

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAMBAL ROA PADA INDUSTRI FLAMBOYAN DI KELURAHAN PANAU KECAMATAN TAWAELI KOTA PALU

**Business Development Strategy for Roa Chili Sauce in the Flamboyant Industry,
Panau Village, Tawaeli Sub-District, Palu City**

Sri Cahya Utami S¹⁾, Effendy²⁾, Nurmedika²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

Email : Shry.cus@gmail.com, effendysurentu@yahoo.com, nurmedika@yahoo.com

Submit: 5 September 2024, Revised: 21 Oktober 2024, Accepted: Oktober 2024

DOI : <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v12i5.2331>

ABSTRACT

This study aimed to identify the optimal roa fish processing strategy for the Flamboyant Kelgiate Industry. The research was conducted between March and April 2021, involving six key stakeholders: a company leader, an employee, an external representative, a loyal customer (purchasing multiple times), a new customer (first-time buyer), a representative from the industrial and commercial sector, and a competitor. A SWOT analysis was employed to examine both internal and external factors influencing the industry. The findings indicate that the Flamboyant Industry is positioned in Quadrant I (Strength-Opportunity strategy, SO), suggesting a proactive approach to leveraging internal strengths and external opportunities. Based on this analysis, three strategic recommendations were formulated: (1) maintaining a unique flavor profile without additives to capitalize on market opportunities and strengthen customer relationships; (2) expanding the marketing network through government collaboration, leveraging promotional media, and ensuring product quality; and (3) utilizing industry experience and competitive pricing to penetrate new market segments. These strategies are expected to enhance the industry's market position and long-term sustainability.

Keywords : Development Strategy, Chili Pepper, and SWOT Analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha sambal ikan roa yang tepat untuk diaplikasikan pada Industri Flamboyan Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret – April 2021, jumlah responden sebanyak 6 orang yang terdiri dari pihak internal 1 orang pimpinan, 1 orang karyawan, sedangkan responden pihak eksternal terdiri dari 1 orang konsumen yang sering membeli sambal roa, 1 orang konsumen yang baru beberapa kali membeli sambal roa, 1 orang pegawai Dinas Perindustrian dan perdagangan dan 1 orang pesaing. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT, dengan menganalisis faktor internal dan eksternal dari industri Flamboyan. Berdasarkan hasil analisis SWOT bahwa posisi strategi industri Flamboyan berada pada kuadran I yaitu pada posisi strategi Kekuatan – Peluang (SO), hasil penelitian didapatkan beberapa strategi pengembangan usaha sambal ikan roa yang tepat untuk diaplikasikan pada industri Flamboyan yaitu (1) Mempertahankan cita rasa yang khas dan tanpa bahan pengawet untuk menangkap peluang pasar dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, (2) Memperluas jaringan pemasaran yaitu bekerjasama

dengan pemerintah dengan memanfaatkan media promosi dan kualitas produk tanpa bahan pengawet, (3) Memanfaatkan pengalaman usaha dan harga produk yang terjangkau untuk peluang pasar baru.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Sambal Roa, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Wilayah laut Indonesia memiliki keanekaragaman sumberdaya kelautan dan perikanan yang sangat besar. Berdasarkan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2015 Tentang Rencana Strategis Kementerian Kelautan Dan Perikanan Tahun 2015-2019, perairan laut Indonesia memiliki potensi lestari sumber daya ikan sebesar 7,3 juta ton per tahun, dengan jumlah tangkapan yang diperbolehkan sebesar 5,8 juta ton/tahun. Potensi tersebut baru dimanfaatkan sebesar 5,4 juta ton pada tahun 2013. Total produksi perikanan tangkap adalah 5,863 juta ton dan potensi mikro flora-fauna kelautan belum tereksplorasi secara penuh sebagai penyangga pangan fungsional pada masa depan (Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir, 2016).

Potensi perikanan laut di Indonesia tersebar pada hampir semua bagian perairan laut Indonesia belum tergali secara maksimal. Luas perairan laut Indonesia diperkirakan mencapai 5,8 juta km² yang terdiri dari 0,8 juta km² laut teritorial, 2,3 juta km² Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia dengan garis pantai terpanjang di dunia sebesar 81.000 km dan gugusan pulau-pulau sebanyak 17.508 (Oktaviani D, dkk 2012). Indonesia memiliki potensi ikan yang diperkirakan terdapat sebanyak 6,26 juta ton per tahun yang dapat dikelola secara lestari dengan rincian sebanyak 4,4 juta ton dapat ditangkap diperairan Indonesia (Adiwasmito, 2012).

Sulawesi Tengah secara geografis berada dibawah garis khatulistiwa, posisi ini memberi suatu keunggulan tersendiri berupa keanekaragaman kekayaan hasil laut atau perikanan. Terdapat potensi perikanan laut

yang cukup besar untuk diolah, adapun jumlah produksi perikanan tahunan di Sulawesi Tengah pada tahun 2015-2019 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Produksi Perikanan Tahunan Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sulawesi Tengah

Tahun	Produksi (Ton)
2015	173.725,80
2016	210.140,20
2017	171.105,60
2018	168.550,50
2019	192.390,40
Jumlah	915.912,50
Rata-rata	183.182,50

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Sulawesi Tengah 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa Provinsi Sulawesi Tengah memiliki potensi perikanan yang sangat baik untuk dikembangkan, bila dikondisikan dengan hasil tangkapan yang ada. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sulawesi Tengah terlihat bahwa produksi perikanan tertinggi terjadi pada tahun 2016.

Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai *sarana* atau *input* dalam usaha pertanian (Aji, 2012). Agroindustri merupakan bagian dari enam subsistem agribisnis yang disepakati selama ini yaitu subsistem penyediaan sarana produksi dan peralatan, subsistem usahatani, subsistem pengolahan hasil (Agroindustri), subsistem pemasaran, subsistem sarana dan subsistem pembinaan (Hanani, 2013).

Sektor agroindustri adalah industri yang memiliki keterkaitan ekonomi (baik

langsung maupun tidak langsung) yang kuat dengan komoditas pertanian. Keterkaitan langsung mencakup hubungan komoditas pertanian sebagai bahan baku (input) bagi kegiatan agroindustri maupun kegiatan pemasaran dan perdagangan yang memasarkan produk akhir agroindustri. Sedangkan keterkaitan tidak langsung, berupa kegiatan ekonomi lain yang menyediakan bahan baku (input) di luar komoditas pertanian, seperti bahan kimia, bahan kemasan, dan lain-lain, beserta kegiatan ekonomi yang memasarkan dan memperdagangkannya (Saragih, 2010)

Agroindustri perikanan laut merupakan kegiatan industri yang memanfaatkan hasil laut sebagai bahan baku. Mayoritas agroindustri perikanan laut banyak dijalankan oleh industri rumah tangga (*home industri*) yang sebagian besar menggunakan peralatan dengan teknologi sederhana. Keberadaan agroindustri tersebut masih terbatas dan peluang usaha tidak dapat dimanfaatkan secara optimal sehingga perlu adanya tanggapan serius dari pihak-pihak yang terkait didalamnya (Fatih, 2010).

Pentingnya agroindustri mampu meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu menyerap perolehan devisa melalui peningkatan ekspor dan mampu memunculkan industri baru (Irawan, 2014). Kota Palu khususnya mempunyai peluang yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai industri pengolahan sambal roa karena pemanfaatan terhadap ikan sebagai bahan baku sambal roa masih kecil. Sehingga industri sambal roa memiliki peluang untuk dikembangkan di Sulawesi Tengah.

Semua jenis ikan merupakan salah satu sumber makanan yang dikonsumsi oleh manusia karena banyak mengandung protein, ikan juga merupakan komoditi yang mudah busuk karena mempunyai kadar air yang tinggi. Pengawetan dan pengolahan merupakan cara untuk menghambat pembusukan tersebut, salah satu diantaranya adalah dengan cara pengasapan. Cara pengolahan ini dapat memberi aroma dengan citarasa yang khas pada ikan yang diolah karena adanya senyawa kimia dari hasil pembakaran bahan bakar alami (Wibowo, 2000).

Salah satu hasil perikanan yang dapat diolah lebih lanjut adalah ikan julung-julung. Ikan Julung-julung (*Hermihampus sp*) yang dikenal oleh masyarakat Sulawesi Utara dengan nama ikan roa. Ikan roa adalah ikan pelagis yang hidup di perairan pantai ke arah lepas pantai dan hanya terlihat bergerombol di sekitar perairan karang ketika akan memijah karena ikan ini melepaskan telur di terumbu karang yang subur dan memiliki sumber makanan alami bagi induk maupun anakan ikan roa (Kawimbang, 2012). Ikan roa merupakan jenis ikan air laut yang telah melalui proses pematangan selama sehari-hari dengan cara pengasapan (bukan dijemur atau dibakar). Ikan roa asap sangat diminati oleh pasar karena rasanya yang khas dan gurih (Wuaten dkk, 2011).

Usaha sambal yang terbuat dari ikan roa juga dapat dikonsumsi sebagai pelengkap makanan ataupun sebagai lauk pauk, hal ini menjadi salah satu peluang usaha bagi masyarakat dalam sektor industri. Salah satu bagian dari pembangunan bidang ekonomi yang mendapat perhatian dari pemerintah saat ini adalah pembangunan sektor industri yang diharapkan memberikan peran lebih terhadap pertumbuhan ekonomi. Subsektor perikanan berdasarkan nilai pangsa relatifnya merupakan subsektor peringkat tiga setelah subsektor kehutanan, peternakan dan perkebunan pangan Sulawesi Tengah (Yantu dkk, 2008).

Beberapa industri rumah tangga yang memproduksi sambal ikan roa di Kota Palu antara lain terlihat pada Tabel 2.

Salah satu industri rumah tangga yang memproduksi sambal ikan roa di Kota Palu adalah Flamboyan. Industri Flamboyan terletak di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli, industri Flamboyan berdiri pada tahun 2003 sampai sekarang. Produk yang telah dihasilkan antara lain bawang goreng, keripik pisang dan sambal roa. Olahan berbahan dasar ikan roa ini terkendala pada menurunnya produksi sambal roa pasca terkena dampak tsunami pada tahun 2018 dan dikarenakan keadaan pandemi covid-19 di Indonesia saat ini menyebabkan permintaan terhadap sambal roa berkurang, selain itu

letak usaha yang kurang strategis membuat industri ini tidak banyak diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu diperlukan alternatif strategi yang tepat yang dapat mendukung pengembangan usaha sambal roa pada industri Flamboyan.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha sambal roa agar dapat memberikan gambaran kepada industri Flamboyan mengenai faktor internal yang masih bisa dikendalikan dan faktor eksternal yang sulit dikendalikan agar dapat menghadapi ancaman dan menggunakan peluang yang ada dalam mengembangkan usaha sambal roa tersebut.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan apa yang dapat diaplikasikan pada usaha sambal roa pada industri Flamboyan di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu.

Tabel 2. Industri Rumah Tangga yang Mengolah Hasil Perikanan Laut Pada Tahun 2019

No	Nama Industri	Jenis Prouksi	Alamat	Produksi Perbulan (Kg)
1	Linda	Sambal ikan roa	Jl. Garuda 2	3
2	Raja bawang	Sambal ikan roa	Jl. A. R. Saleh No. 33	30
3	Flamboyan	Sambal ikan roa	Kelurahan panau	18
4	Citra lestari	Abon ikan dan sambal ikan roa	Jl. Kimaja	5

Sumber : Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Palu, Setelah Diolah Kembali 2019

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Industri Flamboyan di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan

bahwa Industri Flamboyan merupakan salah satu industri yang masih memproduksi sambal roa setelah terdampak tsunami. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2021.

Penetapan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*). Responden yang diwawancarai sebanyak 6 orang yang terdiri dari 1 orang pemilik industri Flamboyan, 1 orang karyawan, 1 orang konsumen yang sering membeli sambal roa, 1 orang konsumen yang baru beberapa kali membeli sambal roa, 1 orang pegawai Dinas Perindustrian dan perdagangan dan 1 orang pesaing Raja bawang. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa responden dapat memberikan informasi sehubungan dengan penelitian yang dilaksanakan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan mengadakan observasi dan wawancara langsung kepada pimpinan perusahaan dengan daftar pertanyaan (*Questionnaire*). Data sekunder diperoleh dari berbagai literature-literatur, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palu.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk membuat suatu strategi dalam pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha sambal roa pada industri Flamboyan, pada sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan usaha sambal roa pada industri Flamboyan, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar (Rangkuti, 2009).

Penilaian internal dilakukan untuk mengukur sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi. Langkah yang ringkas dalam melakukan penelitian adalah dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal, Kemudian menggunakan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) digunakan untuk

merumuskan faktor-faktor strategi eksternal (Siagian, 2011)

Tahap-tahap untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal dalam matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

1. Pada kolom 1, tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan apa yang menjadi ancaman bagi organisasi. Kemudian identifikasi apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan organisasi.
2. Pada kolom 2, beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1 (paling penting) sampai 0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi organisasi. Jumlah semua bobot tidak melebihi 1. Penentuan bobot tiap variabel dilakukan dengan cara mengajukan identifikasi faktor strategi internal dan eksternal kepada pihak manajemen organisasi yang menentukan kebijakan manajemen organisasi. Metode tersebut digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor strategi eksternal dan internal, dengan cara membandingkan variabel horizontal terhadap variabel vertikal. Bobot setiap variabel diberi nilai 1, 2, 3 dan 4 dimana nilai tersebut adalah sebagai berikut :

- Nilai 1 = Jika kedua faktor sama pentingnya
Nilai 2 = Jika indikator horizontal sedikit lebih penting daripada indikator vertikal
Nilai 3 = Jika indikator horizontal penting daripada indikator vertikal
Nilai 4 = Jika indikator horizontal sangat penting daripada indikator vertikal

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menggunakan rumus :

$$B_i = \frac{R_i}{\sum R_i}$$

Keterangan :

B_i : Bobot faktor ke-i

R_i : Rating ke-i

$\sum R_i$: Total rating ke-i

3. Pada kolom 3 beri rating masing-masing untuk masing-masing faktor internal dan eksternal dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai +4 (sangat baik), sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya jika kelemahan besar sekali nilainya 1, sedangkan jika kelemahan dibawah rata-rata nilainya 4. Sedangkan jika nilai ancaman sangat besar ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
4. Pada kolom 4 kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan untuk masing-masing. Faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

Matriks SWOT menghasilkan strategi dengan mencocokkan faktor eksternal kunci berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal kunci yaitu kekuatan dan kelemahan. Matriks SWOT merupakan alat yang sangat penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*) yaitu strategi untuk menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal, Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) yaitu strategi mengurangi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal, Strategi ST (*Strength-Threats*) yaitu strategi menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal dan Strategi WT (*Weakness-Threats*) yaitu strategi mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (David, 2004). Bentuk matriks SWOT dapat terlihat pada Tabel 3.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, didapatkan faktor Internal dan eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha Sambal Ikan Roa. Hasil identifikasi faktor Internal dan Eksternal dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3 : Matriks SWOT

Faktor Internal	Strength (Daftar Kekuatan dari Faktor Internal)	Weakness (Daftar Kelemahan dari Faktor Internal)
Faktor Eksternal		
Opportunities (Daftar Peluang dari Faktor Eksternal)	Strategi SO Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam mengambil keputusan	Strategi WO Gunakan keuntungan/peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki
Threats (Daftar Ancaman dari Faktor Eksternal)	Strategi ST Gunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman	Strategi WT Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Tabel 4. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Industri Flamboyan

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (<i>Strenght</i>) a. Produk tanpa bahan pengawet b. Memiliki cita rasa yang khas c. Harga produk terjangkau d. Pengalaman usaha yang cukup lama	Peluang (<i>Oppportunities</i>) a. Berkembangnya media promosi b. Peluang pasar luas c. Adanya dukungan dari pemerintah d. Hubungan baik dengan konsumen
Kelemahan (<i>Weakness</i>) a. Kurangnya promosi b. Lokasi usaha kurang strategis c. Menurunnya daya beli konsumen d. Produksi menurun	Ancaman (<i>Threats</i>) a. Tingkat persaingan yang tinggi b. Munculnya produk sejenis c. Permintaan konsumen berkurang d. Harga bahan baku naik

Sumber : Data Primer Setelah Diolah,2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses produksi merupakan kegiatan inti dari suatu usaha yang dijalankan, melalui proses ini diharapkan perusahaan mendapatkan keuntungan melalui nilai tambah yang diciptakan (Sofjan Assauri, 2016). Industri Flamboyan melakukan proses produksi sambal roa melalui beberapa tahap yaitu menyiapkan bahan baku ikan roa dan bumbu, pemisahan daging, tulang dan isi perut ikan roa, menyangrai ikan roa, menggiling bumbu dan ikan roa, memasak bumbu dan ikan roa, pendinginan, pengemasan dan pemberian label.

Setelah faktor-faktor strategis internal pada Industri Flamboyan teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap

Rating, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai faktor internal. Pembobotan untuk masing-masing nilai faktor internal dapat dilihat pada Tabel 5 dan tabel 6.

Tabel 5 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor internal tabel IFAS yaitu sebesar 3,61 dengan koefisien kekuatan (*Strenghts*) sebesar 2,68 dan koefisien kelemahan (*Weaknesses*) sebesar 0,93. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh usaha sambal roa pada Industri Flamboyan lebih besar dari faktor Kelemahan, oleh karena itu Industri Flamboyan dapat lebih memanfaatkan faktor kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya. sedangkan penentuan sumbu horizontal atau sumbu X diperoleh dari hasil pengurangan antara total skor faktor kekuatan (*Strenghts*) dan total skor faktor kelemahan

(*Weakness*) yaitu sebesar $2,68 - 0,93 =$ adalah 1,75. 1,75, maka sumbu X dalam diagram SWOT

Tabel 5. IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
<i>Kekuatan (Strength)</i>			
A Produk tanpa bahan pengawet	0,15	4	0,6
B Memiliki cita rasa yang khas	0,19	4	0,76
C Harga produk terjangkau	0,16	4	0,64
D Pengalamana usaha yang cukup lama	0,17	4	0,68
sub total i	0,67	16	2,68
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
A Kurangnya promosi	0,09	3	0,27
B Lokasi usaha kurang strategis	0,06	2	0,12
C Menurunnya daya beli konsumen	0,07	3	0,21
D Produksi menurun	0,11	3	0,33
Sub Total II	0,33	11	0,93
Total (Sub total I + Sub total II)	1	27	3,61
Sumbu X (Sub total I - Sub total II)			1,75

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 6. EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
A Berkembangnya media promosi	0,11	3	0,33
B Peluang pasar luas	0,15	3	0,45
C Adanya dukungan dari pemerintah	0,16	3	0,48
D Hubungan baik dengan konsumen	0,12	3	0,36
sub total i	0,54	12	1,62
<i>Ancaman (Threats)</i>			
a Tingkat persaingan yang tinggi	0,13	3	0,39
b Munculnya produk sejenis	0,10	2	0,2
c Permintaan konsumen berkurang	0,11	2	0,22
d Harga bahan baku naik	0,12	3	0,36
Sub Total II	0,46	10	1,17
Total (Sub total I + Sub total II)	1	22	2,79
Sumbu Y (Sub total I - Sub total II)			0,45

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

Tabel 6 menunjukkan bahwa total skor yang diperoleh faktor eksternal Tabel EFAS yaitu sebesar 2,79 dengan koefisien peluang (*Opportunity*) sebesar 1,62 dan koefisien ancaman (*Threats*) sebesar 1,17, hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh Industri Flamboyan lebih

besar dari faktor ancaman, berdasarkan hal tersebut, Industri Flamboyan dapat lebih memanfaatkan faktor peluang yang dimiliki untuk mengatasi faktor ancaman yang ada dalam mengembangkan usaha kedepannya, sedangkan penentuan sumbu vertikal atau sumbu Y diperoleh dari hasil pengurangan

antara total skor faktor peluang dan total skor faktor ancaman yaitu $1,62 - 1,17 = 0,45$, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 0,45.

Berdasarkan tahapan dalam analisis SWOT, setelah analisis IFAS dan EFAS pada Tabel 5 dan Tabel 6 serta analisis terhadap diagram SWOT, maka tahap selanjutnya adalah membuat diagram matriks SWOT. Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal dan faktor

eksternal usaha sambal roa pada Industri Flamboyan maka digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang tepat digunakan agar pemasaran sambal roa pada Industri Flamboyan dapat berkembang lebih baik lagi. Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan UKM karena UKM memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7. Diagram Matriks SWOT Pengembangan Usaha Sambal Roa Pada Industri Flamboyan

	IFAS	Strengths (S) Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Weakness (W) Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS		<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tanpa bahan pengawet 2. Memiliki cita rasa yang khas 3. Harga produk terjangkau 4. Pengalaman usaha yang cukup lama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi 2. Lokasi usaha kurang strategis 3. Menurunnya daya beli konsumen 4. Produksi menurun
Opportunities (O) Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya media promosi 2. Peluang pasar luas 3. Adanya dukungan dari pemerintah 4. Hubungan baik dengan konsumen 	Strategi (SO) <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan cita rasa yang khas dan tanpa bahan pengawet untuk menangkap peluang pasar dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen (S1,S2,O2,O4) 2. Memperluas jaringan pemasaran yaitu bekerjasama dengan pemerintah dengan memanfaatkan media promosi dan kualitas produk tanpa bahan pengawet (S1,O1,O3) 3. Memanfaatkan pengalaman usaha dan harga produk yang terjangkau untuk peluang pasar baru (S3,S4,O2) 	Strategi (WO) <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi karena adanya peluang pasar sambal roa (W1,O2) 2. Meningkatkan promosi melalui media cetak dan media sosial agar dapat menjalin hubungan baik dengan konsumen (W1,O4) 3. Memanfaatkan bantuan dari pemerintah seperti pameran-pameran untuk menjelaskan kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui letak dari tempat usaha (W2,O3)
Threaths (T) Ancaman (<i>Threaths</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat persaingan yang tinggi 2. Munculnya produk sejenis 3. Permintaan konsumen berkurang 4. Harga bahan baku naik 	Strategi (ST) <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan ciri khas rasa guna menghadapi perubahan selera beli konsumen dan munculnya produk sejenis (S2,T2,T3) 2. Memanfaatkan pengalaman usaha yang cukup lama untuk mengantisipasi persaingan yang tinggi dikalangan UKM sejenis (S4,T1) 3. Menjaga kualitas produk tanpa bahan pengawet untuk menghadapi munculnya produk sejenis (S1,T2) 	Strategi (WT) <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengefektifkan promosi agar dapat berkompetisi dengan pesaing dan dapat menarik minat beli konsumen terhadap produk (W1,T1,T3)

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian maka dapat disimpulkan bahwa Industri Flamboyan menggunakan analisis SWOT, posisi strategi pengembangan berada pada kuadran I, sehingga strategi yang dapat diterapkan pengembangan usaha sambal roa pada Industri Flamboyan yaitu dengan menggunakan strategi S-O. Industri ini dapat menggunakan kekuatan internal usaha yang dimiliki dalam memanfaatkan peluang eksternal sehingga strategi yang relevan untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha sambal roa yaitu

1. Mempertahankan cita rasa yang khas dan tanpa bahan pengawet untuk menangkap peluang pasar dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen,
2. Memperluas jaringan pemasaran yaitu bekerjasama dengan pemerintah dengan memanfaatkan media promosi dan kualitas produk tanpa bahan pengawet,
3. Memanfaatkan pengalaman usaha dan harga produk yang terjangkau untuk peluang pasar baru.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan kepada industri:

1. Industri Flamboyan sebaiknya mempertahankan cita rasa dan kualitas produk agar dapat meraih pasar dan menjalin hubungan baik dengan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang baik.
2. Untuk mengembangkan usahanya, Industri Flamboyan perlu memperluas jaringan pemasaran yaitu bekerja sama dengan pemerintah seperti mengikuti kegiatan pameran-pameran yang diadakan pemerintah sebagai salah satu sarana promosi secara langsung kepada konsumen, promosi melalui media periklanan dan media sosial, menjelaskan kepada konsumen apa saja kelebihan dari produk sambal roa serta letak usahanya, sehingga dapat meningkatkan penjualan.
3. Industri Flamboyan diharapkan memanfaatkan pengalaman usaha yang cukup lama dan

harga produk yang terjangkau untuk peluang pasar yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwasmito, 2012. *Pengembangan Kawasan Pesisir untuk Industri Perikanan Terpadu*.
- Aji B.P., 2012. *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karangayar*. E-Journal Agrista Vol. 1 (2): 218-226.
- Assauri, Sofjan. 2016. *Manajemen Operasi Produksi Edisi 3*, Jakarta, Rajawali Pers
- David, F. E. 2004. *Manajemen Strategi*, Edisi Kesembilan. PT. Intan Sejati Klaten, Jakarta.
- Fatih Cholid, 2010. *Strategi Pengembangan Agroindustri Perikanan Laut di Kabupaten Tuban*. J-SEP. Vol. 4 (3) : 3-4. November. Universitas Politeknik. Lampung.
- Hanani AR. 2013. *Strategi Pembangunan Pertanian (Sebuah Pemikiran Baru)*. Yogyakarta : Pustaka Jogja Mandiri.
- Irawan. D., 2014. *Strategi Pengembangan Usaha Kacang goyang Pada Industri Rumah Tangga Primajaya di Kota Palu*. Vol. 2 (6): 620-627. Universitas Tadulako. Palu
- Kawimbang Elyezer. Isrojaty J. Paransa. Mariana E. Kayadoe. 2012. *Pendugaan stok dan musim penangkapan ikan julung-julung dengan soma roa diperairan Tagulandang, Kabupaten Kepulauan Siau Tagulandang Biaro*. Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap Vol. 1 (1) : 10-17. Universitas Sam Ratulangi Manado.

- Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2011. *Estimasi Potensi Sumber Daya Ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia*, 3 Agustus 2011, Jakarta.
- Oktaviani D, Ir. Sarjito, MT. 2012. *Pengembangan Industri Berbasis Perikanan dengan Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Tuban*. J. Teknik Pomits. Vol. 1 (1): 1-4. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Surabaya.
- Rangkuti. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Saragih. 2010. *Suara dari Bogor Membangun Opini Sistem Agribisnis*. IPB Press. Bogor.
- Siagian, Sondang P. 2011. *Manajemen Stratejik*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Statistik Sumber Daya Laut dan Pesisir, 2016. *Badan Pusat Statistik Indonesia*. SDLP. ISSN : 2086-2806. Jakarta
- Wibowo, 2000. *Industri Pengasapan Ikan*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Wuaten, J. F., Julius, Reppie E., Labaro, I.L., 2011. *Kajian Perikanan Tangkap Ikan Julung-Julung (Hyporhamphus Affinis) di Perairan Kabupaten Kepulauan Sangihe*. Jurnal Perikanan dan Kelautan Tropis Vol. 7 (2): 42. Agustus. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Yantu, M.R. Sisfahyuni, Ludin dan Taufik, 2008. *Komposisi Industri yang Membangun Sektor Pertanian Sulawesi Tengah*. J. Agroland Vol. 15 (4) : 316-322, Desember. 2008.