan bandeng atau biasa disebut dengan bandeng presto. UKM ini memerlukan pengembangan usaha untuk dapat meningkatkan profit usaha. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat dengan menggunakan pendekatan studi kasus dengan melibatkan pemilik usaha sebagai subjek penelitian dalam mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki usaha tersebut. Analisis faktor internal dan eksternal menggunakan matriks IFAS dan matriks EFAS. Posisi diagram SWOT berada pada kuadran I yaitu strategi agresif. Analisis strategi pengembangan menggunakan matriks SWOT dan mendapatkan 8 strategi alternatif. Strategi alternatif kemudian dianalisis menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk mendapatkan strategi utama dengan melihat nilai TAS (*Total Attractiveness Score*) tertinggi. Berdasarkan hasil analisis QSPM strategi utama yaitu menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja dan pelanggan dan menambah serta melakukan pendampingan tenaga kerja oleh pemilik usaha untuk meningkatkan jumlah tenaga kerja dan ketrampilan kerja.

Kata kunci: Bandeng Presto, UKM, Studi Kasus, SWOT, QSPM

⁽¹⁾Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya

⁽²⁾Dosen Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya

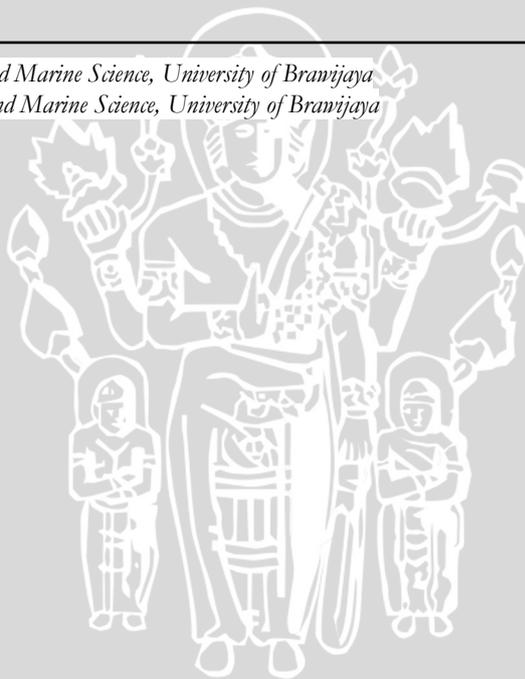
**ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY OF SOFBONED-MILKFISH SMEs IN
NGRAMBE VILLAGE, NGRAMBE DISTRICT, NGAWI REGENCY, EAST JAVA.**

ABSTRACT

SMEs *Softboned-Milkfish* (called as *Bandeng Presto*) is one of the SMEs engaged in the enterprise *bandeng presto*. This SMEs needed a development strategies to increase a SMEs's profit. Therefore, this study research aims to formulated enterprise development staretgjes using case study approach involving the respondent manager as research subject to identifying and analyzing strengths, weakness, opportunities and threats that owned by SMEs *bandeng presto*. Analysis of internal and external factors using IFAS and EFAS matrix. Position of SWOT diagram in quadrant I with aggressive strategy. Development strategies analysis used a SWOT matrix and produced eight alternative strategies. Alternative strategies analyzed by QSPM to get a main strategy, they are keeping a good relationship with suppliers, labors and customers and adding and accompanying labors by SMEs manager to increase amount of labor and their skill.

⁽¹⁾Student Faculty of Fisheries and Marine Science, University of Brawijaya

⁽²⁾Lecturer Faculty of Fisheries and Marine Science, University of Brawijaya



PENDAHULUAN

Menurut Suhendar (2010) Indonesia memiliki sumberdaya perikanan yang kaya dan potensial, baik dari perikanan laut, perairan umum maupun perikanan budidaya. Ikan-ikan yang dihasilkan dari usaha penangkapan, yaitu ikan pelagis kecil (kembung, layang, lemuru, cumi-cumi), ikan pelagis besar (tuna, tenggiri, tongkol dan lain-lain) dan ikan demersal (ikan karang). Sedangkan pemanfaatan sumberdaya ikan yang terdapat di perairan umum dilakukan melalui usaha penangkapan ikan skala kecil dengan hasil tangkapan antara lain ikan belida, ikan patin, gabus dan lain-lain. Sebagai negara kepulauan yang mempunyai wilayah lautan luas, rata-rata konsumsi ikan masyarakat Indonesia masih juga rendah. Pola konsumsi masyarakat Indonesia, rata-rata masih kekurangan protein tetapi berlebihan karbohidrat. Salah satu upaya untuk mencukupi kebutuhan protein sehari-hari adalah dengan mengkonsumsi ikan.

Menurut Nainggolan (2010) Terbatasnya bentuk olahan ikan merupakan salah satu penyebab rendahnya tingkat konsumsi ikan penduduk Indonesia. Untuk meningkatkan konsumsi ikan, perlu ditempuh upaya penganeka-ragaman (diversifikasi) bentuk olahan ikan yang berkelanjutan, terutama menuju pada produk-produk yang biasa dikonsumsi masyarakat, sehingga peluang produk untuk diterima lebih besar dan juga menciptakan segmen pasar yang lebih luas lagi dimana mampu menyerap tenaga kerja. Ikan merupakan komoditi yang tidak tahan lama atau mudah mengalami pembusukan sehingga perlu untuk segera dilakukan penanganan dan pengolahan. Di Indonesia, salah satu tempat yang banyak mengolah hasil perikanan adalah

UMKM. Untuk itu keberadaan UMKM atau industri perikanan yang dapat mengolah ikan menjadi suatu produk setengah jadi ataupun produk jadi ini menjadi penting.

Keberadaan UMKM ini diharapkan mampu mengembangkan perekonomian rakyat yang didukung pertumbuhan ekonomi nasional berkelanjutan, mampu menciptakan lapangan kerja yang memadai, pemberdayaan masyarakat dan sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor produk. Pada kenyataannya, keberadaan UMKM ini kurang mendapat perhatian dari pemerintah. UMKM di Indonesia pada umumnya, manajemen usaha yang dilakukn bersifat perseorangan dan dibantu oleh keluarga, sulitnya akses modal terhadap lembaga kredit formal yang rendah, juga dari rendahnya kualitas pekerja pada UMKM dan pengelolaan UMKM terdapat keterbatasan manajerial (Tedjasuksmana, 2014). UKM Bandeng presto milik berada di desa Ngrambe, kecamatan Ngrambe, merupakan salah satu UKM yang bergerak dibidang perikanan dan dinaungi oleh Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ngawi, merupakan UKM yang memproduksi bandeng duri lunak atau yang biasa disebut dengan bandeng presto. UKM yang berdiri sejak tahun 1973 ini merupakan satu-satunya UKM yang memproduksi bandeng presto di kecamatan Ngrambe. Dalam kurun waktu yang cukup lama, UKM ini masih mampu bertahan ditengah kondisi perekonomian yang begitu keras. Hal tersebut dikarenakan adanya keuletan dan kerja keras dari pemilik usaha tersebut.

Persaingan industri yang semakin semarak, menuntut pelaku bisnis dalam bidang makanan terutama, untuk selalu dapat

menggunakan strategi bersaing yang relevan. Hal tersebut juga harus dilihat dari perkembangan kondisi lingkungan bisnisnya agar dapat mempertahankan keunggulan bersaing yang berkesinambungan terhadap perusahaan sejenis serta tetap eksis dalam lingkungan bisnisnya. Melihat peningkatan akan kebutuhan konsumen untuk mengkonsumsi produk bandeng presto di daerah ini, khususnya, maka diperlukan adanya sebuah strategi pengembangan usaha bandeng presto pada UKM milik ini. Hal ini merupakan salah satu prioritas penting karena dapat memanfaatkan ikan sehingga memiliki harga jual yang tinggi. Oleh karena hal tersebut, maka perlu dilakukan perencanaan pengembangan usaha dengan menganalisis aspek-aspek yang menjadi faktor internal dan eksternal dari usaha tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang serta strategi pengembangan usaha pada UKM Bandeng Presto.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di UKM Bandeng Presto Desa Ngrambe, Kecamatan Ngrambe, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur pada bulan Maret-April 2016. Penelitian ini menggunakan metode atau pendekatan studi kasus, yaitu dengan melibatkan pemilik UKM Bandeng Presto dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha. Responden dipilih melalui *purposive sampling* yaitu pemilik usaha bandeng presto. Metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Menurut David (2009), Tahap-tahap analisis data yang dilakukan untuk strategi pengembangan usaha ada tiga tahapan yaitu:

1. *Input Stage*

Memasukkan data dengan menggunakan Matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS).

2. *Matching Stage*

Tahap ini adalah tahap pencocokan antara faktor internal dan faktor eksternal untuk menentukan alternatif strategi dengan menggunakan Matriks SWOT dan Matriks QSPM.

3. *Decision Stage*

Tahapan terakhir adalah melakukan pengambilan keputusan dengan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Matriks ini menggunakan informasi dari tahap 1 untuk mengevaluasi strategi alternatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan merupakan faktor yang berasal dari dalam suatu usaha atau organisasi yang mampu menopang keberlangsungan dari suatu usaha. Adapun faktor kekuatan dari usaha bandeng presto adalah:

1) Modal usaha sendiri

Usaha bandeng presto menggunakan modal sendiri, tidak menggunakan modal pinjaman dan usaha dapat berjalan dengan baik.

2) Lokasi usaha strategis

Lokasi usaha bandeng presto berada dipinggir jalan raya dekat dengan jantung kota dan pasar. Oleh karena hal tersebut, dapat dikatakan bahwa lokasi tersebut strategis. Produsen dapat dengan mudah

memasarkan produknya karena jarak yang cukup dekat dengan pasar. Jarak antara lokasi usaha dan pasar yang dekat menyebabkan biaya operasional dapat ditekan dan diminimalisir sehingga meningkatkan keuntungan.

3) Hubungan baik dengan tenaga kerja

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap usaha adalah hubungan baik dengan tenaga kerja. Pemilik usaha merupakan orang yang cukup ramah kepada siapapun, termasuk kepada tenaga kerja. Hal tersebut membuat tenaga kerja nyaman untuk bekerja di tempat tersebut selama bertahun-tahun. Selain karena hal tersebut, bu Darmi juga memberikan upah yang layak untuk tenaga kerja.

4) Usaha sudah cukup lama dan punya nama dipasar (branding)

Usaha bandeng presto sudah cukup lama berdiri. Berdasarkan hal tersebut, usaha bandeng presto sudah mempunyai nama dipasaran dan mempunyai pelanggan tetap seperti pedagang sayur keliling, pedagang ikan di pasar serta konsumen rumahan. Salah satu faktor yang menandakan bahwa usaha tersebut layak adalah ketahanan yang lama dipasaran.

5) Sudah ada surat izin usaha (SIUP)

Kelengkapan surat menyurat menjadi salah satu faktor yang memberikan keamanan dan kenyamanan dalam melakukan sebuah bisnis dan usaha. Hal tersebut dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Usaha ini sudah mempunyai Surat Ijin Usaha (SIUP).

Kelemahan merupakan sumberdaya atau kemampuan khusus yang kurang atau bahkan tidak dimiliki oleh suatu usaha, membuatnya

kalah bersaing dengan usaha yang lain dalam memenuhi permintaan pasar konsumen. Adapun faktor kelemahan dalam usaha bandeng presto adalah:

1) Teknologi produksi belum maksimal

Salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk adalah teknologi. Pada usaha bandeng presto, pembuatan bandeng presto masih menggunakan kayu bakar dan tungku. Hal tersebut menyebabkan kurang efisien dalam hal waktu.

2) Manajemen usaha kurang baik

Pada usaha bandeng presto, manajemen usaha dapat dikatakan belum maksimal seperti belum ada pembukuan yang rapi dan belum ada pembagian kerja yang pakem dari pemilik usaha. Masing-masing tenaga kerja menjalankan fungsinya sesuai dengan kondisi yang ada saat produksi berlangsung. Usaha ini belum memiliki target pasar yang jelas, belum ada perencanaan terhadap produksi berjangka.

3) Inovasi produk rendah

Salah satu hal harus yang diperhatikan dalam sebuah usaha adalah inovasi produk. Pada usaha bandeng presto belum ada inovasi produk karena hasil produksi masih sebatas bandeng presto biasa. Rendahnya inovasi produk menyebabkan produk kurang dapat bersaing di pasaran.

4) Ketersediaan SDM (tenaga kerja) kurang memadai

Kegiatan pada usaha bandeng presto meliputi pencucian ikan, penataan pada besek, pencucian kedua, penggaraman, pengelompokan dan pengukusan ikan selama 4 jam. Berdasarkan fakta di

lapang, tenaga kerja berjumlah 4 orang menyebabkan proses produksi tidak cukup efisien serta ditambah dengan belum ada *skill* atau ketrampilan yang dikuasai oleh tenaga kerja.

5) Kemampuan promosi kurang

Pada usaha bandeng presto, promosi dilakukan pada saat berjualan dipasar atau dari mulut ke mulut serta dari radio. Hal tersebut dikarenakan belum ada SDM yang mampu membuat promosi lewat media *online* dan internet atau jaringan pemasaran lain.

6) Wilayah pemasaran kurang luas

Pada usaha bandeng presto, wilayah pemasaran yang dicapai masih terbatas pada wilayah Kabupaten Ngawi, Kabupaten Sragen dan wilayah pinggiran bagian barat Kabupaten Magetan. Usaha bandeng presto ini perlu untuk mengembangkan pemasaran supaya dapat menaikkan omset produksi dan keuntungan.

7) Belum ada sarana transportasi keluar daerah

Salah faktor yang seharusnya ada dalam sebuah usaha adalah transportasi. Transportasi berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dan faktor

tersebut mempunyai peran penting diantara faktor yang lainnya. Usaha bandeng presto belum memiliki alat transportasi sendiri sehingga menyebabkan wilayah pemasaran kurang luas dan membuat nilai jual kurang maksimal.

8) Jarak antara pemasok dan lokasi usaha cukup jauh

Pemasok bahan baku pada usaha ini berasal dari Lamongan dan Tuban. Jarak yang begitu jauh membuat nilai bahan baku menjadi naik. Hal tersebut menyebabkan keuntungan menjadi lebih sedikit dan menurunkan kualitas bahan baku karena terlalu lama di perjalanan.

9) Belum mempunyai NPWP

NPWP merupakan salah satu surat yang harus ada didalam sebuah usaha. NPWP akan mempermudah dalam pengelolaan usaha bandeng presto.

Faktor kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Kekuatan dan Kelemahan Lingkungan Internal

No	Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
1	Teknis	- Lokasi usaha strategis	- Teknologi produksi masih tradisional - Belum ada sarana transportasi keluar daerah - Jarak antara pemasok dan usaha cukup jauh
2	Manajemen	- Hubungan baik dengan pekerja	- Manajemen usaha kurang baik - Ketersediaan SDM (tenaga kerja) kurang memadai
3	Pemasaran	- Usaha sudah cukup lama dan punya branding nama	- Inovasi produk rendah - Kemampuan promosi kurang
4	Finansial	- Modal usaha sendiri	
5	Hukum	- Sudah ada surat ijin usaha (SIUP)	

Ristianti,2016

2. Analisis Peluang dan Ancaman

Peluang adalah perubahan yang dapat dilihat sebelumnya dalam waktu dekat dan dimasa mendatang yang akan memberikan keuntungan untuk pengembangan usaha. Adapun faktor peluang dari usaha bandeng presto adalah:

- 1) Kemajuan teknologi dan informasi
Adanya kemajuan teknologi dan informasi menyebabkan segala hal berkembang dengan sangat pesat, baik dibidang bisnis maupun bidang yang mendukung kegiatan bisnis. Pada usaha bandeng presto, diharapkan mampu memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi sebagai alat untuk memasarkan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kenyamanan dari pelaku usaha. Hal tersebut memungkinkan untuk menaikkan nilai penjualan dan meningkatkan profit usaha.
- 2) Dukungan dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ngawi

Adanya dukungan dari pemerintah membuat usaha ini semakin kuat dari segi pemasaran dan pemberdayaan serta pembinaan terhadap tenaga kerja.

Selain hal tersebut ada bantuan-bantuan dari pihak Dinas Peternakan dan Perikanan berupa peralatan-peralatan untuk produksi.

- 3) Produk diterima masyarakat
Ikan bandeng presto yang diproduksi oleh bu Darmi selalu habis terjual setiap produksi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya produksi yang terus menerus berjalan setiap waktu yang menandakan bahwa produk bandeng presto dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.
- 4) Hubungan baik dengan pemasok bahan baku
Hubungan baik dengan pemasok bahan baku membuat pasokan bahan baku selalu tepat waktu dalam pengiriman. Hal tersebut membuat proses produksi berjalan dengan baik dan lancar.

Ancaman adalah gejala-gejala yang merupakan dampak negatif atas keberhasilan usaha, namun umumnya berada diluar kendali usaha. Adapun faktor ancaman pada usaha ini adalah sebagai berikut:

- 1) Adanya pesaing baik dari produk sejenis maupun dari produk yang berbeda

Dengan adanya permintaan terhadap produk ikan bandeng, maka produsen lain juga berusaha untuk membuat produk mereka unggul supaya mampu menembus pasar konsumen. Produsen akan berusaha untuk membuat inovasi produk yang lebih unggul baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Hal ini merupakan sebuah ancaman yang menyebabkan keberlangsungan usaha terganggu.

- 2) Harga BBM yang tidak stabil
 Harga BBM yang tidak stabil menyebabkan harga bahan baku dan modal kerja naik sehingga menaikkan secara keseluruhan. Hal tersebut

membuat nilai jual produk di pasaran menjadi fluktuatif.

- 3) Pasar bebas yang memungkinkan produk impor masuk ke pelosok wilayah
 Dewasa ini MEA sudah mulai diberlakukan di wilayah ASEAN termasuk Indonesia. Jika hal tersebut tidak diantisipasi dengan baik maka pasar dan produk lokal akan mati dengan sendirinya. Inovasi dan ketrampilan tenaga kerja sangat dibutuhkan untuk dapat bertahan di pasar Indonesia.

Ringkasan peluang dan ancaman UKM bandeng presto tersaji dalam Tabel 2.

Tabel 2. Peluang dan Ancaman Lingkungan Eksternal

No	Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
1	Pesaing	-	- Adanya pesaing baik dengan produk yang sama maupun dengan produk yang berbeda
2	Pemasok	- Hubungan baik dengan pemasok bahan baku	
3	Perekonomian dan politik	- Dukungan dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ngawi - Produk diterima masyarakat	- Harga BBM tidak stabil - Pasar bebas yang memungkinkan produk impor masuk ke pelosok wilayah
4	Teknologi	- Kemajuan teknologi dan informasi	

Ristianti, 2016

3. Perumusan Strategi Pengembangan Usaha

1) Input Stage

Penelitian ini menggunakan metode atau pendekatan studi kasus, yaitu dengan melibatkan pemilik UKM Bandeng Presto dalam melakukan proses



identifikasi, analisis, dan perumusan strategi.

Matriks IFAS

Skor total dari matriks IFAS adalah sebesar 2,70 dalam memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi kelemahan yang ada. Jumlah skor

kekuatan sebesar 1,60 dimana mempunyai nilai yang lebih besar daripada kelemahan yang mempunyai jumlah skor 1,10. Berdasarkan hal tersebut maka faktor kekuatan lebih kuat daripada faktor kelemahan. Matriks IFAS dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Matriks IFAS UKM Bandeng Presto

Faktor-faktor Internal Utama	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
Kekuatan			
1. Modal usaha sendiri	0,15	4	0,60
2. Lokasi usaha strategis	0,10	4	0,40
3. Hubungan baik dengan pekerja	0,10	3	0,30
4. Usaha sudah cukup lama dan punya branding lama	0,05	3	0,15
5. Sudah ada surat ijin usaha (SIUP)	0,05	3	0,15
Kelemahan			
6. Teknologi produksi masih tradisional	0,10	1	0,10
7. Manajemen usaha kurang baik	0,10	2	0,20
8. Inovasi produk rendah	0,05	1	0,05
9. Ketersediaan SDM (tenaga kerja) kurang memadai	0,05	3	0,15
10. Kemampuan promosi kurang	0,05	3	0,15
11. Wilayah pemasaran kurang luas	0,05	2	0,10
12. Belum ada sarana transportasi keluar daerah	0,05	3	0,15
13. Jarak antara lokasi usaha dan pemasok cukup jauh	0,05	2	0,10
14. Belum memiliki NPWP usaha	0,05	2	0,10
Total Skor	1,00		2,70

Risianti, 2016

Matriks EFAS

Skor total dari matriks EFAS adalah sebesar 2,35 dalam memanfaatkan peluang internalnya untuk mengatasi ancaman yang ada. Jumlah skor peluang sebesar 1,35 dimana mempunyai nilai yang lebih besar

daripada ancaman yang mempunyai jumlah skor 1,00. Berdasarkan hal tersebut maka faktor peluang lebih kuat daripada faktor ancaman. Matriks EFAS dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Matriks EFAS UKM Bandeng presto

Faktor-faktor Eksternal Utama	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
Peluang			
1. Kemajuan teknologi dan informasi	0,20	3	0,60
2. Dukungan dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ngawi	0,15	4	0,60
3. Produk diterima masyarakat	0,10	1	0,10
4. Hubungan baik dengan pemasok bahan baku	0,05	1	0,05
Ancaman			
5. Adanya pesaing	0,20	1	0,20
6. Harga BBM tidak stabil	0,20	2	0,40
7. Pasar bebas yang memungkinkan produk impor masuk ke wilayah pelosok	0,10	4	0,40
Total Skor	1,00		2,35

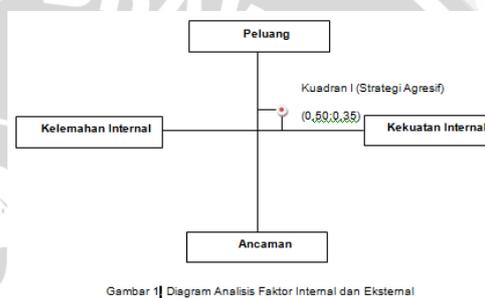
Risianti, 2016

2) **Matching Stage**

Tahap ini adalah tahap pencocokan antara faktor internal dan faktor eksternal untuk menentukan alternatif strategi dengan menggunakan Diagram SWOT, Matriks SWOT dan Matriks QSPM.

Diagram SWOT

Untuk menentukan titik koordinat strategi pengembangan usaha bandeng presto dilakukan dengan perhitungan terhadap faktor internal dan eksternal dengan diagram analisis SWOT. Sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal diperoleh nilai koordinat (x) sebesar 0,50 dan sumbu vertikal (y) sebagai faktor eksternal diperoleh nilai koordinat (y) sebesar 0,35. Nilai-nilai koordinat pada diagram SWOT bernilai positif, sehingga bila ditarik garis lurus didapatkan titik potong atau titik koordinat pada posisi (0,50;0,35). Pada hasil analisis SWOT diketahui bahwa berdasarkan hasil skoring yang dilakukan terhadap faktor-faktor internal dan eksternal diperoleh nilai koordinat yang terletak di kuadran I. Strategi yang mungkin bisa dilakukan adalah memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Gambar diagram analisis dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1| Diagram Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal maka dapat dirumuskan strategi pengembangan yang akan dilakukan. Matriks SWOT digunakan untuk menyusun suatu rencana strategi yang didasarkan pada *Strengths Opportunities* (SO), *Strengths Treatths* (ST), *Weakness Opportunities* (WO), dan *Weakness Treatths* (WT) sehingga diharapkan dapat menghasilkan strategi yang lebih baik dan tepat untuk usaha tersebut. Adapun hasil analisis faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel 5.



Tabel 5. Matriks SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan (S)</p>	<p>Kelemahan (W)</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal usaha sendiri 2. Lokasi usaha strategis 3. Hubungan baik dengan pekerja 4. Usaha sudah cukup lama dan punya branding lama 5. Sudah ada surat ijin usaha (SIUP) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi produksi belum maksimal 2. Manajemen usaha kurang baik 3. Inovasi produk rendah 4. Ketersediaan SDM (tenaga kerja) kurang memadai 5. Kemampuan promosi kurang 6. Wilayah pemasaran kurang luas 7. Belum ada sarana transportasi keluar daerah 8. Jarak antara lokasi usaha dan pemasok cukup jauh 9. Belum terdapat NPWP
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemajuan teknologi dan informasi 2. Dukungan dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ngawi 3. Produk diterima masyarakat 4. Hubungan baik dengan pemasok bahan baku 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (S3O3) Menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja, dan pelanggan 2. (S4O4) Menambah serta melakukan pendampingan dan pembinaan pada tenaga kerja untuk meningkatkan ketrampilan 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (W1O1) Meningkatkan teknologi produksi untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan berkuantitas 2. (W5O1) Membuat jaringan pemasaran melalui teknologi media online dan internet 3. (W1O2) Program bantuan alat produksi yang sesuai kebutuhan
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing dengan produk yang sama maupun produk yang berkualitas 2. Harga BBM tidak stabil 3. Pasar bebas yang memungkinkan produk impor masuk ke pelosok wilayah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (S3T1) Menciptakan hubungan baik dengan sesama produsen untuk meminimalkan konflik 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (W2T1) Meningkatkan manajemen usaha untuk menghambat persaingan 2. (W3T3) Melakukan riset pasar untuk melihat kebutuhan masyarakat guna meningkatkan inovasi produk (ekspansi pasar)

Ristianti, 2016

Berdasarkan tabel 5 matriks hasil analisis faktor strategis internal dan eksternal didapatkan rumusan strategi adalah sebagai berikut:

1) (SO1) Menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja dan pelanggan

Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan uang tambahan bagi tenaga kerja yang rajin bekerja serta memberikan bonus bagi pelanggan tetap.

2) (SO2) Menambah serta melakukan pendampingan terhadap tenaga kerja

Hal ini dilakukan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan ketrampilan misalkan dengan merekrut tenaga kerja baru dan mengaplikasikan hasil pembinaan dari Dinas Peternakan dan Perikanan.

3) (WO1) Meningkatkan teknologi produksi untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan berkuantitas

Upaya ini dapat dengan mengganti proses tradisional dengan proses produksi modern atau alat presto modern supaya meningkatkan keefisienan waktu dan biaya.

4) (WO2) Membuat jaringan pemasaran melalui teknologi media online dan internet.

Penggunaan teknologi disesuaikan dengan kebutuhan dan kenyamanan dari pemilik usaha serta harus memperhatikan segmentasi dan target pasar.

5) (WO3) Program bantuan alat produksi yang sesuai dengan kebutuhan

Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mendapatkan hibah berupa alat

presto modern dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ngawi.

6) (ST1) Menciptakan hubungan baik dengan semua produsen

Hal ini dilakukan untuk meminimalkan konflik misalkan dengan mempunyai wilayah pemasaran sendiri-sendiri dan membuat batas minimal maksimal harga jual produk.

7) (WT1) Meningkatkan manajemen usaha untuk menghambat persaingan

Pada upaya ini dapat melakukan perapian catatan pembukuan keuangan, dan merencanakan jumlah produksi serta target pasar yang akan diraih.

8) (WT2) Melakukan riset pasar untuk melihat kebutuhan masyarakat serta membuat inovasi produk (ekspansi pasar)

Hal ini dilakukan supaya produsen mengetahui apa saja kebutuhan masyarakat sehingga mampu menciptakan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3) *Decision Stage*

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix—QSPM*) dirancang untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai tindakan alternative untuk mendapatkan daftar prioritas. Hasil dari matriks tersebut dapat diketahui dengan melihat hasil *Total Attractiveness Score* atau Total Skor Daya Tarik dengan nilai tertinggi. Adapun matriks dari teknis analisis ini dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 6. Nilai TAS Analisis QSPM

Strategi	TAS	Rangking
1. (SO1) Menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja dan pelanggan	4,90	1
2. (SO2) Menambah serta melakukan pendampingan terhadap tenaga kerja untuk meningkatkan ketrampilan	4,75	2
3. (WT1) Meningkatkan manajemen usaha untuk menghambat persaingan	4,65	3
4. (WO2) Membuat jaringan pemasaran melalui teknologi media online dan internet sehingga membuat jaringan pemasaran semakin luas	4,55	4
5. (WO3) Program bantuan alat produksi yang sesuai dengan kebutuhan	4,50	5
6. (WT2) Melakukan riset pasar untuk melihat kebutuhan masyarakat serta membuat inovasi produk (ekspansi pasar)	4,15	6
7. (WO1) Meningkatkan teknologi produksi untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan berkuantitas	4,10	7
8. (ST1) Menciptakan hubungan baik dengan semua produsen untuk meminimalkan konflik	3,50	8

Risianti, 2016

Berdasarkan tabel diatas, mulai dari SO1 sampai dengan ST1. Delapan strategi tersebut mempunyai nilai masing-masing berdasarkan Total Nilai Daya Tarik. Berdasarkan tabel 7 didapatkan delapan strategi pilihan dan dapat disimpulkan bahwa yang menjadi strategi utama adalah strategi SO1 dimana strategi tersebut mendapat nilai TAS sebesar 4,90 yaitu menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja dan pelanggan, strategi SO2 yang mendapat nilai TAS tinggi sebesar 4,75 yaitu menambah serta melakukan pendampingan terhadap tenaga kerja untuk meningkatkan ketrampilan.

IMPLIKASI PENELITIAN

Implikasi penelitian adalah implikasi memiliki tujuan untuk membandingkan suatu hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang sudah dilakukan guna memperinci suatu strategi konkrit yang akan dilakukan oleh suatu usaha.

Berdasarkan hasil analisis strategi pengembangan usaha di UKM bandeng presto

dapat diperoleh implikasi penelitian, sebagai berikut:

1. (SO1) Menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja dan pelanggan

Langkah konkrit yang dilakukan untuk mengawali langkah ini adalah menjaga kepercayaan dari pemasok serta pelanggan dengan cara tidak curang dalam melakukan transaksi dagang sehingga tercipta kepercayaan dari kedua belah pihak. Pemilihan pemasok harus memperhatikan empat hal yaitu kredibilitas pemasok, proses pengiriman barang, harga dan kualitas barang. Memberikan bonus kepada tenaga kerja juga dapat meningkatkan motivasi dan semangat serta memberikan harga yang berbeda kepada pelanggan tetap dari produk ini.

2. Menambah dan melakukan pendampingan tenaga kerja oleh pemilik usaha untuk meningkatkan jumlah tenaga kerja dan ketrampilan

Peningkatan kualitas kerja harus diimbangi dengan jumlah pembagian kerja yang sesuai dengan porsi masing-masing. Pada saat tenaga kerja melakukan banyak kerja berlebih (*overload*) maka kualitas kerja akan

menurun. Oleh karena itu, dapat dilakukan penambahan tenaga kerja. Tenaga kerja harus memiliki ketrampilan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas kerja dan kualitas produk. Pendampingan dapat dilakukan dengan cara memberikan transfer ketrampilan yang pemilik dapatkan dari pelatihan di Dinas Peternakan dan Perikanan setempat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UKM Bandeng Presto maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kondisi Faktual Usaha Bandeng Presto dilihat dari aspek teknis dan manajemen, usaha bandeng presto dinilai masih ada beberapa hal yang kurang baik, hasil analisis finansil yang dilakukan baik analisis finansil jangka pendek maupun jangka panjang mendapatkan hasil bahwa usaha bandeng presto masih layak untuk dijalankan karena masih mampu bertahan di pasaran dan mendapatkan keuntungan dan hasil analisis pemasaran disimpulkan usaha bandeng presto mempunyai jaringan pemasaran yang kurang luas. Pada usaha bandeng presto bu Darmi ini belum memiliki NPWP. Usaha ini hanya memiliki SIUP dan surat keterangan usaha dari Dinas terkait.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa kekuatan didapatkan lebih banyak daripada kelemahan, dan mempunyai peluang yang lebih banyak dari ancaman yang ada.
3. Berdasarkan hasil analisis, didapatkan delapan strategi pilihan dimana ada dua strategi utama yang menjadi prioritas strategi yaitu menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja dan pelanggan dan menambah serta melakukan pendampingan

tenaga kerja oleh pemilik usaha untuk meningkatkan jumlah tenaga kerja dan ketrampilan kerja.

SARAN

1. Untuk UKM bandeng presto Bu Darmi
Berdasarkan hasil analisis SWOT terletak di kuadran I yaitu menggunakan strategi agresif, yaitu dengan cara mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi yang dilakukan diantaranya berdasarkan analisis QSPM adalah menjaga hubungan baik dengan pemasok, tenaga kerja dan pelanggan dan menambah serta melakukan pendampingan tenaga kerja oleh pemilik usaha untuk meningkatkan jumlah tenaga kerja dan ketrampilan kerja.
2. Untuk pemerintah
Disarankan untuk senantiasa melakukan pendampingan intensif untuk setiap UKM yang ada didaerahnya, karena hal tersebut merupakan salah satu aspek yang mampu meningkatkan pendapatan daerah dan juga mampu menciptakan lapangan kerja bagi penduduk sekitar. Selain itu, juga disarankan untuk memberikan bantuan peralatan dan sebagainya agar memudahkan proses produksi dan memaksimalkan hasil yang ingin dicapai.
3. Untuk peneliti
Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan topik yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Fretes, E Al. 2013. Strategi Perencanaan dan Pengembangan Industri Pariwisata dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Brawijaya, Malang.

Nainggolan, et al. 2010. Strategi Pengembangan Usaha “Nila Puff” dalam Meningkatkan Pendapatan IKM Hasil Perikanan pada CV “X” Di Cibinong Bogor. Institut Pertanian Bogor, Bogor. *J Manajemen IKM*. Vol 5 No 2 Hal 132-144 ISSN 2085-8418.

Primyastanto, M. 2011a. Feasibility Study Usaha Perikanan. UB Press. Malang.

Rangkuti, F. 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Tedjasuksmana, B. 2014. Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. Fakultas Bisnis dan Pascasarjana Universitas Katholik Widya Mandala, Surabaya. *J Bisnis dan Ekonomi*. ISSN : 1978-6522.

Tulak, A. 2013. Pengembangan Strategi Industri Pengolahan Ikan PT. Palu Jaya Utama Kecamatan Palu Utara Kota Palu Sulawesi Tengah. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Sulawesi. *J Agrotekbi*1 (2): 159-165 ISSN : 2338-3011.

Ulfah, M. 2015. Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan Tuna “Mina Rasa” di Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Program Studi Agrobisnis Perikanan Universitas Brawijaya, Malang.

