

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAMBAL IKAN ROA PADA INDUSTRI “CITARASAKU” KELURAHAN TINGGEDE KECAMATAN MARAWOLA KABUPATEN SIGI

Business Business Development Strategy Roa Sauce Fish in Industry "Citarasaku" Tinggede Village Sub District Marawola Sigi

Malan Haryanto¹⁾, Rustam Abd. Rauf²⁾

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

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

E-mail: Malanharyanto03@gmail.com. E-mail: Rustam.abdrauf@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the business development strategies of fish sambal roa right to apply to Industry "Citarasaku" Tinggede Village District of Marawola Sigi. This research was conducted in September to October 2015, the number of respondents as many as six people. The analysis tool used is the SWOT analysis, by analyzing internal and external factors of the industry 'Citarasaku ". The based on the results of SWOT analysis that the position of industrial strategy "Citarasaku "is at kuadran I is at position strategy Strengths - Opportunities (SO), the result showed some business development strategies roa sauce fish appropriate to be applied in the industry "Citarasaku" ie (a) Utilizing the availability of raw materials to increase production in order to capture opportunities in high demand, (b) Utilizing packaging attractive products and prices affordable products in order to capture opportunities through the rapid development of the media campaign, (c) Continue to maintain the quality of their products in order to capture opportunities from the government through the assistance and activities organized by the government as an exhibition.

Key Words : Citarasaku, strategy development, SWOT Analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha sambal ikan roa yang tepat untuk diaplikasikan pada Industri “Citarasaku” Kelurahan Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September – Oktober 2015, jumlah responden sebanyak 6 orang. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT, dengan menganalisis faktor internal dan eksternal dari industri ‘Citarasaku’. Berdasarkan hasil analisis SWOT bahwa posisi strategi industri “Citarasaku” 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 “Citarasaku” yaitu (a) Memanfaatkan ketersediaan bahan baku untuk meningkatkan produksi guna menangkap peluang permintaan yang tinggi, (b) Memanfaatkan kemasan produk yang menarik serta harga produk yang terjangkau guna menangkap peluang melalui perkembangan media promosi yang cepat, (c) Terus menjaga kualitas produk guna menangkap adanya peluang dari pemerintah melalui bantuan-bantuan serta kegiatan-kegiatan yang diadakan pemerintah seperti pameran.

Kata Kunci : Analisis SWOT, citarasaku, strategi pengembangan.

PENDAHULUAN

Lebih dari delapan puluh persen potensi laut indonesia belum dieksplorasi

dan dikelola dengan baik. Laut memiliki potensi luar biasa yang dapat digali dari berbagai sektor, mulai sektor transportasi, ekspor impor, minyak, perikanan, pariwisata,

sampai sektor potensi laut. 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, 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).

Potensi sumberdaya ikan, sumberdaya manusia serta permintaan pasar yang terus meningkat, memungkinkan bagi kita untuk mewujudkan industri perikanan yang kokoh, mandiri dan berkelanjutan serta memperluas penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan nelayan, meningkatkan konsumsi dalam negeri, dan meningkatkan penerimaan devisa negara yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Nikijuluw 2002 dalam Oktaviani D, dkk 2012).

Menurut Reppie dan Luasunaung (2011) dalam Kawimbang, dkk (2012), ikan julung-julung 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.

Ikan Roa merupakan jenis ikan air laut yang telah melalui proses pematangan dengan cara pengasapan (bukan dijemur ataupun dibakar). Butuh waktu berhari-hari untuk mengasapi ikan Roa hingga matang. Ikan Terbang atau ikan Julung-julung yang telah matang diasapi itulah yang kemudian disebut sebagai ikan Roa. Ikan Roa yang dijual di pasaran, pada umumnya dikemas dengan cara tradisional, yaitu dijepit menggunakan kayu atau bambu, yang bagi

masyarakat Manado dikenal dengan sebutan digepe (Sambalroakianna, 2013).

Usaha sambal yang terbuat dari ikan Roa dapat juga 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).

Industri Citarasaku merupakan industri yang terletak di Kabupaten Sigi, industri Citarasaku berdiri pada tahun 2008 sampai sekarang, beberapa produk yang telah dihasilkan antara lain dodol rumput laut, manisan rumput laut, dan pia. Seiring berjalannya waktu, salah satu olahan terbaru dari industri Citarasaku yaitu Sambal Ikan Roa, olahan berbahan dasar ikan roa ini mulai banyak diminati oleh konsumen dan menjadi peluang usaha baru bagi industri Citarasaku, hal inilah yang mendasari pemilik industri citarasaku untuk melakukan pengembangan usaha. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha sambal ikan roa agar dapat memberikan gambaran kepada Industri Citarasaku mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi dalam mengembangkan usaha tersebut.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan usaha sambal ikan roa yang tepat untuk diaplikasikan pada Industri "Citarasaku" Kelurahan Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Industri "Citarasaku" Kelurahan Tinggede

Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa industri Citarasaku merupakan salah satu industri yang sudah cukup lama dijalankan dan memiliki nilai yang cukup tinggi terhadap produk yang dihasilkan berupa Sambal ikan roa. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September - Oktober 2015.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung pada pimpinan industri "Citarasaku", karyawan, konsumen, dan pegawai dari Instansi Dinas Kelautan dan Perikanan dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionary*), dan data sekunder diperoleh dari literatur, dan beberapa instansi yang terkait langsung dengan penelitian ini.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT. Data dan informasi akan dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal organisasi. Disamping itu, analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis lingkungan makro dan mikro yang diperlukan dalam penentuan posisi bertahan yang terbaik bagi organisasi untuk merumuskan strategi jangka panjang. Langkah-langkah dalam analisis data adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis situasi usaha secara internal dan eksternal dengan mengilustrasikan bagaimana peluang dan ancaman yang merupakan faktor-faktor eksternal yang dihadapi oleh usaha dapat dipertemukan dengan kekuatan dan kelemahan yang merupakan faktor-faktor internal usaha. Sehingga dapat diketahui posisi usaha saat ini.
2. Menentukan strategi bagi industri dalam melakukan pengembangan usaha.

Penilaian internal dilakukan untuk mengukur sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi. Langkah yang ringkas dalam melakukan

penelitian internal organisasi adalah dengan menggunakan matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*), Kemudian penelitian eksternal organisasi dengan menggunakan matriks EFE (*External Factors Evaluation*).

Tahap-tahap untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal dalam matriks EFE dan IFE adalah sebagai berikut:

1. Pada kolom 1, tentukan faktor-faktor strategi eksternal 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 dengan menggunakan metode *Paired Comparison* (Tabel 6). 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 menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus :

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Keterangan :

- α_i : Bobot faktor ke-i
 X_i : *Rating* ke-i
 $\sum X_i$: Total *Rating* ke-i
n : Jumlah Variabel
i : 1, 2, 3,...n

Matriks SWOT digunakan untuk menetapkan strategi perusahaan. 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 1.

Tabel 1 : Matriks SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	Strength – S (Daftar Kekuatan dari Faktor Internal)	Weakness - W (Daftar Kelemahan dari Faktor Internal)
Opportunities – O (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 – T (Daftar Ancaman dari Faktor Eksternal)	Strategi ST Gunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman	Strategi WT Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Tabel 2. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Industri Citarasaku.

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
a. Ketersediaan bahan baku	a. Adanya bantuan pemerintah
b. Kemasan produk menarik	b. Berkembangnya media promosi
c. Kualitas produk	c. Produk tergolong baru
d. Harga terjangkau	d. Permintaan yang tinggi
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Ancaman (<i>Threaths</i>)
a. Lokasi usaha yang kurang strategis	a. Kenaikan harga bahan baku
b. Belum efektifnya promosi	b. Munculnya produk sejenis
c. Kurangnya tenaga kerja	c. Tingkat persaingan yang tinggi
d. Produksi masih rendah	d. Selera konsumen yang berubah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses produksi merupakan kegiatan ini dari suatu usaha yang dijalankan, melalui proses ini diharapkan perusahaan mendapatkan keuntungan melalui nilai tambah yang diciptakan. Industri Citarasaku dalam melakukan proses produksi sambal ikan roa tentunya perlu melalui beberapa tahapan, adapun tahapan dalam proses produksi sambal ikan roa meliputi menyiapkan bahan baku dan bumbu, membersihkan bahan dan bumbu, menghaluskan bahan dan bumbu, memasak bahan dan bumbu, pendinginan, pengemasan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, didapatkan faktor Internal dan eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha Sambal Ikan Roa. Hasil identifikasi faktor Internal dan Eksternal dapat dilihat pada Tabel 2.

Setelah faktor-faktor strategis internal pada Industri Citarasaku teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFE (*Internal Factors Evaluation*). 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 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor Internal tabel IFE yaitu sebesar 3,48, dengan koefisien Kekuatan (*Strenghts*) sebesar 2,19 dan koefisien Kelemahan (*Weakness*) sebesar 1,29. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Kekuatan yang dimiliki oleh Industri Citarasaku lebih besar dari faktor Kelemahan, oleh karena itu Industri Citarasaku dapat lebih memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi Kelemahan yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Tabel 3. Analisis SWOT matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) Industri Citarasaku.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
1 Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
a. Ketersediaan bahan baku	0.16	4	0.64
b. Kemasan produk menarik	0.13	3	0.39
c. Kualitas produk	0.15	4	0.60
d. Harga terjangkau	0.14	4	0.56
Sub Total	0.57	15	2.19
2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
a. Lokasi usaha yang kurang strategis	0.11	3	0.33
b. Belum efektifnya promosi	0.12	3	0.36
c. Kurangnya tenaga kerja	0.10	3	0.30
d. Produksi masih rendah	0.10	3	0.30
Sub Total	0.43	12	1.29
Total (1+2)	1	27	3.48
Sumbu X (Sub total 1 – Sub total 2)			0.90

Tabel 4. Analisis SWOT matriks EFE (*Eksternal Factors Evaluation*) Industri Citarasaku

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
1 Peluang (<i>Opportunity</i>)			
a. Adanya bantuan pemerintah	0.13	3	0.39
b. Berkembangnya media promosi	0.13	3	0.39
c. Produk tergolong baru	0.13	3	0.39
d. Permintaan yang tinggi	0.14	4	0.56
Sub Total	0.54	13	1.73
2 Ancaman (<i>Threats</i>)			
a. Kenaikan harga bahan baku	0.12	3	0.36
b. Munculnya produk sejenis	0.11	3	0.33
c. Tingkat persaingan yang tinggi	0.11	3	0.33
d. Selera konsumen yang berubah	0.12	3	0.36
Sub Total	0.46	12	1.38
Total (1+2)	1	25	3.11
Sumbu Y (Sub total 1 – Sub total 2)			0.35

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot dari faktor internal Industri Citarasaku, diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor Kekuatan (*Strenghts*) dan total skor faktor Kelemahan (*Weakness*). Hasil pengurangan yaitu $2,19 - 1,29 = 0,90$ yang dijadikan sebagai sumbu Horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam Diagram SWOT adalah 0,90.

Setelah faktor-faktor strategis Eksternal pada Industri Citarasaku teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFE (*Ekternal Factors Evaluation*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap *Rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai faktor eksternal. Pembobotan untuk masing-masing nilai faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 5. Strategi pengembangan usaha sambal ikan roa pada industri “Citarasaku”

IFE	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	<ul style="list-style-type: none"> a. Ketersediaan bahan baku b. Kemasan produk menarik c. Kualitas produk d. Harga terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi usaha yang kurang strategis b. Belum efektifnya promosi c. Kurangnya tenaga kerja d. Produksi masih rendah
EFE		
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
<ul style="list-style-type: none"> a. Adanya bantuan pemerintah b. Berkembangnya media promosi c. Produk tergolong baru d. Permintaan yang tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku untuk meningkatkan produksi guna menangkap peluang permintaan yang tinggi b. Memanfaatkan kemasan produk yang menarik serta harga produk yang terjangkau guna menangkap peluang melalui perkembangan media promosi yang cepat. c. Terus menjaga kualitas produk guna menangkap adanya peluang dari pemerintah melalui bantuan-bantuan serta kegiatan-kegiatan yang diadakan pemerintah seperti pameran. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan peluang permintaan yang tinggi dan menambah jumlah tenaga kerja sehingga dapat meningkatkan produksi. b. Memanfaatkan perkembangan media promosi saat ini sehingga promosi jauh lebih efektif c. Memanfaatkan bantuan dari pemerintah seperti pameran-pameran untuk menjelasak kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui letak dari usaha.
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
<ul style="list-style-type: none"> a. Kenaikan harga bahan baku b. Munculnya produk sejenis c. Tingkat persaingan yang tinggi d. Selera konsumen yang berubah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Memaksimalkan ketersediaan bahan baku dalam produksi guna menekan ancaman terjadinya kenaikan harga bahan baku b. Mempertahankan dan menjaga kualitas produk dalam mengantisipasi selera konsumen yang berubah c. Memanfaatkan kemasan produk yang menarik serta harga produk yang terjangkau guna mengantisipasi persaingan akibat dari munculnya produk sejenis serta mengatasi tingkat persaingan yang tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengefektifkan promosi untuk menghadapi persaingan dari produk sejenis b. Penambahan jumlah tenaga kerja serta meningkatkan jumlah produksi guna menghadapi persaingan yang tinggi dari industri lain.

Sumber : Data primer setelah diolah, 2015.

Tabel 4 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor Eksternal tabel EFE yaitu sebesar 3,11, dengan koefisien Peluang (*Opportunity*) sebesar 1,73 dan koefisien Ancaman (*Threats*) sebesar 1,38. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Peluang yang dimiliki oleh Industri Citarasaku lebih besar dari faktor Ancaman, oleh karena itu Industri Citarasaku dapat lebih memanfaatkan faktor Peluang yang dimiliki untuk mengatasi Faktor Ancaman yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot dari faktor Eksternal Industri Citarasaku, diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor Peluang (*Opportunity*) dan total skor faktor Ancaman (*Threats*). Hasil pengurangan yaitu $1,73 - 1,38 = 0,35$ yang dijadikan sebagai sumbu Vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam Diagram SWOT adalah 0,35.

Berdasarkan tahapan dalam analisis SWOT, setelah analisis IFE dan EFE pada Tabel 3 dan Tabel 4 dan diagram SWOT, maka tahap selanjutnya adalah membuat diagram matriks SWOT. Tujuan diagram matriks SWOT adalah untuk menetapkan strategi S-O (Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam mengambil keputusan), W-O (Gunakan peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki), S-T (Gunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman) dan strategi W-T (Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman).

Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal pada industri "Citarasaku", maka dapat digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang. Dari hasil kuadran diagram SWOT, maka penetapan strategi yang dapat digunakan pada industri "Citarasaku" yaitu strategi SO.

Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan oleh industri "Citarasaku" karena strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Strategi pengembangan usaha sambal ikan roa pada industri "Citarasaku" dapat dilihat pada Tabel 5.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis SWOT, maka dapat disimpulkan bahwa strategi

pengembangan usaha sambal ikan roa yang tepat untuk digunakan pada industri "Citarasaku" yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (strategi S-O). Posisi kuadran berada pada kuadran satu atau pada posisi strategi kekuatan terdiri atas tiga strategi yaitu Memanfaatkan ketersediaan bahan baku untuk meningkatkan produksi guna menangkap peluang permintaan yang tinggi, Memanfaatkan kemasan produk yang menarik serta harga produk yang terjangkau guna menangkap peluang melalui perkembangan media promosi yang cepat, Terus menjaga kualitas produk guna menangkap adanya peluang dari pemerintah melalui bantuan-bantuan serta kegiatan-kegiatan yang diadakan pemerintah seperti pameran.

Saran

Industri "Citarasaku" sebaiknya perlu meningkatkan kuantitas dan kualitas dari produk sambal iakan roa sehingga dapat memenuhi permintaan yang tinggi, serta meningkatkan kerja sama dengan pihak pemerintah guna mendukung program pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwasmito, 2012. *Pengembangan Kawasan Pesisir untuk Industri Perikanan Terpadu*. <http://adiwasmito.blogspot.in>. Diakses pada Tanggal 26 Juni 2015.
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategis*. Edisi Kesembilan. PT. Intan Sejati Klaten, Jakarta
- Kawimbang Elyezer, Isrojaty J. Paransa, Mariana E. kayadoe. 2012. *Pendugaan Stok dan Musim Penangkapan Ikan Julung-julung dengan Soma Roa Di Perairan Tagulandang, Kabupaten Kepulauan Siau Tagulandang Biaro*. J. Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap. Vol. 1 (1) : 10-17. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Oktaviani D, Ir. Sarjito, MT. 2012. *Pengembangan Industri Berbasis Perikanan dengan Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Tuban*. J. Teknik Pomits. Vol. 1. No. 1. (2012)

- 1-4. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Surabaya.
- Sambalroakianna, 2013. *IKan roa dan Sambal Roa Kianna*. <http://sambalroakianna.blogspot.com>. Diakses pada Tanggal 24 Juni 2015.
- Yantu, M.R. Sisfahyuni, Ludin dan Taufik, 2008. *Komposisi Industri yang Membangun Sektor Pertanian Sulawesi Tengah*. J. Agroland 15 (4) : 316-322, Desember. 2008.