

Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ikan Lomek di Dumai, Riau (Studi Kasus: Usaha Churros Ikan)

Shiffa Febyarandika Shalichaty¹, Calvin Paiki², Ratu Sari Mardiah^{1*}, Putri Wening Ratrinia¹

¹Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai

²Program Studi Ilmu Perikanan, Jurusan Ilmu Kelautan dan Perikanan, FMIPA Universitas Cenderawasih

*e-mail korespondensi: ratu_sari28@yahoo.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRACT
Diterima : 22 Desember 2021 Disetujui : 29 Desember 2021 Terbit Online : 31 Desember 2021	<i>Lomek fish is a typical fish that is often found in the province of Riau, one of which is in Dumai. The stable production of lomek fishery in Dumai makes it necessary to have more management so that the catches obtained by fishermen are not only sold in the form of raw processing, but also in ready-to-sell products. The high potential of fish resources makes several products appear, one of which is churros made from lomek fish. This product diversification is also expected to improve the economy in Dumai City through MSMEs. The purpose of this study is to recommend a fish churros business development strategy using SWOT analysis. The results obtained are fish churros business based on SWOT analysis is in quadrant 1, namely the processing business must carry out aggressive efforts by taking advantage of strengths and opportunities, strategic recommendations that can be carried out are food certification, product registration in delivery services, collaboration and marketing in several markets. place, adding some variety to the taste of the product and providing price promotions to consumers.</i>

Key Words:

SWOT

Strategy

Business

Diversification

Copyright © 2021 Universitas Cenderawasih

PENDAHULUAN

Ikan lomek merupakan ikan khas yang banyak dijumpai di wilayah provinsi Riau salah satunya adalah di wilayah Dumai. Menurut BPS Kota Dumai (2020), produksi perikanan di Kota Dumai sebagian besar berasal dari perikanan laut. Pada tahun 2019 menunjukkan bahwa dari sejumlah 949.948 kg total produksi ikan, sebanyak 650.878 kg atau 68,52% merupakan hasil perikanan laut dan 299.070 kg (31,48%) adalah hasil perikanan kolam, tambak dan keramba.

Produksi perikanan lomek yang stabil di wilayah Dumai membuat perlu adanya pengelolaan lebih sehingga hasil tangkapan yang didapatkan nelayan tidak hanya dijual dalam bentuk olahan mentah saja melainkan sudah dalam produk yang sudah siap jual. Saat ini ikan lomek belum banyak diolah menjadi beberapa produk makanan, biasanya hanya diolah menjadi masakan sehari-hari masyarakat Kota Dumai. Potensi sumberdaya ikan yang tinggi membuat beberapa produk bermunculan, salah satunya adalah produk churros yang berbahan dasar ikan lomek. Menurut Rochmah *et al* (2019), churros adalah makanan yang berasal dari spanyol, dimana makanan ini bentuknya panjang yang berasal dari cetakan yang berbentuk seperti bintang persegi lima yang digoreng menggunakan minyak. Churros biasanya dibuat dengan cara digoreng sehingga

mendapatkan tektor yang sedikit *crispy*, empuk serta lembut.

Diversifikasi produk ini juga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian di Kota Dumai melalui UMKM. Menurut Halim (2020), peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki arti yang begitu penting bagi suatu daerah terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah. Selain itu, peran pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dipandang sangat penting guna meningkatkan pendapatan perkapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah, sehingga pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dituntut mampu untuk ikut serta dalam mengembangkan perekonomian.

Perkembangan usaha churros ikan ini hingga saat ini selain sudah terbentuknya formula bahan yang tepat, juga sudah mulai dipasarkan di Kota Dumai. Usaha ini dianggap belum cukup berkembang dengan baik karena baru berjalan 3 bulan. Analisis terkait strategi pengembangan produk ini harus segera dilakukan sebagai upaya keberlanjutan usaha pengolahan perikanan ini. Hal ini dianggap sangat penting untuk dilakukan sehingga pemilik usaha dapat segera

melaksanakan rekomendasi strategi pengembangan usaha ini. Tujuan dari penelitian ini adalah merekomendasikan strategi pengembangan usaha churros ikan dengan menggunakan analisis SWOT.

METODOLOGI

Analisis Data

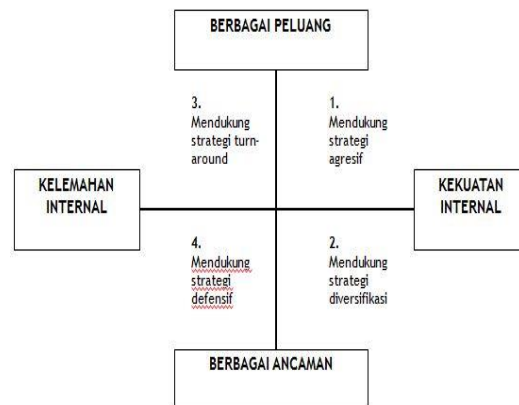
Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (opportunities) serta ancaman-ancaman (threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi. Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. Weaknesses (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi. Opportunities (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. Threats (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif. Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Istiqomah, 2017).

Matriks SWOT dapat digunakan untuk menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengths-opportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weaknesses-threats) (Amalia, 2012).

1. Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana. Strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan. Data program atau kegiatan yang akan dilaksanakan, kapan waktunya dan dimana dilaksanakan, sehingga tujuan organisasi akan tercapai secara terencana dan terukur. Dalam

strategi SO, organisasi mengejar peluang-peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi.

2. Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini perlu dirancang strategi turn around yaitu strategi merubah haluan. Peluang eksternal yang besar penting untuk diraih, namun permasalahan internal atau kelemahan yang ada pada internal organisasi lebih utama untuk dicarikan solusi, sehingga capaian peluang yang besar tadi perlu diturunkan skalanya sedikit. Dalam hal ini kelemahan-kelemahan organisasi perlu diperbaiki dan dicari solusinya untuk memperoleh peluang tersebut.
3. Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah strategi diversifikasi atau strategi perbedaan. Maksudnya, seberapa besar pun ancaman yang ada, kepanikan dan ketergesa-gesaan hanya memperburuk suasana, untuk itu bahwa organisasi yg memiliki kekuatan yang besar yang bersifat independen dan dapat digunakan sebagai senjata untuk mengatasi ancaman tersebut. Dan mengidentifikasi kekuatan dan menggunakannya untuk mengurangi ancaman dari luar.
4. Strategi WT adalah strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Karena dalam kondisi ini, organisasi yang sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal dengan ancaman dari luar juga akan menyerang. Bila tidak mengambil strategi yang tepat, maka kondisi ini bisa berdampak buruk bagi citra dan eksistensi organisasi kedepan.



Gambar 1. Matrik SWOT (Sumber: Rangkuti, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Faktor internal (IFAS)

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matrik Internal Strategic Analysis Summary (IFAS) disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha Churros Ikan.

- Kekuatan (Strength)

Kekuatan menggambarkan hal yang dimiliki perusahaan dan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan itu sendiri. Berdasarkan analisis yang telah diperoleh beberapa kekuatan yang dimiliki usaha Churros Ikan. Kekuatan tersebut antara lain:

 - a) Bahan baku mudah didapat
 - b) Bahan berkualitas dan halal
 - c) Memiliki beberapa variasi rasa
 - d) Harga murah dan terjangkau
 - e) Inovatif
 - f) Disajikan dalam 2 kemasan (cepat saji dan frozen) 4.1
- Kelemahan (Weakness)

Kelemahan menggambarkan hal yang tidak dimiliki perusahaan tetapi perusahaan lain memilikinya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kelemahan yang ada pada usaha Churros Ikan:

 - a) Sumberdaya manusia sedikit
 - b) Lokasi usaha belum ada (rumahan)
 - c) Kurangnya modal usaha
 - d) Belum memiliki sertifikat pangan
 - e) Distribusi produk sulit (produk mudah rusak)

Pada Tabel 1, score tertinggi pada kekuatan adalah pada harga dan terdapat 2 variasi produk. Harga merupakan salah satu factor penentu keberhasilan suatu produk. Harga yang ditawarkan churros ikan memiliki selisih harga Rp.5.000,- dibandingkan dengan produk churros lain yang dijual di Kota Dumai. Hal ini tentu saja menjadi daya tarik produk terhadap konsumen. Menurut Rosita dan Setyawisudarini (2007), harga merupakan hal yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Harga merupakan faktor paling sensitif dalam melakukan keputusan pembelian barang atau jasa. Kekuatan unggulan lainnya dari usaha churros ikan ini adalah tersedianya 2 kemasan produk, yaitu kemasan cepat saji dan kemasan frozen. Pembuatan 2 jenis kemasan produk ini dilakukan untuk dapat memperluas pasar churros.

Kelemahan dari usaha churros ikan adalah kurangnya modal usaha dan lokasi usaha. Modal usaha yang dimiliki oleh usaha churros ikan belum begitu besar, sehingga produksi yang dilakukan

masih dalam jumlah sedikit. Hal ini dikarenakan karena kurangnya SDM yang mampu membuat churros ikan dan keterbatasan biaya untuk melakukan penggajian karyawan. Banyak sedikitnya produk yang dihasilkan tentu saja akan berpengaruh terhadap besar kecilnya keuntungan yang didapatkan. Semakin sedikit produk yang berhasil dijual semakin sedikit keuntungan yang diterima, dan sebaliknya, semakin banyak produk terjual maka akan semakin besar keuntungan yang didapat. Lokasi usaha churros ikan yang masih rumahan tentu saja berpengaruh terhadap penjualan. Lokasi penjualan produk seharusnya berada pada pusat keramaian dan target konsumen. Produk churros merupakan produk yang tidak memiliki jangka waktu panjang penyimpanannya dan dalam proses pengantaran produk churros dalam bentuk frozen tidak boleh lama karena akan menyebabkan kualitas produk menurun, sehingga pemasaran produk churros dalam bentuk frozen dan cepat saji hanya dapat dilakukan di Kota Dumai.

Tabel 1. Internal Strategic Analysis Summary (IFAS)

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Bahan baku mudah didapat	0,1	3	0,3
Bahan berkualitas dan halal	0,1	2	0,2
Memiliki beberapa varian rasa	0,1	3	0,3
Harga murah dan terjangkau	0,1	4	0,4
Inovatif	0,05	3	0,15
Disajikan dalam 2 kemasan	0,1	4	0,4
Jumlah	0,55		1,75
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
SDM sedikit	0,1	2	0,2
Lokasi usaha belum ada	0,1	1	0,1
Kurangnya modal usaha	0,1	1	0,1
Belum sertifikasi pangan	0,1	2	0,2
Distribusi produk sulit	0,05	3	0,15
Jumlah	0,45		0,75
Total	1,00		2,5

Sumber: Data diolah, 2021

Faktor eksternal (EFAS)

Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor eksternal yang terdapat pada perusahaan. Matrik Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS) disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman yang dimiliki usaha Churros Ikan.

- Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan merupakan faktor yang berasal dari lingkungan dan menguntungkan bagi perusahaan jika mampu untuk memanfaatkannya. Berdasarkan analisis yang

telah dilakukan maka diperoleh beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh usaha Churros Ikan adalah

- a) Menambahkan layanan delivery
- b) Channel penjualan online
- c) Belum banyaknya pesaing produk churros
- d) Banyaknya market place di Kota Dumai
- o Ancaman (*Treats*)
Ancaman merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang harus diatasi untuk mengurangi dampak yang dapat merugikan perusahaan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa ancaman yang dihadapi usaha Churros Ikan adalah:
 - a) Banyaknya variasi cemilan baru
 - b) Pandemic covid-19
 - c) Perubahan selera konsumen

Tabel 2. Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)

Peluang	Bobot	Rating	Skor
Menambah layanan delivery	0,1	3	0,3
Channel penjualan online	0,2	4	0,8
Belum banyaknya pesaing produk	0,2	4	0,8
Banyaknya market place di Kota Dumai	0,1	3	0,3
Jumlah	0,6		2,2
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Banyaknya variasi cemilan baru	0,15	1	0,15
Pandemic covid-19	0,2	1	0,2
Perubahan selera konsumen	0,05	3	0,15
Jumlah	0,4		0,5
Total	1,00		2,7

Sumber: Data diolah, 2021

Pada Tabel 2, peluang terbesar dari usaha churros ikan di Kota Dumai adalah sudah mulai banyaknya channel penjualan online yang tersedia. Hal ini tentu saja akan sangat menguntungkan untuk usaha churros ikan karena penjualan dapat dilakukan dengan cara online sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan penjualan produk. Peluang lainnya yang sangat dominan adalah belum banyaknya pesaing produk, di Kota Dumai rata-rata produk churros dipasarkan di cafe-cafe bersama dengan produk makanan lainnya. Jumlah pesaing churros di Dumai adalah 3 pesaing. Hal ini menjadikan peluang produk churros ini untuk dapat diterima dan mendapatkan banyak konsumen.

Ancaman terbesar yang ada adalah adanya pandemic covid-19. Pandemic covid-19 tentu saja menjadi ancaman penjualan produk dikarenakan minimnya aktivitas masyarakat di lingkungan luar. Masyarakat dihimbau untuk lebih banyak melakukan aktivitas di dalam rumah sebagai upaya

pencegahan virus covid-19. Hal ini berdampak pada penjualan produk karena penjualan produk tidak dapat dilakukan secara maksimal.

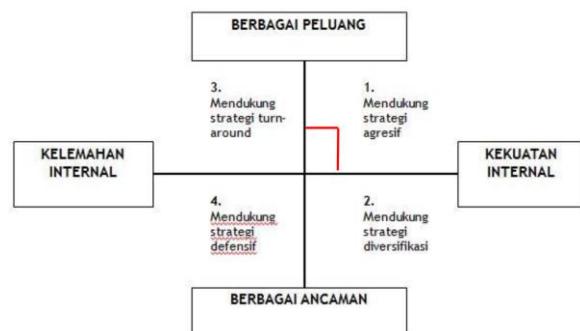
Diagram Matriks SWOT

Dari hasil analisis SWOT, maka dapat dibuat suatu ringkasan atau rekapitulasi dari perhitungan untuk melihat seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terjadi pada usaha Churros Ikan disajikan pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 tersebut, diperoleh hasil bahwa kekuatan yang dimiliki adalah 1,75 sedangkan kelemahan adalah 0,75, jadi kuadran internal faktor yaitu $1,75-0,75 = 1$, yang berarti kemampuan yang tinggi dari usaha Churros Ikan dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang terdapat pada internal perusahaan masih baik. Adapun peluang yang dimiliki dari strategi tersebut sebesar 2,2 dan ancaman 0,5. Jadi kuadran eksternal faktor yaitu $2,2 - 0,5 = 1,7$. Ini berarti kemampuan usaha Churros Ikan dalam memanfaatkan peluang-peluang dan meminimalkan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam penjualan produk relatif masih baik. Bila kedua nilai tertimbang tersebut dipadukan dalam matrik IE, maka keduanya akan bertemu pada sel I yaitu mendukung strategi agresif Diagram SWOT akan menunjukkan pada posisi manakah strategi pemasaran pada usaha Churros Ikan saat ini. Posisi strategi inilah yang akan menentukan letak kuadran strategi pemasaran. Kuadran tersebut akan menjadi fundamental analisis strategi kedepan, kuadran dapat diamati secara jelas melalui diagram analisis SWOT sebagaimana disajikan pada Gambar 2.

Tabel 3. Diagram Matrik SWOT

Kekuatan IFAS/EFAS	IFAS Strength	IFAS Weakness	EFAS Opportunity	EFAS Threats
Strategi	1,75	0,75	2,2	0,5
Kuadran	$1,75-0,75=1$		$2,2-0,5=1,7$	

Sumber: Data diolah, 2021



Gambar 2. Diagram SWOT Usaha Churros Ikan

Berdasarkan Gambar 2, maka titik berada pada kuadran I, yaitu mendukung strategi agresif. Menurut Khusnita (2011) dalam Sunaryo (2017), strategi SO (agresif) adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Jika perusahaan memiliki kekuatan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan. Tatkala sebuah organisasi dihadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha untuk menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang. Strategi ini dirumuskan dengan pertimbangan bahwa manajemen hendak memanfaatkan kekuatan perusahaan dan keunggulan bersaing yang dimiliki untuk mengeksplorasi peluang bisnis yang tersedia. Strategi ini bersifat agresif, memacu pertumbuhan perusahaan. Strategi usaha churros ikan yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (S-O) yakni:

1. Pengurusan sertifikasi pangan untuk produk Churros ikan
2. Mendaftarkan produk pada layanan delivery
3. Melakukan pemasaran melalui beberapa *market place*
4. Menambah beberapa varian rasa
5. Memberikan promosi harga

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah usaha churros ikan berdasarkan analisis SWOT berada pada kuadran 1 yakni usaha pengolahan tersebut harus melakukan usaha agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang, rekomendasi strategi yang dapat dilakukan adalah melakukan sertifikasi pangan, mendaftarkan produk pada layanan delivery, melakukan kerjasama dan pemasaran di beberapa *market place*, menambah beberapa variasi rasa produk dan memberikan promosi harga kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A., Hidayat, W. dan Budiarmo, A. 2012. Analisis strategi pengembangan usaha pada UKM batik. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 1-12.
- Badan Pusat Statistik Kota Dumai. 2020. Kota Dumai Dalam Angka 2020. Dumai: BPS Kota Dumai.
- Halim, A. 2020. Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mamuju. 2020. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Itiqomah, I. dan Andriyanto, A. 2017. Analisis SWOT dalam pengembangan bisnis (studi

pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus. *Bisnis*, 5(2), 363-382.

- Sunaryo, S. dan Rusdarti, R. 2017. Analisis SWOT untuk menetapkan strategi bersaing pada PT. Tarindo. *Economics Development Analysis Journal*, 6(1), 86-94.
- Rangkuti, F. 2014. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rochmah, M.M., Sofa, A.D., Oktaviya, E.E., Muflihati, I. dan Affandi, A.R. 2019. Karakteristik sifat kimia dan organoleptik Churros tersubstitusi tepung beras dan tepung ubi. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 9(1), 53-64.
- Rosita, R. dan Wisudarni, I.S. 2017. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pembelian *online* produk *T-Shirt Samesame Clothing*). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA)*, 1(3), 109-126.