

Strategi Pengembangan Usaha Petis Ikan di Desa Pesongsongan Kabupaten Sumenep

Mohammad Taufiq Hidayat

Program Studi Agrobisnis Perikanan, Universitas Islam Madura
mtaufiqhidayat@uim.ac.id



e-ISSN: 2987-811X

MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.lumbungpare.org/index.php/maras>

Vol. 3 No. 1 Maret 2025

Page: 192-204

Article History:

Received: 04-01-2025

Accepted: 09-01-2025

Abstrak : Faktor-faktor lingkungan internal yang dimiliki oleh Pokamsar Mandiri terdiri atas kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama yang dimiliki oleh Pokamsar Mandiri diantaranya multi campur makanan, faktor tersebut memang sangat penting bagi sebuah produk yang tidak dapat dikonsumsi sendirian. Sehingga produk petis dapat dicampur dengan makanan apapun yang konsumen sukai dengan nilai skor 0.50. Kelemahan paling besar yang dimiliki yaitu distribusi produk belum luas dengan nilai skor 0.13. Faktor-faktor lingkungan eksternal yang dihadapi oleh Pokamsar Mandiri terdiri atas peluang dan ancaman. Peluang utama yang dihadapi oleh Pokamsar Mandiri adalah peluang usaha tinggi karena tidak semua orang dapat dan bisa membuat petis dengan kualitas terbaik, faktor ini mendapatkan nilai skor 0.62, juga sebagai produk penambah cita rasa makanan. Ancaman utama yang dihadapi oleh Pokamsar Mandiri adalah adanya produksi sejenis di pasaran dengan nilai skor 0.13. Hasil matriks space IE menunjukkan posisi Pokamsar Mandiri berada di kuadran I yaitu pada Strategi agresif, yang memberikan rekomendasi untuk tumbuh dan berkembang. Strategi agresif menjadi strategi paling sesuai untuk mengembangkan usaha petis ikan Pokamsar Mandiri. Matrik SWOT menghasilkan tujuh alternatif strategi yaitu memperluas jaringan distribusi dan pemasaran, melakukan pengembangan produk melalui perbaikan kualitas kemasan, aktif melakukan kegiatan promosi, mengoptimalkan dan meningkatkan produksi, meningkatkan kualitas produk dan mutu pelayanan kepada konsumen, melakukan penghematan biaya, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam kemampuan manajemen usaha.

Kata Kunci : Petis Ikan; Pesongsongan; Pokamsar

PENDAHULUAN

Industri yang berkembang saat ini, sebagian besar adalah industri pengolahan produk pangan. Hal ini dikarenakan pengolahan pangan dibutuhkan secara terus-menerus oleh masyarakat. Pada dasarnya produk pangan hanya berkisar pada hasil-hasil pasca panen pertanian, tetapi saat ini tidak seperti itu, pendefinisian dari produk pangan dapat diartikan secara luas sebagai hasil-hasil dari peternakan, perikanan, maupun pertanian. Salah satu alternatif penyediaan bahan pangan adalah pemanfaatan sumber daya hayati laut seoptimal mungkin.

Indonesia mempunyai potensi hasil perikanan yang besar, dengan total produksi 22.15 juta ton pada tahun 2016 dengan jumlah perikanan tangkap sebesar 6.83 juta ton dan budidaya sebesar 16.68 juta ton. Perikanan Indonesia sebagian besar dikonsumsi dalam bentuk segar (43,1%), beku (30,4%), pengalengan (13,7%) dan dalam bentuk olahan lain (12,8%). Pemanfaatan dalam bentuk olahan ini dapat berupa ikan asin, ikan asap, ikan pindang, produk fermentasi (petis, terasi, peda dan lainnya) (Susanto, 2014).

Potensi perikanan begitu besar yang dimiliki oleh Indonesia seharusnya sektor perikanan menjadi sektor riil yang menjadi prioritas strategi pembangunan. Ternyata selama ini strategi pembangunan perikanan di Indonesia bersifat eksploitasi sumber daya alam yang mengakibatkan menurunnya kualitas ekosistem di lingkungan dan tidak memperhatikan nilai tambah ekonomis yang dapat diperoleh dari sektor tersebut (Wira, 2011). Hasil tangkapan berupa ikan segar langsung dijual begitu saja tanpa ada upaya pengolahan yang mampu meningkatkan nilai tambah dari ikan tersebut. Salah satu cara untuk menangani hal tersebut adalah melalui penanganan hasil/pengolahan (agroindustri). Pembangunan pertanian di Indonesia terutama dalam transformasi struktur perekonomian dan dominasi sektor perikanan ke dominasi sektor agroindustri dan memiliki peranan penting. Agroindustri merupakan sektor yang dapat menjawab tantangan ini. Krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia pada 1997-1998, agroindustri ternyata menjadi sebuah aktivitas ekonomi yang mampu berkontribusi secara positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Selama masa krisis, walaupun sektor lain mengalami kemunduran atau bahkan pertumbuhan negatif, agroindustri mampu bertahan dalam jumlah unit usaha yang beroperasi (Kemenperin, 2012).

Potensi ikan yang cukup besar perlu dikelola untuk dapat menghasilkan produk olahan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Usaha pengolahan hasil ikan yang berkembang di Kabupaten Sumenep meliputi pengolahan hasil perikanan non pangan/konsumsi dan pangan konsumsi. Usaha pengolahan pangan konsumsi yang berkembang adalah pengasapan, pengasinan, pemindangan ikan, pembuatan kerupuk ikan dan olahan rumput laut. Sebagian besar nelayan Indonesia adalah nelayan tradisional. Satu diantara banyak kegiatan pengolahan adalah pengolahan pindang yang menghasilkan limbah yang dapat dimanfaatkan lagi sebagai bahan makanan seperti petis. Petis merupakan hasil komoditi pengolahan ikan yang cukup dikenal terutama di masyarakat pulau Jawa, khususnya di Jawa Timur yang digunakan sebagai lauk pauk atau campuran makanan rakyat (Wahyuningsih dkk. 2013).

Petis merupakan produk olahan atau awetan yang termasuk dalam kelompok saus yang menyerupai bubur kental, liat dan elastis, berwarna hitam atau coklat tergantung pada jenis bahan yang digunakan serta merupakan produk pangan yang mempunyai tekstur setengah padat (*Intermediate Moistured Food*) (Astawan 2005). Penggunaan petis dalam makanan tradisional banyak digunakan sebagai bahan

tambahan dalam olahan yang dapat memberikan cita rasa yang khas. Minat masyarakat pada makanan dengan bahan tambahan petis seperti tahu campur, rujak, tahu telur dan makanan lainnya cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan masih mudah ditemukannya penjual makanan tersebut (Rahmawati, 2013).

Daerah penghasil petis di Kabupaten Sumenep yaitu berada di Kecamatan Pesongsongan berada di pesisir utara Sumenep, dengan wilayah yang berhadapan langsung dengan pantai menjadikan Pesongsongan sentra pelabuhan perikanan Kabupaten Sumenep wilayah utara. Jumlah nelayan 1.923 serta rumah tangga perikanan 320 (BPS Sumenep, 2017). Hal ini mengindikasikan bahwa usaha olahan petis ikan di daerah tersebut masih skala rumah tangga sehingga masih memiliki keterbatasan dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha petis di Desa Pesongsongan Kecamatan Pesongsongan Kabupaten Sumenep.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang ilmiah (bukan buatan), juga peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya. Di Poklamsar Mandiri Desa Pasongsongan mengambil beberapa responden yang dianggap berpengaruh dalam strategi pengembangan usaha petis ikan di Desa Pesongsongan Kecamatan Pesongsongan Kabupaten Sumenep.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh usaha petis ikan Pokamsar Mandiri dapat digambarkan secara umum yaitu berupa kekuatan dan kelemahan. Faktor internal yang dimiliki oleh Pokamsar Mandiri dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Multi campur makanan, rasa gurih pada petis ikan dapat dijadikan pelengkap makanan yang dicampurkan dengan berbagai macam masakan kuliner. Rasa gurih yang ada pada petis ikan menjadikannya cocok dicampur dengan berbagai masakan kuliner.
- b. Bahan baku (*raw material*) yang banyak dan tersedia sehingga petis ikan tidak memiliki kendala untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada saat permintaan melonjak seperti hari raya dan libur nasional. *Raw material* pembuatan petis ikan didapat langsung dari nelayan sehingga kondisi ikan yang didapat masih dalam keadaan segar. Kondisi tersebut akan membuat kualitas petis ikan sangat baik.
- c. Harga produk petis ikan kompetitif yang sangat terjangkau oleh masyarakat namun tidak mengurangi kualitas rasa dan kelezatan produk. Setiap 1 kg petis dihargai 20.000 rupiah yang dibagi empat toples kecil (*koplok*), per *koplok* isi seperempat gram dengan harga 5.000 rupiah.
- d. Kualitas produk petis ikan yang dihasilkan oleh Pokamsar Mandiri sangat baik, karena masih menggunakan metode produksi tradisional, meskipun menyebabkan proses pembuatan petis ikan membutuhkan waktu lebih lama,

sehingga menghasilkan petis ikan yang terjamin kualitasnya. Olahan cara tradisional ini masih menjadi buruan para pencinta kuliner yang saat ini.

- e. Petis ikan mengandung gizi yang baik bagi perkembangan otak manusia dan lemaknya adalah lemak tidak jenuh sehingga tidak menyebabkan kolesterol. Pemerintah telah melakukan slogan Gemar Ikan singkatan dari gemar makan ikan. Hal ini mengedukasi masyarakat untuk lebih banyak mengkonsumsi ikan yang lebih sehat daripada daging.
- f. Distribusi yang masih belum luas membuat petis ikan Pokamsar Mandiri sulit untuk ditemukan sehingga konsumen yang akan membeli harus datang langsung ke lokasi usaha ini. Saat ini Pokamsar Mandiri hanya menjual petis ikan di lokasi usaha, yaitu di Desa Pesongsongan, usaha ini belum memiliki toko ataupun distributor tetap untuk menyalurkan produknya.
- g. Sulitnya mendapatkan legalitas dari pemerintah daerah dengan berbagai standar aturan yang diberlakukan dan kondisi produk yang masih baru tentu masih banyak yang harus dievaluasi dan diperbaiki baik dari segi komponen bahan baku, alat produksi, tempat produksi dan hasil produksi yang harus sesuai dengan ketentuan pemerintah. Hal ini menyulitkan produk untuk memasukkan produknya pada mini market yang menjaga kualitas barang dagangannya.
- h. Sumber daya manusia juga merupakan hal penting terhadap terlaksananya program di kelompok, sehingga perlu ditingkatkan karena ada sebagian program yang kurang maksimal dikarenakan keterbatasan pemikiran kelompok untuk melakukan manajemen sebuah usaha.
- i. Kurangnya promosi produk, sampai saat ini petis ikan olahan Pokamsar Mandiri melakukan sedikit kegiatan promosi kepada masyarakat maupun saat ada *event* sehingga masyarakat kurang mengenal terhadap barang serta kualitas bahkan Pokamsar Mandiri sendiri.
- j. Kurangnya permodalan adalah suatu penyebab terhambatnya aktifitas produksi, modal tersebut digunakan untuk pengadaan bahan baku, biaya produksi dan pemasaran. Pokamsar Mandiri memproduksi tiga produk olahan sehingga uang yang ada di kelompok dibagi menjadi tiga untuk membiayai produk-produk tersebut diantaranya petis ikan.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang diluar kendali kelompok usaha petis ikan Pokamsar Mandiri yang berupa peluang dan ancaman. Faktor eksternal ada yang akan memberikan keuntungan dan juga bisa memberikan kerugian bagi kegiatan usaha. Faktor eksternal usaha petis ikan Pokamsar Mandiri yang akan dihadapi adalah sebagaimana berikut:

- a. Peluang usaha sangat luas, tidak semua daerah bisa memproduksi petis disebabkan dengan keterbatasan lingkungan maupun bahan baku menjadikan petis ikan sebagai olahan yang semua orang tidak bisa membuat.
- b. Internet yang semakin canggih seperti sekarang menuntut para pebisnis untuk mampu beradaptasi dengan situasi yang ada. Semakin berkembangnya teknologi khususnya media sosial telah memberikan ruang yang memudahkan para pebisnis untuk memasang iklan produknya. Kelebihan media sosial selain mampu menembus ruang jarak dan waktu juga mampu memberikan biaya iklan yang murah. Media sosial merupakan salah satu alternatif yang menunjang keberhasilan bisnis dalam bidang pemasaran. Menyadari hal tersebut, Pokamsar

Mandiri bisa memanfaatkan media internet untuk memasarkan produknya. Maka dari itu, keberadaan media internet merupakan peluang yang bagus untuk Pokamsar Mandiri.

- c. Dari data desa tercatat Pesongsongan merupakan desa dengan mayoritas masyarakatnya banyak menjadi pengangguran bahkan menyaingi jumlah para nelayan dan petani, dengan adanya Pokamsar Mandiri diharapkan banyak membantu mengurangi dan mensejahterakan kehidupan pengangguran di Desa Lebak Timu khususnya mampu mensejahterakan hidup dan perekonomian anggota Pokamsar Mandiri sendiri.
- d. Lokasi dengan pasar kecamatan sangat dekat. Jarak yang begitu dekat akan mempermudah akses pemasaran produk dimana pasar merupakan tempat melakukan transaksi jual beli barang. Letak Pokamsar Mandiri yang dengan pasar menjadi peluang usaha, dengan kedekatan tersebut baik Pokamsar Mandiri sebagai produsen dan masyarakat sebagai konsumen akan sama-sama memiliki kemudahan dalam bertransaksi.
- e. Produk kearifan lokal menjadi suatu peluang usaha, sebagaimana banyak dikenal orang masyarakat kearifan lokal hanya terpaku budaya adat istiadat. Adanya kearifan lokal berupa makanan Madura akan menarik hati masyarakat luar, yang selama ini Madura lebih dikenal oleh masyarakat dengan kerapan sapinya.
- f. Banyaknya kelompok setempat yang memproduksi petis dengan jenis yang sama, sehingga petis menghadapi ancaman untuk melakukan penjualan. Desa Pesongsongan merupakan sentra perikanan sehingga sangat mudah bagi masyarakat untuk membeli ikan dari hasil tangkapan nelayan, yang kemudian dipindang. Pembelian ikan hasil tangkapan nelayan tidak hanya kelompok saja, namun yang bukan anggota kelompok pun ikut membeli kemudian dipindang. Air limbah hasil pemindangan tersebut digunakan untuk membuat petis, hasilnya ada yang dikonsumsi sendiri ada juga yang kemudian dijual ke pasar, tidak bisa dipungkiri pasar pun banjir produk sejenis sehingga persaingan pun terjadi.
- g. Bertambahnya pengusaha/pelaku usaha baru baik lokal maupun luar daerah menjadi sebuah ancaman bagi usaha petis ikan Pokamsar Mandiri. Bertambahnya pelaku usaha tidak hanya berdampak pada produk di pasaran yang berasal dari berbagai daerah, tapi juga berdampak pada suplai bahan baku, sehingga terjadi kelangkaan dan produksi menjadi lebih sedikit. Tentu hal ini akan menimbulkan persaingan lebih kompleks, sehingga perlu penanganan yang lebih efektif dan efisien demi mensiasati segala kemungkinan yang akan dihadapi.
- h. Cuaca terkadang menjadi pemicu terhambatnya produksi, karena pada saat cuaca buruk para nelayan tidak melaut. Sedangkan bahan baku yang digunakan oleh kelompok untuk memproduksi petis adalah ikan. Apabila nelayan tidak melaut maka stok bahan baku tidak ada, dengan kondisi tersebut membuat Pokamsar Mandiri tidak bisa melakukan produksi karena tidak adanya bahan baku.

Analisis Matriks IFAS dan EFAS

1. IFAS

Matriks IFAS didapat dengan memasukkan hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor kunci internal kemudian memberikan bobot serta *rating*.

Tabel 1. IFAS Usaha Petis Ikan Pokamsar Mandiri

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	BxR
Kekuatan				
1	Multi campur makanan	0.125	4	0.50
2	Bahan baku melimpah	0.125	4	0.50
3	Harga terjangkau	0.125	4	0.50
4	Kualitas produk	0.09375	3	0.28
5	Banyak kandungan gizi	0.09375	3	0.28
	Jumlah	0.5625	18	2.06
Kelemahan				
1	Distribusi produk belum luas	0.0625	2	0.13
2	Kualitas SDM rendah	0.09375	3	0.28
3	Belum ada legalitas	0.09375	3	0.28
4	Kurang promosi	0.09375	3	0.28
5	Modal terbatas	0.09375	3	0.28
	Jumlah	0.4375	14	1.25
	Total	1.00	32	3.31

Perhitungan pada IFAS memperlihatkan faktor-faktor kekuatan utama Pokamsar Mandiri. Kekuatan utama tersebut adalah faktor fleksibilitas/multi campur makanan. Faktor tersebut mendapatkan total skor 0,50. Faktor tersebut memang sangat penting bagi sebuah produk yang tidak dapat dikonsumsi sendirian. Sehingga produk petis dapat dicampur dengan makanan apapun yang konsumen sukai. Kekuatan lain yang dimiliki oleh Pokamsar Mandiri adalah bahan baku melimpah, yang mendapatkan total skor sama yaitu 0,50. Bahan baku sangat penting karena menjadi kebutuhan primer setiap produksi, hal ini akan mempengaruhi keberlanjutan usaha tersebut.

Di lain pihak, kelemahan utama dari usaha abon ikan Pokamsar Mandiri adalah faktor distribusi produk belum luas yang mendapatkan total skor 0.13. Distribusi menjadi sesuatu yang sangat penting karena melalui distribusi suatu produk dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen. Kelemahan lain yang dimiliki adalah belum ada legalitas produk, hal ini produk tidak dapat dipasok ke semua jenis mini market atau pun toko swalayan sehingga berdampak pada jumlah penjualan produk serta perluasan pemasaran produk. Faktor ini mendapatkan total skor sebesar 0,28.

2. EFAS

Matrik EFAS didapat dengan memasukkan hasil identifikasi peluang dan ancaman sebagai faktor kunci eksternal kemudian memberikan bobot serta rating.

Tabel 2. EFAS Usaha Petis Ikan Pokamsar Mandiri

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	BxR
Peluang				
1	Peluang usaha tinggi	0.153846	4	0.62
2	Kemudahan media internet	0.153846	4	0.62
3	Meningkatkan ekonomi masyarakat	0.153846	4	0.62
4	Dekat dengan pusat perbelanjaan	0.115385	3	0.35
5	Produk kearifan lokal	0.115385	3	0.35

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	BxR
	Jumlah	0.692308	18	2.54
	Ancaman			
1	Pesaing dengan produk sejenis	0.076923	2	0.15
2	Tumbuhnya pelaku usaha baru	0.115385	3	0.35
3	Cuaca	0.115385	3	0.35
	Jumlah	0.307692	8	0.85
	Total	1.00	26	3.38

Tabel di atas memperlihatkan nilai EFAS yang terdiri dari peluang dan ancaman. Pada tabel EFAS juga memperlihatkan bahwa peluang utama pada Pokamsar Mandiri adalah peluang usaha tinggi, karena sebagai produk penambah cita rasa makanan tradisional. Faktor ini memperoleh total skor 0.62. Faktor lain yang menjadi peluang dalam mengembangkan usaha adalah kemudahan media internet, di jaman yang sudah berubah menjadi semi digital memberikan kemudahan dalam memasarkan petis ikan tanpa batas daerah dan negara, faktor ini mendapatkan skor 0.62.

Ancaman utama yang dihadapi oleh usaha abon ikan Pokamsar Mandiri adalah faktor pesaing dengan produk sejenis dan pelaku usaha baru, kedua faktor ini mendapatkan skor masing-masing 0.15 dan 0.35. Faktor tersebut menyulitkan memasarkan produk karena pesaing tidak hanya bersaing pada rasanya saja namun juga harga dan kualitas, akibatnya *market share* petis ikan terbagi menjadi kecil-kecil.

Matrik Space Internal & Eksternal (IE)

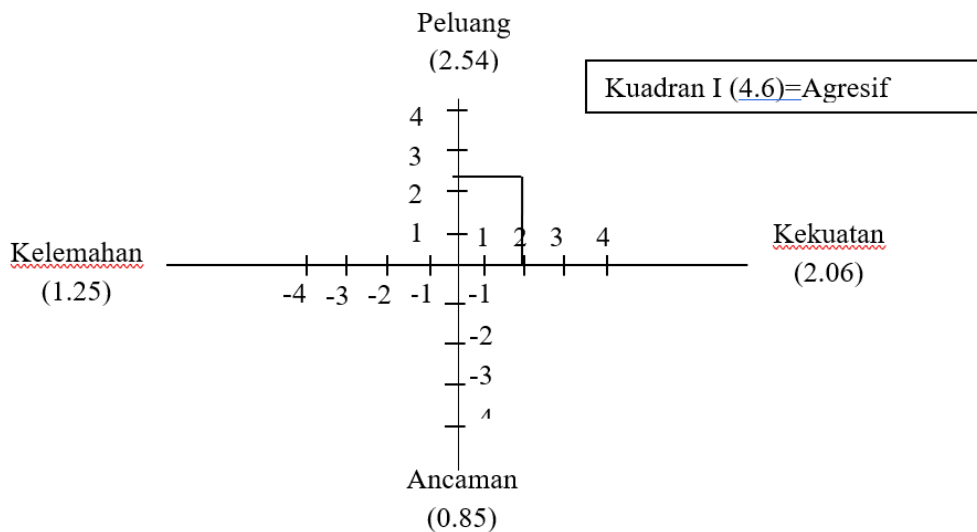
Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan usaha petis ikan di Pokamsar Mandiri diperoleh dari hasil IFAS pada faktor kekuatan (*Strengths*) dan faktor kelemahan (*Weaknesses*) yaitu 2.06 dan 1.25 yang dijadikan sebagai garis horizontal. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal diperoleh dari hasil EFAS pada faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu 2.54 dan 0.85 yang dijadikan sebagai garis vertikal. Setelah diketahui skor dari IFAS & EFAS maka dilanjutkan dengan penghitungan kombinasi antara faktor sebagaimana berikut:

Tabel 3. Jumlah Kombinasi IFAS & EFAS Pada Matrik Space IE

	IFAS	
EFAS	Kekuatan (2.06)	Kelemahan (1.25)
Peluang (2.54)	4.6	3.79
Ancaman (0.85)	2.91	2.1

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3 diketahui jumlah angka kombinasi faktor dari yang terbesar sampai terkecil secara berurutan yaitu pada faktor kekuatan-peluang, kelemahan-peluang, kekuatan-ancaman dan kelemahan-ancaman, kemudian diambil jumlah angka faktor tertinggi dari kombinasi angka faktor usaha petis ikan Pokamsar Mandiri, yaitu kekuatan-peluang.

Penentuan strategi pengembangan usaha petis ikan secara spesifik berdasarkan hasil perhitungan tadi, maka dapat digunakan pendekatan menggunakan *matrik space* IE untuk mengetahui strategi apa yang tepat digunakan agar usaha petis ikan Pokamsar Mandiri dapat berkembang lebih baik lagi (Suhartini, 2012). Strategi pengembangan usaha petis ikan yang diformulasikan berdasarkan konsep Nofrizal (2018) disajikan pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Matriks Space Internal & Eksternal Usaha Petis Ikan Poklahsar Mandiri

Pada gambar di atas diketahui posisi berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usaha petis ikan Pokamsar Mandiri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang (Alam, 2017), meskipun harus juga menyediakan strategi *turn around* yang berada pada kuadran ketiga dengan kombinasi angka tertinggi ke dua pada matrik space IE. Maka penerapan strategi yang dapat digunakan oleh usha petis ikan Pokamsar Mandiri yaitu strategi agresif, strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan kelompok untuk memanfaatkan peluang yang ada (Miharja, 2018).

Analisis Matrik SWOT

Matrik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunies, Threats*) merupakan sebuah alat pencocokan yang digunakan untuk mengembangkan empat jenis strategi, yaitu Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman) (Rangkuti, 2001). Faktor faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diperoleh melalui analisis faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang telah dilakukan sebelumnya. Matrik space IE yang telah dianalisis sebelumnya akan dijadikan acuan untuk menentukan strategi yang tepat bagi usha petis ikan Pokamsar Mandiri. Hasil dari analisis matrik space IE menunjukkan strategi yang tepat bagi Pokamsar Mandiri adalah strategi agresif, tahap selanjutnya adalah pembuatan strategi yang lebih khusus dan spesifik melalui matrik SWOT yang alternatif strateginya memiliki korelasi dengan strategi agresif pada matrik space IE.

Tabel 4. Matrik SWOT Usaha Petis Ikan Pokamsar Mandiri

IFAS EFAS	<i>STRENGTHS</i> (S)	<i>WEAKNESSES</i> (W)
	1. Multi campur makanan 2. Bahan baku melimpah 3. Harga Terjangkau 4. Kualitas Produk 5. Banyak kandungan gizi	1. Distribusi produk belum luas 2. Lgalitas Produk 3. Kualits SDM rendah 4. Kurang promosi 5. Modal Terbatas
<i>OPPORTUNITIES</i> (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Peluang usaha besar 2. kearifan lokal 3. Lokasi dekat pusat perbelanjaan 4. Meningkatkan ekonomi masyarakat 5. kemudahan media Internet	1. Memperluas jaringan distribusi dan pemasaran (S1, S2, S3, S4, S5, O1,O2,O3,O4,O5) 2. Melakukan pengembangan produk melalui perbaikan kualitas kemasan (S1,S2,S3,S4,S5, O1,O2,O3,O4,O5)	1. Aktif melakukan kegiatan promosi (W1,W4,O1,O2,O3, O5) 2. Mengoptimalkan dan meningkatkan produksi (W2,W2,W5, O1,O2,O3,O5)
<i>THREATS</i> (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Pesaing dengan produk sejenis 2. Tumbuhnya pelaku usaha baru 3. Cuaca buruk	1. Meningkatkan kualitas produk, manajemen usaha dan mutu pelayanan kepada konsumen (S1,S2,WS3,S4,S5,T1, T2)	1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam kemampuan manajemen (W1,W3,W5,T1,T2,T 3) 2. Melakukan efisiensi biaya (W2,W3)

Strategi Alternatif

Berdasarkan matriks SWOT (Amalia, 2012) dapat diketahui bahwa ada beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh Pokamsar Mandiri untuk mengembangkan usaha petis ikan untuk menghadapi persaingan dimasa yang akan datang:

1. Strategi SO, merupakan strategi yang digunakan dengan mengandalkan kekuatan perusahaan untuk mendapatkan peluang yang ada.
2. Strategi WO, merupakan strategi untuk memperkecil kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
3. Strategi ST, merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengantisipasi serta mengurangi dampak dari ancaman yang ada.
4. Strategi WT, merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman yang muncul.

Sehingga dari analisis matrik SWOT, maka alternatif strategi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

1. Memperluas jaringan distribusi dan pemasaran

Strategi SO dapat dilakukan dengan strategi memperluas jaringan distribusi dan pemasaran, contoh mencari distributor. Strategi ini diterapkan untuk meningkatkan jumlah produk yang dipasarkan dan memiliki peluang untuk ekspansi pemasaran masih terbuka baik di dalam Kabupaten Sumenep maupun di luar Kabupaten Sumenep.

Kurangnya distribusi produk secara luas ke toko-toko di berbagai daerah Kabupaten Sumenep menjadikan petis ikan Pokamsar Mandiri kurang diketahui keberadaannya di masyarakat, padahal masyarakat mengkonsumsinya tidak hanya waktu tertentu saja, sebagai produk yang tidak dipengaruhi musim dan rasa yang enak dan cocok sebagai pelengkap segala macam makanan menjadikan permintaan petis ikan dari konsumen akan terus ada. Petis ikan yang sudah dikemas dengan plastik secara cukup rapih bisa dijadikan sebagai hadiah maupun buah tangan kepada keluarga dan sahabat. Maka petis ikan perlu memperluas distribusi supaya masyarakat mudah untuk membeli petis ikan, dengan distribusi yang luas dan tepat sasaran akan berakibat pada jumlah penjualan petis ikan sendiri.

2. Melakukan pengembangan produk

Melakukan pengembangan produk melalui perbaikan kulatis kemasan agar lebih mudah dikonsumsi. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cenadi (2000) meneliti mengenai preferensi konsumen terhadap peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. Hasil dari penelitian itu salah satu *point*-nya adalah konsumen tertarik dengan desain kemasan yang ergonomis dan praktis.

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

1. Aktif melakukan kegiatan promosi

Kegiatan promosi saat ini menjadi sesuatu yang sangat penting dalam upaya mengembangkan usaha. Hal ini juga berlaku bagi usaha petis ikan Pokamsar Mandiri. Yang selama ini hanya melakukan penjualan di pasar terdekat. Pokamsar Mandiri perlu melakukan kegiatan promosi lebih aktif lagi sebab selama ini promosi tidak dilakukan secara aktif bahkan tidak sama sekali. Lokasi Pokamsar Mandiri dekat dengan berada di jalur pantura yang menjadi jalan bagi para masyarakat dalam menjalankan aktifitasnya sehari-hari sehingga akan sangat mudah untuk mempromosikan produknya, seperti dengan memasang banner di pinggir jalan. Promosi lain yang dapat dilakukan yaitu dengan cara menjalin kerja sama dengan surat kabar lokal, radio lokal dan dinas kota Selain itu, promosi melalui situs belanja online dan media sosial dapat juga dilakukan dan sangat potensial.

2. Mengoptimalkan dan meningkatkan produksi

Optimalisasi produksi sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan keterbatasan tempat dan modal optimalisasi produksi harus diterapkan sehingga produk tidak hanya cukup didistribusikan di lokal namun juga ke berbagai daerah lainnya.

Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ST berupa strategi meningkatkan kualitas produk dan mutu pelayanan kepada konsumen untuk membuat mereka tetap setia menjadi langganan tetap petis ikan Pokamsar Mandiri, strategi sangat urgen untuk diterapkan, karena apabila

pesaing memiliki produk yang sama baiknya, maka perlu suatu perbedaan dengan mereka, seperti meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Hal lain yang pihak Pokamsar Mandiri perlu perhatikan adalah konsistensi kualitas produk yang dihasilkan, hal ini untuk memberikan kesan rasa khas petis ikan Pokamsar Mandiri, sehingga membedakan dengan produk pesaing, diharapkan dengan kualitas produk yang terjamin dan mutu pelayanan baik mampu memberikan kepuasan pada konsumen, sehingga Pokamsar Mandiri tidak hanya dikenal dengan rasa khas produknya namun juga mutu pelayanannya.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

1. Meningkatkan kualitas SDM dalam kemampuan manajemen

Kualitas sumber daya manusia yang baik merupakan salah satu faktor penentu dalam perkembangan suatu usaha, adanya keterampilan yang dimiliki oleh pekerja sebaiknya ditunjang oleh kualitas sumberdaya yang baik dalam bidang manajemen dan produksi. Kualitas dalam manajemen yang perlu ditingkatkan adalah dalam hal manajemen kelompok dan manajemen produksi. Selain itu ketua Pokamsar Mandiri sebaiknya perlu melakukan perencanaan produksi. Hal ini juga terkait dengan strategi WT yang lain yaitu strategi penghematan biaya, tindakan tersebut diperlukan untuk mengembangkan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Melakukan efisiensi biaya

Biaya menjadi hal yang sangat berpengaruh pada perusahaan terutama di saat tidak menguntungkan. Strategi yang dapat diambil adalah melakukan efisiensi biaya, penghematan dapat dilakukan pada proses produksi seperti dengan membuat perencanaan jumlah produksi yang mendekati jumlah permintaan. Perencanaan ini dapat mencegah penumpukan stok yang berlebih sehingga saat usaha sedang berada pada kondisi yang buruk biaya dapat dihemat. Sehingga jika ada sisa biaya dalam produksi petis ikan maka dapat digunakan untuk memproduksi produk oleh Pokamsar Mandiri, sebab kelompok tersebut tidak hanya memproduksi petis ikan saja tapi berbagai macam produk olahan ikan lain, seperti terasi dan gambir.

Dari penjelasan matrik space IE dan matrik SWOT di atas, maka dapat diketahui bahwa strategi utama yang urgen bahkan harus diambil dan diterapkan oleh Kelompok Pengolah dan Pemasar (Pokamsar) Mandiri adalah strategi *agressive* atau SO. Sehingga nantinya mampu membuat Pokamsar Mandiri lebih berkembang juga maju dan memenangkan persaingan atas para kompetitor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Faktor-faktor lingkungan internal yang dimiliki oleh Pokamsar Mandiri terdiri atas kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama yang dimiliki oleh Pokamsar Mandiri diantaranya multi campur makanan, faktor tersebut memang sangat penting bagi sebuah produk yang tidak dapat dikonsumsi sendirian. Sehingga produk petis dapat dicampur dengan makanan apapun yang konsumen sukai dengan nilai skor 0.50. Kelemahan paling besar yang dimiliki yaitu distribusi produk belum luas dengan nilai skor 0.13.

Faktor-faktor lingkungan eksternal yang dihadapi oleh Pokamsar Mandiri terdiri atas peluang dan ancaman. Peluang utama yang dihadapi oleh Pokamsar Mandiri adalah peluang usaha tinggi karena tidak semua orang dapat dan bisa membuat petis dengan kualitas terbaik, faktor ini mendapatkan nilai skor 0.62, juga

sebagai produk penambah cita rasa makanan. Ancaman utama yang dihadapi oleh Pokamsar Mandiri adalah adanya produksi sejenis di pasaran dengan nilai skor 0.13.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] _____. (2017). Banyaknya Desa Perikanan dan RTP di Kabupaten Sumenep. www.bpsSumenep.go.id. Diakses pada tanggal 21 April 2019.
- [2] Alam, S. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis Swot Pada Jaxs Barbershop di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Karimah STIE Amkop Makassar*, 2(3).
- [3] Amalia, Alif, dkk. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik. *Jurnal Admistrasi Bisnis*, 1(1).
- [4] Anggariyanto, dkk. (2011). Desain Kemasan Petis UD. Ratna Di Desa Soloh Murtajih Kecamatan Pademawu Kabupaten Sumenep. Fakultas Petanian Universitas Trunojoyo.
- [5] BPS Sumenep. (2012). Produk Domestik Regional Bruto Sumenep Menurut Lapangan Usaha 2012-2016. www.bpsSumenep.go.id. Diakses pada tanggal 21 April 2019.
- [6] Fajrita, dkk. (2016). Tingkat Kesukaan Petis Dari Cairan Hasil Pemindangan Bandeng Dengan Penambahan Tepung Tapioka Yang Berbeda. *Jurnal Perikanan Kelautan*, VII(2), 121-127.
- [7] Isnaeni, A. N dkk. (2014). Pengaruh Penambahan Tepung Yang Berbeda Terhadap Kualitas Produk Petis Dari Cairan Sisa Pengukusan Bandeng (*Chanos Chanos Forsk*) Presto. *Jurnal Pengolahan dan Bioteknologi Hasil Perikanan*, 3(3), 40-46.
- [8] Istiqomah & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal BISNIS*, 5(2).
- [9] Kemenperin. (2012). OUTLOOK INDUSTRI 2012. Strategi Percepatan dan Perluasan Agroindustri. Tim INDEF.
- [10] Miharja, K. (2018). Analisa SWOT dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 30-38.
- [11] Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [12] Nofrizal. (2018). Strategy BMT Al-Ittihad Using Matrix IE, Matrix SWOT 8K, Matrix Space and TOWS Matrix. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 6(1), 45-58.
- [13] Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- [14] Porter, M. E. (2008). Strategi Bersaing (Competitive Strategy). Tangerang: Karisma Publishing Group.
- [15] Puryantoro & Suryaningsih, Y. (2018). Perbaikan Kemasan Dan Pemasaran Ikm Petis Ikan Di Desa Kilensari Kecamatan Panarukan. Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2018) Universitas Widyagama Malang.
- [16] Rahmawati, J. D. W. (2013). Jurnal. Pengaruh Kompetensi dan Independensi Terhadap Kualitas Audit.
- [17] Rahmayati, H. M. (2015). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara. *Jurnal Galung Tropika*, 4(1) 60-67.

-
- [18] Suahartini. (2012). Analisa Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. *Jurnal Matrik Teknik Industri Universitas Muhammdiyah Gresik*, XII.
 - [19] Susanto, Eko. (2014). Mempelajari Kinerja Alat Pengasap Ikan Tipe Cabinet dan Pengaruhnya terhadap Mutu Ikan Asap. *Warta IHP/Journal of Agro-based Industry*, 31(1), 32-38.
 - [20] Wahyuningsih, I. dkk. (2013). Analisis Kelayakan Usaha Produksi Sambal Petis Ikan Tuna Siap Saji (Studi Kasus di UD. Madu Prima Sumenep Madura). *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 3(2), 381-389.
 - [21] Wira, R. (2011). Studi Bioekonomi Perikanan Pelagis Di Perairan Selat Madura. Universitas Brawijaya.