

Strategi Pengembangan Usaha Ikan Asin Kering di Desa Kronjo Menggunakan Metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Shinta Widyaningtyas^{1*}, Iqlima Khoirun Nufus¹, Muhammad Arwani¹

¹Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia; shintawidya@unusia.ac.id, iqlimanufus14@gmail.com, m.arwani@unusia.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.32528/nms.v2i3.289>

*Correspondensi: Shinta Widyaningtyas

Email: shintawidya@unusia.ac.id

Published: Mei, 2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

3,030 sehingga posisi usaha ikan asin kering di Desa Kronjo berada pada kuadran 1 (Grow and Build Strategy). Hasil metode QSPM menunjukkan prioritas strategi yang diterapkan pada usaha ikan asin kering di Desa Kronjo adalah mempertahankan kualitas produk dengan nilai Total Attractive Score (TAS) sebesar 6,007.

Abstrak: Desa Kronjo merupakan salah satu sentra penghasil ikan asin kering di Kabupaten Tangerang. Selain potensi perikanan, Desa Kronjo juga memiliki potensi wisata yaitu Pulau Cangkir. Hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menjadikan produk ikan asin kering sebagai cinderamata wisata. Pengembangan usaha ikan asin di Desa Kronjo memiliki beberapa kendala diantaranya bergantung terhadap hasil tangkapan nelayan yang tidak pasti, proses pengeringan masih bersifat tradisional, serta pemasaran produk yang belum berkembang. Untuk itu diperlukan perumusan strategi pengembangan usaha ikan asin kering di Desa Kronjo. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk strategi pengembangan usaha antara lain dengan analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam merumuskan strategi dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) sebagai alat untuk menentukan prioritas strategi terbaik. Hasil penelitian menunjukkan usaha ikan asin kering memiliki 11 faktor internal dan 8 faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari 7 kekuatan dan 4 kelemahan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari 4 peluang dan 4 ancaman. Total skor untuk faktor internal sebesar 3,299 dan faktor eksternal sebesar

Keywords: Ikan Asin Kering; Strategi; SWOT; QSPM

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan wilayah perairan yang luas, sehingga memiliki potensi perikanan yang besar (Djojoatmodjo et al., 2020). Potensi ini juga dimiliki oleh Kabupaten Tangerang dengan produksi perikanan hasil lautnya mencapai 9.782,70 ton pada tahun 2020 yang tersebar di 8 kecamatan diantaranya Mauk, Mekar Baru, Kemiri, Sukadiri, Pakuhaji, Teluk Naga, Kronjo dan Kosambi. Potensi ini menjadikan sektor perikanan sebagai sektor unggulan dan penggerak utama (prime over) pembangunan perekonomian daerah (Fendiana, 2016). Salah satu sentra pengolah ikan asin di Kabupaten Tangerang adalah Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo yang terletak di sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa. Sebagian penduduk Desa Kronjo berprofesi sebagai nelayan kecil dan pengelola perikanan, mayoritas pengolah ikan di Desa Kronjo memiliki usaha berskala kecil yang bersifat tradisional. Selain potensi perikanan, Desa Kronjo juga memiliki wisata bahari di Pulau Cangkir (Marlianingrum et al., 2021). Hal ini digunakan oleh masyarakat untuk memanfaatkan peluang sumber daya perikanan sebagai produk cinderamata wisata bahari.

Pengolahan ikan asin dilakukan untuk mencegah kerusakan produk karena ikan termasuk pada golongan highly perishable food (Nagarajarao, 2016; Rathod et al., 2021). Kerusakan pada tubuh ikan dapat

dihentikan dengan melakukan pengolahan sederhana seperti pengeringan dengan proses penggaraman. Pengeringan dengan penggaraman bertujuan untuk mencegah pertumbuhan mikroorganisme dan menghentikan aktivitas enzim sehingga produk awet hingga ke tangan konsumen (Nurdiani et al., 2022; Sumarno et al., 2020). Menurut (Sipahutar et al., 2018) masyarakat pesisir umumnya mengolah hasil tangkapan ikan menggunakan metode tradisional seperti penggaraman untuk mengawetkan ikan sehingga memiliki umur simpan yang panjang.

Umumnya permasalahan yang dihadapi oleh pengolah ikan asin tradisional adalah ketergantungannya terhadap hasil tangkapan nelayan yang tidak pasti, proses pengeringan bersifat tradisional yang memanfaatkan sinar matahari, serta pemasaran produk yang belum berkembang. Hal ini membutuhkan rumusan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha ikan asin kering di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang.

Strategi merupakan tindakan yang dibuat berdasarkan prediksi suatu produk di masa depan, melalui perencanaan strategi yang berkelanjutan (Lantang et al., 2018). Perumusan strategi harus mampu memaksimalkan upaya dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman. Untuk merumuskan strategi yang tepat dilakukan serangkaian proses analisis internal dan eksternal dalam mengidentifikasi apa saja yang berkaitan dengan pengembangan usaha ikan asin kering Desa Kronjo (Pranatayana & Arcana, 2021).

Identifikasi pengembangan ikan asin kering dapat dilakukan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat mengidentifikasi kondisi internal yang mencakup kelemahan dan kekuatan serta kondisi eksternal mencakup ancaman dan peluang usaha (Gunawan et al., 2020; Irawan, 2017; Subaktilah et al., 2018). Analisis SWOT telah digunakan dalam perumusan strategi pengembangan usaha pengolahan abon ikan (Aliyah et al., 2015); strategi pengembangan usaha ikan patin (Chaidir & Napitupulu, 2018); dan strategi pengembangan budidaya ikan lele (Riska et al., 2015). Analisis SWOT dapat menganalisis kondisi usaha ikan asin kering di Desa Kronjo agar dapat dirumuskan strategi pengembangannya. Setelah dilakukan perumusan strategi tahap selanjutnya adalah mengurutkan prioritas strategi menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Qanita, 2020). Pemilihan prioritas strategi menggunakan metode QSPM dilakukan dengan cara menentukan daya tarik relative (attractiveness score) yang didasarkan pada input dari bobot matriks internal dan eksternal serta alternatif strategi yang telah pencocokan (F. R. David, 2011; M. E. David et al., 2009).

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha ikan asin kering di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang, menggunakan analisis SWOT yang berguna untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam merumuskan strategi dan QSPM sebagai alat untuk menentukan prioritas strategi.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang pada bulan Agustus 2022 – November 2022. Pengolahan data dilakukan di Laboratorium Komputer Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. Batasan penelitian ini hanya menentukan prioritas strategi pengembangan yang dilakukan untuk usaha ikan asin kering tanpa membahas implementasinya. Prosedur pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Survei Pendahuluan

Penelitian ini dimulai dengan melakukan survei untuk memberi informasi kondisi usaha ikan asin Desa Kronjo yang sesungguhnya dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Survei pendahuluan dilakukan melalui wawancara dengan pihak terkait dan pengambilan data yang mendukung penelitian.

2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mencari informasi tambahan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Literatur pendukung pada penelitian ini diperoleh dari buku-buku, data dari dinas terkait, skripsi, jurnal, internet, dan penelitian terdahulu.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Identifikasi masalah dilakukan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan karyawan ikan asin kering di Desa Kronjo

4. Identifikasi Faktor Variabel

Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal usaha ikan asin kering. Variabel internal terdiri dari bahan baku, produksi, produk, tenaga kerja, lokasi usaham promosi, penawaran. Variabel eksternal terdiri dair konsumen, permintaan, ekonomi, iklim dan hama, potensi komoditas unggulan, pesaing, dan teknologi.

5. Penentuan Responden

Pada penelitian ini responden yang digunakan berjumlah 32 orang terdiri dari 16 orang pemilik usaha dan 16 orang karyawan pengolah ikan asin kering. Penentuan responden ini berdasarkan pemahaman terhadap faktor internal dan eksternal usaha ikan asin kering serta berperan dalam perumusan strategi pengembangan. Penentuan jumlah responden menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kepercayaan 90%.

6. Analisis Data

Penyusunan strategi pemasaran

Analisis data dan pengolahan hasil penelitian ini menggunakan metode pengolahan data yang saling berkaitan yaitu matriks IFE dan EFE, matriks IE, matriks SWOT dan matriks QSPM. Matriks IFE dan EFE digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal, matriks SWOT dan IE untuk menentukan alternatif strategi pengembangan usaha ikan asin Desa Kronjo dan matriks QSPM digunakan untuk menentukan prioritas strategi usaha ikan asin kering Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang. Secara lebih terperinci tahapan analisis data sebagai berikut (Ginting, 2006):

1. Tahap Pemasukan (*The Input Stage*)

Matriks yang digunakan dalam tahap ini yaitu matriks Internal Faktor (IFE) dan Evaluation External Faktor (EFE), identifikasi dengan cara memasukan faktor kekuatan dan kelemahan pada matriks IFE dan faktor peluang dan ancaman pada matriks EFE. Tahapan dalam menyusun matriks IFE dan EFE sebagai berikut:

1) Identifikasi faktor internal dan eksternal dengan cara mengidentifikasi semua kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Penyajian data dengan faktor yang bersifat positif (kekuatan) ditulis sebelum faktor yang bersifat negatif (kelemahan).

2) Pemberian bobot pada setiap faktor dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal melalui wawancara pada seluruh responden, menggunakan metode *paired comparison* (perbandingan berpasangan)

3) Pemberian nilai rating/peringkat pada matriks IFE dengan mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan internal yang mempengaruhi perencanaan strategi pengembangan usaha ikan asin kering Desa Kronjo (Evelyn, 2018). Pemberian nilai rating faktor kekuatan didasarkan pada keterangan :

- a. Nilai 4: kekuatan utama yang berpengaruh besar.
- b. Nilai 3: kekuatan utama yang berpengaruh kecil.
- c. Nilai 2: kekuatan kecil yang berpengaruh besar.
- d. Nilai 1: kekuatan kecil yang berpengaruh kecil.

Sedangkan Pemberian nilai rating pada faktor kelemahan yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan usaha didasarkan pada:

- a. Nilai 4: kelemahan kecil yang berpengaruh kecil.
- b. Nilai 3: kelemahan kecil yang berpengaruh besar.
- c. Nilai 2: kelemahan utama yang berpengaruh kecil.
- d. Nilai 1: kelemahan utama yang berpengaruh besar.

4) Pemberian nilai rating pada matriks EFE dengan mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi perencanaan strategi pengembangan usaha ikan asin kering Desa Kronjo (Evelyn, 2018). Pemberian nilai rating faktor peluang didasarkan pada keterangan (Tabel 3.5):

- a. Nilai 4, saat memiliki peluang yang sangat baik.
- b. Nilai 3, saat memiliki peluang yang baik.
- c. Nilai 2, saat memiliki peluang yang cukup baik.
- d. Nilai 1, saat memiliki peluang yang tidak baik

Pemberian nilai rating pada faktor ancaman yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan usaha didasarkan pada:

- a. Nilai 4, saat ancaman memberi pengaruh yang sangat lemah.
- b. Nilai 3, saat ancaman memberi pengaruh yang lemah.
- c. Nilai 2, saat ancaman memberi pengaruh yang kuat.
- d. Nilai 1, saat ancaman memberi pengaruh yang sangat kuat.

5) Perkalian bobot dan rating menentukan nilai tertimbang yang dihasilkan dari perkalian bobot dengan rating pada setiap faktor. Nilai tertimbang pada setiap faktor selanjutnya dijumlahkan untuk memperoleh nilai tertimbang (Candana & Afuan, 2019).

2. Tahap Pencocokan (*The Matching Stage*)

1) Matriks IE (Internal Eksternal)

Matriks ini memiliki tujuan untuk memposisikan perusahaan ke dalam matriks yang terdiri dari 9 sel. Matriks IE terdiri dari dua dimensi, yaitu sumbu X mewakili skor total matriks IFE dan sumbu Y mewakili total skor dari matriks EFE, dari sel-sel tersebut posisi perusahaan dapat teridentifikasi (Kuswardhani et al., 2020). Matriks ini dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yaitu :

- 1) *Grow and Build* (Tumbuh dan Bina) berada dalam sel I, II atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
- 2) *Hold and Maintain* (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.

3) Harvest and Devest (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah divestasi strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi.

Matriks SWOT

Matriks ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan dalam menentukan strategi berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan (Dori Mittra Candana, 2020). Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 3.8, tahapan dalam menyusun matriks SWOT sebagai berikut:

1. Menyusun daftar peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal dalam perusahaan.
2. Menyusun strategi SO dengan mencocokkan kekuatan internal dan peluang eksternal.
3. Menyusun strategi WO dengan mencocokkan kelemahan internal dan peluang eksternal
4. Menyusun strategi ST dengan mencocokkan kekuatan internal dan ancaman eksternal
5. Menyusun strategi WT dengan mencocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal.

Tahap Keputusan

Matriks yang digunakan dalam keputusan ini adalah QSPM. Analisis QSPM digunakan untuk mengevaluasi

strategi secara obyektif berdasarkan faktorfaktor sukses utama internal-eksternal yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Langkah penyusunan matriks QSPM sebagai berikut:

- a. Membuat daftar peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE.
 - b. Berikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal (bobot yang diberikan sama dengan bobot pada matriks EFE dan IFE).
 - c. Evaluasi matriks tahap 2 (pencocokkan) dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk dimplementasikan
 - d. Tentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Scores-AS*), didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masingmasing strategi dalam set alternatif tertentu. (1) Nilai 1 = tidak menarik (2) Nilai 2 = agak menarik (3) Nilai 3 = cukup menarik (4) Nilai 4 = sangat menarik Nilai Daya Tarik Total *Attractive Score – TAS*) diperoleh dengan mengalikan bobot dengan attractiveness scores.
7. Kesimpulan
- Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan hasil-hasil yang diperoleh dari penelitian yang ditinjau dengan dasar teori sebagai landasan berpikir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Kronjo adalah desa yang berada di Pemerintahan Kecamatan Kronjo, yang merupakan daerah perikanan dan pertanian, dengan kondisi tersebut tata guna lahan yang sebagian besar terdiri dari lahan perikanan dan persawahan. Kondisi geografis Desa Kronjo memiliki luas 700 Ha yang terdiri dari 150 ha berada di Dusun I Kronjo Pamong, 30 Ha di Dusun II Kronjo Pontang, 70 Ha di Dusun III Masjid Kronjo, dan 450 Ha di Dusun IV Kronjo Pekapuran. Mayoritas, mata pencaharian penduduk Desa Kronjo adalah nelayan dan pengolah ikan asin. Sejumlah penduduk menjadikan usaha ikan asin kering sebagai mata pencaharian utamanya. Pengolah ikan asin dapat menampung berbagai jenis ikan diantaranya ikan layang,

tembang, petek, pari, layur, teri dan lainnya. Selain itu, Desa Kronjo memiliki potensi wisata pariwisata religi yang sudah dikenal di daerah Banten yakni Pulau Cangkir. Pulau ini sudah dikunjungi pengunjung dari berbagai daerah. Adanya objek wisata Pulau Cangkir itu sangat berdampak bagi perekonomian warga dan khususnya dapat menjadi peluang bagi pengolah ikan asin kering untuk menjadikan produknya sebagai produk cinderamata atau oleh-oleh dari Pulau Cangkir.

Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal pada usaha ikan asin kering Desa Kronjo merupakan hasil yang disesuaikan dengan kondisi umum yang terjadi di lokasi penelitian dan diambil dari beberapa faktor seperti faktor bahan baku, produksi, tenaga kerja, lokasi usaha, promosi dan penawaran. Hal ini menjadi kekuatan dan kelemahan bagi usaha ikan asin kering di Desa Kronjo. Setelah diidentifikasi, maka dilakukan pembobotan dan pemberian rating pada masing-masing variabel. Identifikasi faktor internal dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal

| Faktor Internal | Kekuatan | Kelemahan |
|---|--|---|
| Bahan Baku (Chaidir & Napitupulu, 2018) | Bahan baku berkualitas Tidak memakai pengawet | Ketersediaan bahan baku tidak stabil |
| Produksi (Chaidir & Napitupulu, 2018) | Proses produksi tidak rumit | Alat produksi masih tradisional Bergantung pada matahari |
| Produk | Produk tahan lama | |
| Tenaga kerja (Chaidir & Napitupulu, 2018) | Memiliki tenaga kerja ahli | |
| Lokasi Usaha (Chaidir & Napitupulu, 2018) | Lokasi usaha dekat dengan bahan baku | |
| Promosi (Chaidir & Napitupulu, 2018) | | Promosi belum meluas |
| Penawaran (Chaidir & Napitupulu, 2018) | Harga produk terjangkau | |

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal pada usaha ikan asin kering Desa Kronjo merupakan hasil yang didapat dari lingkungan usaha penelitian, dan diperoleh dari beberapa faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi usaha ikan asin di Desa Kronjo. Identifikasi faktor internal dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal

| Faktor Eksternal | Peluang | Ancaman |
|---|---|---|
| Konsumen (Chaidir & Napitupulu, 2018) | Memiliki pelanggan tetap | |
| Permintaan (Chaidir & Napitupulu, 2018) | Permintaan pasar stabil | |
| Ekonomi (Candana & Afuan, 2019) | | Harga bahan baku berfluktuasi |
| Iklim dan Hama | | Cuaca buruk dan tidak stabil Rentan terkena lalat dan ulat saat penjemuran |
| Potensi Komoditas Unggulan | Produk cinderamata wisata Pulau Cangkir | |

| | | |
|--|-------------------------------------|--------------------------|
| Pesaing (Chaidir & Napitupulu, 2018) | | Persaingan usaha sejenis |
| Teknologi (Nurdiana Chaidir et al., 2018) | Media online sebagai tempat promosi | |

Matriks IFE

Analisis lingkungan internal dilakukan melalui identifikasi faktor internal perusahaan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Setelah diidentifikasi, maka dilakukan pembobotan dan pemberian rating pada masing-masing variabel. Berdasarkan hasil pembobotan dan rating menggunakan matriks IFE dapat diketahui bahwa total skor matriks IFE adalah 3,299. Tabel hasil matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Matriks IFE

| Kekuatan | Rata-Rata Bobot | Rata-Rata Rating | Total Skor |
|---|------------------------|-------------------------|-------------------|
| A. Bahan baku berkualitas | 0,083 | 3,5 | 0,291 |
| B. Tidak memakai pengawet | 0,106 | 3,6 | 0,379 |
| C. Proses produksi tidak rumit | 0,082 | 3,1 | 0,255 |
| D. Produk tahan lama | 0,109 | 3,4 | 0,372 |
| E. Memiliki tenaga kerja ahli | 0,089 | 3,5 | 0,314 |
| F. Lokasi usaha dekat dengan bahan baku | 0,083 | 3,3 | 0,273 |
| G. Harga produk terjangkau | 0,108 | 3,5 | 0,380 |
| Kelemahan | | | |
| A. Ketersediaan bahan baku tidak stabil | 0,082 | 3,2 | 0,261 |
| B. Alat produksi masih tradisional | 0,076 | 3,2 | 0,241 |
| C. Bergantung pada matahari | 0,095 | 3,4 | 0,325 |
| D. Promosi belum meluas | 0,087 | 2,4 | 0,207 |
| TOTAL | 1,000 | | 3,299 |

Sumber : Data Primer Diolah

Matriks EFE

Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor strategis internal yaitu kekuatan dan kelemahan pada usaha ikan asin kering Desa Kronjo. Berdasarkan hasil pembobotan dan rating menggunakan matriks IFE dapat diketahui bahwa total skor matriks IFE adalah 3,030. Hasil perhitungan bobot dan rating pada usaha ikan asin kering di Desa Kronjo Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang diperoleh total skor matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Matriks EFE

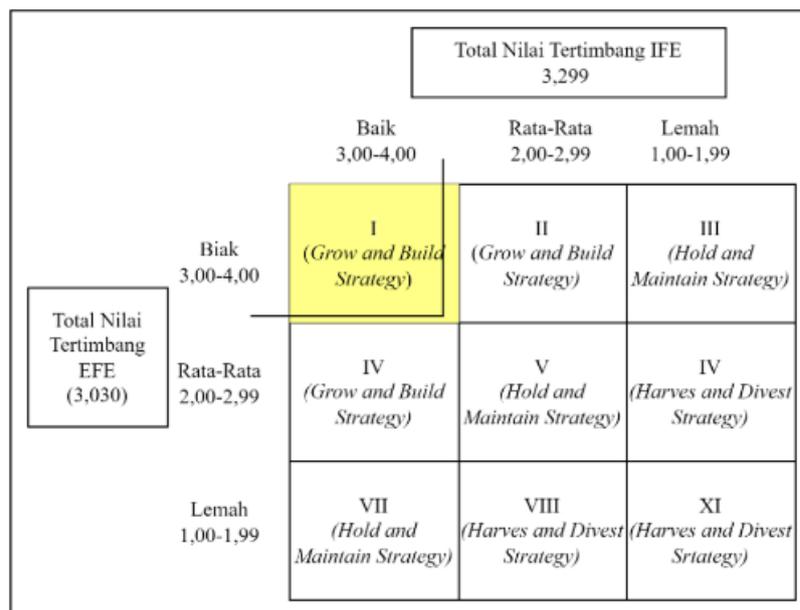
| Peluang | Rata-Rata Bobot | Rata-Rata Rating | Total Skor |
|-----------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------|
| A. Memiliki pelanggan tetap | 0,128 | 3,8 | 0,477 |
| B. Permintaan pasar stabil | 0,145 | 3,2 | 0,465 |

| | | | |
|--|--------------|-----|--------------|
| C. Produk cinderamata wisata Pulau Cangkir | 0,127 | 3,0 | 0,385 |
| D. Media online sebagai tempat promosi | 0,122 | 2,1 | 0,256 |
| Ancaman | | | |
| A. Harga bahan baku berfluktuasi | 0,130 | 3,5 | 0,451 |
| B. Cuaca buruk dan tidak stabil | 0,133 | 3,5 | 0,466 |
| C. Rentan terkena lalat dan ulat saat penjemuran | 0,097 | 2,6 | 0,251 |
| D. Persaingan usaha sejenis | 0,119 | 2,3 | 0,279 |
| TOTAL | 1,000 | | 3,030 |

Sumber : Data Primer Diolah

Matriks IE

Matriks IE bertujuan untuk mengetahui posisi dari usaha ikan asin kering di Desa Kronjo Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang, serta untuk menentukan alternatif strategi pengembangan usaha ikan asin kering di Desa Kronjo. Total skor pada matriks IFE sebesar 3,299, sedangkan total skor pada matriks EFE sebesar 3,030. Dari kedua titik tersebut dapat dilihat bahwa perpotongan kedua sumbu berada pada sel I. Matriks IE dapat dilihat pada Gambar 4.1:



Gambar 1. Hasil Matriks IE

Hasil dari matriks IE menunjukkan strategi yang berada pada kuadran I yaitu disarankan menggunakan strategi *Growth and Build* atau disebut strategi intensif yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi ini menekankan pada pemasaran ikan asin kering dengan cara meningkatkan kualitas produk, meningkatkan hubungan yang baik dengan pemasok, melakukan perluasan pasar dan promosi produk untuk meningkatkan daya saing agar dapat memenuhi permintaan dan selera konsumen (Nowira & Sari, 2021).

Matriks SWOT

Matrik SWOT menghasilkan beberapa strategi alternatif yang diperoleh dari variabelvariabel internal dan eksternal sesuai dengan posisi perusahaan pada matriks IE yaitu Grow and build strategy. Alternatif–alternatif strategi yang didapat sebagai berikut:

1. Strategi S-O (Strength-Opportunity)

Strategi S-O merupakan strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi ini menghasilkan dua alternatif strategi, diantaranya:

a. Mempertahankan kualitas produk.

Strategi ini dilakukan untuk mempertahankan pasar dari produk ikan asin kering di Desa Kronjo. Diharapkan konsumen dari produk ikan asin kering di Desa Kronjo tetap bertahan dan bertambah sehingga penjualan akan terus meningkat.

b. Menjaga relasi dengan konsumen dan memberikan pelayanan baik dengan harga yang kompetitif merupakan strategi yang dilakukan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik dan memberikan harga yang sesuai.

2. Strategi W-O (Weakness-Opportunity)

Strategi W-O merupakan strategi untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Strategi ini menghasilkan dua alternatif strategi, diantaranya:

a. Bekerjasama dengan banyak pemasok dan memanfaatkan alat serta sinar matahari untuk ketersediaan produk dalam memenuhi permintaan pasar merupakan strategi yang dilakukan untuk menjalin kerjasama dengan para pemasok ikan segar untuk menjaga ketersediaan bahan baku dan ketersediaan produksi ikan asin kering untuk memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, pemanfaatan alat pengeringan dapat meminimalisir terhambatnya proses pengeringan ikan asin karena kendala cuaca.

b. Meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan media online merupakan strategi yang dilakukan untuk meminimalkan kelemahan dari promosi produk yang belum meluas dengan memanfaatkan peluang media online sebagai tempai promosi seperti facebook, Instagram dan twitter.

3. Strategi S-T (Strength-Threat)

Strategi S-T merupakan strategi menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman. Strategi ini menghasilkan dua alternatif strategi, diantaranya:

a. Mengoptimalkan bahan baku untuk memproduksi produk yang berkualitas dan kompetitif. Strategi ini dilihat dari adanya harga produk yang terjangkau, produk tahan lama dan memakai bahan baku berkualitas. Strategi ini bertujuan agar proses produksi tetap lancar dan dapat membantu memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang berkualitas dan bersaing.

b. Menjaga higienitas seluruh rangkaian proses produksi merupakan strategi yang diupayakan untuk menghindari ancaman dari cuaca buruk dan rentan terkena lalat dengan memaksimalkan tenaga kerja ahli untuk dapat menjaga higienitas seluruh rangkaian proses produksi ikan asin kering di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang.

4. Strategi W-T (Weakness-Threat)

Strategi W-T merupakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi ini menghasilkan dua alternatif strategi, diantaranya:

- a. Meningkatkan sarana dan prasarana untuk standarisasi proses produksi merupakan strategi yang dilakukan untuk meminimalkan kelemahan dari bahan baku tidak stabil, alat produksi tradisional, dan bergantung matahari dengan menghindari ancaman berupa cuaca buruk dan rentan terkena lalat. Untuk itu diharapkan para pelaku usaha ikan asin di Desa Kronjo lebih memperhatikan kebersihan peralatan yang digunakan serta menggunakan alat produksi yang lebih modern. Alat yang lebih modern dapat menghemat waktu proses produksi dan kualitas produk yang dihasilkan juga akan terjamin.
- b. Memanfaatkan Pemasaran Online sebagai strategi yang diharapkan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Strategi ini bertujuan agar produk dapat dipasarkan secara luas melalui media online sehingga pelanggan dapat bertambah dan dengan mudah mendapatkan produk ikan asin kering dari Desa Kronjo.

Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM)

Tahap akhir dari analisis strategi merupakan tahap keputusan untuk menentukan alternatif dari berbagai pilihan strategi yang tepat. Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) digunakan untuk mengetahui strategi utama yang dapat diterapkan oleh usaha ikan asin kering di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang. Perhitungan QSPM menggunakan nilai bobot dan nilai Attractive Score berdasarkan nilai responden. Dari kedua nilai tersebut didapatkan nilai *Total Attractive Score (TAS)*. Berdasarkan matriks SWOT diperoleh delapan strategi alternatif untuk pengembangan usaha ikan asin kering di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang yang dimana tiga alternatif strategi terbaik dipilih berdasarkan hasil nilai dari QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai TAS tertinggi pada alternatif strategi mempertahankan kualitas produk dengan skor sebesar 6,007. Strategi ini dapat menjadi prioritas untuk menjaga kepercayaan konsumen yang dimiliki dengan mempertahankan kualitas produk dengan baik. Beberapa aspek yang perlu dipertahankan oleh pelaku usaha ikan asin kering di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo yaitu produk tidak memakai pengawet dan harga yang terjangkau.

SIMPULAN

Hasil penelitian menggunakan analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT) pada usaha ikan asin kering di Desa Kronjo menunjukkan skor faktor internal (kekuatan dan kelemahan) sebesar 3,299. Kekuatan utama usaha ikan asin kering adalah harga produk yang terjangkau, sedangkan kelemahan utamanya adalah ketergantungan pada matahari. Selain itu, pada faktor eksternal (peluang dan ancaman) memiliki skor sebesar 3,030. Skor tertinggi untuk peluang yaitu memiliki pelanggan tetap, sedangkan ancaman utamanya yaitu cuaca buruk dan tidak stabil. Hasil analisis SWOT menunjukkan posisi usaha ikan asin kering di Desa Kronjo berada pada kuadran 1 (Grow and Build Strategy). Dan ditentukan strategi menggunakan matriks Internal Eksternal serta dipilih tiga prioritas strategi terbaik menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Tiga prioritas strategi terbaik tersebut diantaranya mempertahankan kualitas produk, bekerjasama dengan banyak pemasok dan memanfaatkan alat serta sinar matahari untuk ketersediaan produk dalam memenuhi permintaan pasar, menjaga relasi dengan konsumen dan memberikan pelayanan baik dengan harga yang kompetitif. Hal ini dapat digunakan sebagai masukan dalam pengembangan usaha ikan asin kering di Desa Kronjo, Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, R., Gumilar, I., & Maulina, I. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 6(2 (1)).
- Candana, D. M., & Afuan, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Cafe Dapoer Enha Sago Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 151–162.
- Chaidir, N., & Napitupulu, D. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Ikan Patin (Studi Kasus di Desa Pudak Kecamatan Kumpeh Ulu Kabupaten Muaro Jambi). *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 21(1), 10.
- Conyers, D. (1991). *Perencanaan sosial di dunia ketiga*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- David, F. R. (2011). *Strategic management concepts and cases*. Prentice hall.
- David, M. E., David, F. R., & David, F. R. (2009). The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) applied to a retail computer store. *The Coastal Business Journal*, 8(1), 4.
- Djojoatmodjo, K., Ferdinand, F., & Mantikei, B. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya. *Journal of Environment and Management*, 1(2), 112–123.
- Evelyn, E. (2018). Analisis Manajemen Strategi Bersaing Dengan Matriks Ie, Matriks Swot Dan Matriks Qspm Pada Pt. Xyz. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(4).
- Fendiana, R. N. (2016). BPP Kronjo sebagai BPP model perikanan budidaya. *Lingkar Widyaiswara*, 3(1), 21–32.
- Ginting, A. (2006). Perumusan Strategi Perusahaan PT X menggunakan Matriks Evaluasi Faktor. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7(1), 1–5.
- Gunawan, B., Mubarak, M. S., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi pengembangan teknologi e-commerce UMKM Rumah Sayur lembang menggunakan metode analisis SWOT. *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 1–13.
- Iqbal, M. (2007). Analisis Peran Pemangku Kepentingan dan Implementasinya Dalam Pembangunan Pertanian. *Jurnal Litbang Pertanian*.
- Irawan, M. R. N. (2017). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif pada PD. BPR. Bank daerah Lamongan. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1).
- Kuswardhani, N., Agustian, R., & Plus, M. L. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis “COFRESH”(Coffee Fresh) Dengan Metode Bussines Model CANVAS (BMC) dan QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX). *Agroindustrial Technology Journal*, 4(2), 167–181.
- Lantang, T., Soegoto, A. S., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Penentuan Strategi Bersaing Pada Usaha Pengolahan Ikan PT. Deho Canning Company Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Marlianingrum, P. R., Adrianto, L., Kusumastanto, T., & Fahrudin, A. (2021). Sistem sosial-ekologi mangrove di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 351–364.
- Nagarajaro, R. C. (2016). Recent advances in processing and packaging of fishery products: A review. *Aquatic Procedia*, 7, 201–213.
- Ningsih, E. A., & Dian Dwi Laksani. (2020). Analisis Daya Saing Sektor Pertanian Indonesia (Agriculture In Indonesia : A SWOT Analysis). *Prosiding PERHEPI 2014*.
- Nowira, P. A., & Sari, R. P. (2021). Strategi Persaingan Jamu Gunanty Menggunakan Matriks: Internal

-
- Eksternal, Bowman Strategy, Grand Strategy dan Profil Kompetitif. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 8(2), 53–64.
- Nurdiani, R., Yufidasari, H. S., Kusuma, B., Astuti, R. T., & Perdana, A. W. (2022). *Teknologi Pengolahan Produk Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Pranatayana, I. B. G., & Arcana, K. T. P. (2021). Strategi Pengembangan Minuman Tradisional Arak Bali Menggunakan Model Analisis SWOT Dan QSPM: Studi Kasus Desa Tri Eka Buana Karangasem Bali. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 58–72.
- Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode swot dan qspm (quantitative strategic planning matrix): studi kasus pada d'gruz coffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24.
- Rathod, N. B., Ranveer, R. C., Benjakul, S., Kim, S., Pagarkar, A. U., Patange, S., & Ozogul, F. (2021). Recent developments of natural antimicrobials and antioxidants on fish and fishery food products. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 20(4), 4182–4210.
- Riska, F. F., Primyastanto, M., & Abidin, Z. (2015). Strategi Pengembangan USAha Budidaya Ikan Lele (*Clarias SP.*) Pada USAha Perseorangan “Toni Makmur” Dikawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang, Jawa Timur. *ECSOFiM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal)*, 3(1).
- Sipahutar, Y. H., Napitupulu, R. J., & Tambunan, E. (2018). Kajian Penerapan Sertifikat Kelayakan Pengolahan pada Produk Ikan Asin Selar (*Selar crumenophtalmus*) dalam Upaya Peningkatan Keamanan Pangan di Hajoran, Tapanuli Tengah. *Seminar Nasional Ikan Ke-10*.
- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., & Yuwanti, S. (2018). Analisis SWOT: Faktor internal dan eksternal pada pengembangan usaha gula merah tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107–115.
- Sumarno, T., Agustini, T. W., & Bambang, A. N. (2020). Strategi Pengembangan Mutu Ikan Asin Jambal Roti (Ikan Manyung) di Karangsong Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 23(2), 196–205.