

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ABON PADA UKM MUTIARA DI KOTA PALU

Business Development Strategy of Small enterprise “Mutiara” on Abon Beef at Palu

Fitrawati Wahida¹⁾, Marhawati M²⁾, Alimuddin Laapo²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾ Staf Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

ABSTRACT

Mutiara, a small enterprise (SMEs) at Palu city produced shredded beef and fish known as Abon beef and Abon fish. This study aimed to analyze business development strategy for the abon beef and fish. The results showed Abon beef was amounted to 7,018 whereas 4,917 for abon fish, this was calculated based on MPE method. Abon fish with this value is more potential for future development. Total value obtained from the calculation of internal factors and external factors namely internal factor as 3.45 with strength score of 2.61 and weaknesses score by 0.84. This condition indicates that the power factor is owned by SMEs Mutiara larger than weakness factor, while for external factors have a value of 3.00 with opportunity score of 2.61 and threats of 0.39, respectively, it shows the factors that are owned by SME opportunities Mutiara greater than the threats, it can be concluded that the use of alternative strategies is based on SO method (strengths opportunities), using the strength to take advantage of existing opportunities.

Keywords: MPE, SWOT, strategy, SMEs Mutiara, Abon industry

ABSTRAK

Usaha Abon UKM Mutiara di Kota Palu merupakan salah satu usaha rumah tangga yang memproduksi abon ikan dan abon sapi. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis alternatif pengembangan usaha antara abon sapi dengan abon ikan pada UKM tersebut. Berdasarkan perhitungan menggunakan MPE diperoleh nilai untuk abon sapi sebesar 7.018, sedangkan abon ikan 4.917. Hasil dari perhitungan tersebut menyimpulkan bahwa usaha abon ikan lebih potensial untuk dikembangkan. Total nilai yang diperoleh dari perhitungan faktor internal dan faktor eksternal, yaitu untuk faktor internal memiliki nilai sebesar 3,45 dengan skor kekuatan 2,61 dan skor kelemahan sebesar 0,84. Kondisi ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki oleh UKM Mutiara lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternal memiliki nilai sebesar 3,00 dengan skor peluang 2,61 dan skor ancaman sebesar 0,39, hal tersebut menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UKM Mutiara lebih besar dari faktor ancaman, dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi yang digunakan UKM Mutiara yaitu menggunakan strategi SO (strengths opportunities), dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci : MPE, SWOT, strategi, UKM Mutiara, Usaha Abon.

PENDAHULUAN

Peran subsektor peternakan dan perikanan juga berkontribusi sangat penting dan cukup potensial dalam pembangunan pondasi sektor pertanian di Indonesia. Kebijakan

yang ditempuh pemerintah dalam melakukan transformasi struktur perekonomian juga merupakan refleksi dari prioritas dan strategi yang dipilih walaupun sering melalaikan basis penting sektor pertanian dalam penerapan Kebijakan ekonomi makro umumnya. Ikan

sebagai komoditi utama di sub sektor perikanan merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein. Manusia sangat memerlukan protein ikan karena selain mudah dicerna, pola asam amino protein ikan pun hampir sama dengan pola asam amino yang terdapat dalam tubuh manusia, di samping itu, kadar lemak ikan yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. (Afrianto dan Liviawaty, 1989).

Ardyansah (2011), menyatakan bahwa, ikan dapat diolah menjadi produk olahan seperti kerupuk, tepung ikan, abon ikan, ikan kaleng. Salah satu produk abon ikan merupakan produk olahan yang sudah cukup dikenal luas oleh masyarakat. Abon ikan merupakan jenis makanan olahan ikan yang diberi bumbu, diolah dengan cara perebusan dan penggorengan. Produk yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas, dan mempunyai daya awet yang relatif lama.

UKM Mutiara memiliki dua jenis olahan abon yaitu abon ikan dan abon sapi dalam hal ini peneliti ingin melihat seberapa besar perbandingan antara usaha abon ikan dan abon sapi. Penelitian lebih mengarah kepada strategi pengembangan usaha. Fasilitas teknologi dalam pembuatan abon dari segi peralatan mesin sudah sangat modern, untuk itu UKM Mutiara berharap pemerintah dapat memberikan perhatian yang lebih agar usaha abon lebih meningkat.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah prospek pengembangan antara Usaha abon ikan dengan abon sapi?
2. Bagaimanakah strategi pengembangan Usaha Abon yang memiliki potensial untuk dikembangkan oleh UKM Mutiara di Kota Palu?

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, penelitian bertujuan:

1. Menganalisis alternatif pengembangan Usaha antara abon sapi dengan abon ikan di UKM Mutira di Kota Palu

2. Menganalisis strategi pengembangan Usaha Abon yang berpotensi untuk dikembangkan oleh UKM Mutiara

Kegunaan dari penelitian ini untuk memberikan manfaat bagi peneliti sendiri dan semua pihak yang terkait yakni UKM Mutiara pelaku utama, serta sebagai bahan referensi dasar dan pembanding bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian dibidang yang sama.

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di UKM Mutiara Jl. Abd Rahman Saleh, BTN Mutiara Indah Blok E No 3 Palu. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa UKM Mutiara "Hj. Mbok Sri" merupakan salah satu pengelola usaha abon sapi dan ikan yang ada di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan bulan September 2012.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*), yakni dimana responden sebanyak 4 orang 1 orang dari pimpinan UKM Mutiara, 3 orang konsumen, Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi, dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionnaire*), data sekunder diperoleh dari beberapa literatur dan hasil kajian dari instansi yang terkait dalam penelitian ini.

Tujuan penelitian pertama dijawab dengan menggunakan analisis metode perbandingan eksponensial (MPE). Menurut (Marimin 2004), formulasi matematik MPE adalah sebagai berikut:

$$(TN_i) = \sum_{j=1}^m (RK_{ij})^{TKK_j}$$

Dimana:

TN_i = Total nilai alternatif usaha abon yang berprospek ke i

RK = Derajat kepentingan relatif (skor) pada setiap kriteria keputusan kj pada pilihan usaha abon ke i

$TKK_j =$ Derajat kepentingan (bobot) kriteria keputusan ke j , $TKK_j > 0$, bulat
 $m =$ Jumlah usaha abon sapi dan abon ikan.
 $j =$ Jumlah kriteria keputusan; $j = 5$ kriteria

Tujuan penelitian yang kedua dijawab dengan menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*), dimana analisis SWOT digunakan menghasilkan strategi pengembangan usaha abon (Rangkuti, 1997). Matriks SWOT ialah alat pencocok yang penting, bertujuan untuk menghasilkan strategi alternatif yang layak bagi suatu usaha/perusahaan. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Marimin (2004), mengemukakan pembobotan faktor-faktor internal dan eksternal menggunakan metode pembobotan dengan cara membandingkan faktor yang satu dengan lainnya, berdasarkan faktor tersebut terhadap pengusaha produk abon, nilai bobot dengan skala 1,3,5,7 dengan kualifikasi sebagai berikut.

- ❖ Skor 1 = kriteria /alternative sama penting dengan kriteria /alternative B
- ❖ Skor 3 = A sedikit lebih penting dari B
- ❖ Skor 5 = A lebih penting dari B
- ❖ Skor 7 = A jelas lebih penting dari B

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis Abon yang Berprospek Dikembangkan.

Hasil wawancara dari pimpinan perusahaan pada usaha produk abon UKM Mutiara di Kota Palu diperoleh data abon sapi dan abon ikan sebagai berikut:

Tabel 1. Tabulasi Data Abon Sapi dan Abon Ikan Pada UKM Mutiara di Kota Palu, 2012.

No	Jenis Produk	TN	Rating
1	Abon Sapi	7.018	1
2	Abon Ikan	4.917	2

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2012

Tabel 1 menunjukkan, total tiap kriteria abon sapi dan abon ikan pada UKM Mutiara di Kota Palu diperoleh yaitu total kriteria abon sapi sebesar 7.018, total kriteria abon ikan sebesar 4.917. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan teknik MPE dapat disimpulkan bahwa usaha abon yang paling potensial untuk dikembangkan adalah abon ikan, dengan total 4.917 dengan nilai rating 2. Abon sapi menempati urutan pertama dengan total 7.018 dengan rating 1 sebagai usaha abon yang juga potensial untuk dikembangkan

Strategi Pengembangan Usaha Abon Berprospek.

a. Analisis Faktor Internal

Faktor-faktor strategis internal UKM Mutiara teridentifikasi, selanjutnya disusun dalam suatu Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), menyatakan untuk merumuskan faktor-faktor internal tersebut dalam kerangka kekuatan dan kelemahan pengembangan usaha abon ikan.

Tabel 2 menunjukkan, total yang diperoleh tabel IFAS yaitu sebesar 3,45 dengan skor kekuatan 2,61 dan skor kelemahan sebesar 0,84. hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki UKM Mutiara lebih besar dari faktor kelemahan. UKM Mutiara dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usaha produk abon ikan kedepan. Hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan usaha abon ikan UKM Mutiara diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yaitu $2,61 - 0,84 = 1,77$ yang dijadikan sebagai sumbu fertikal atau sumbu X, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,77.

b. Analisis Faktor Eksternal

Setelah faktor-faktor strategis eksternal UKM Mutiara teridentifikasi, selanjutnya disusun dalam suatu tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), menyatakan untuk merumuskan faktor-faktor eksternal tersebut dalam kerangka peluang dan ancaman pengembangan produk abon ikan sebagai berikut.

Tabel 2. IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) Produk Abon Ikan UKM Mutiara di Kota Palu, 2012.

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan				
1	Kemasan yang menarik	0,29	4	1,16
2	Kualitas produk dg cita rasa yang khas	0,16	4	0,64
3	Teknologi yang digunakan sangat modern	0,17	3	0,51
4	Bahan baku	0,10	3	0,30
Sub Total		0,72	14	2,61
Kelemahan				
5	Pembagian kerja yang jelas	0,12	3	0,36
6	Lokasi usaha yang kurang strategi	0,09	3	0,27
7	Modal	0,07	3	0,21
Sub Total		0,28	9	0,84
Total (I+II)		1,00	23	3,45

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2012

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*) Produk Abon Ikan UKM Mutiara di Kota Palu, 2012.

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang				
1	Meningkatkan Pendapatan masyarakat setempat	0,49	3	1,47
2	Bertambah jumlah penduduk	0,22	3	0,66
3	Banyaknya konsumen	0,16	3	0,48
Sub Total		0,87	9	2,61
Ancaman				
4	Persaingan dari industri lain	0,08	3	0,24
5	Iklim	0,05	3	0,15
Sub Total		0,13	6	0,39
Total (I+II)		1,00	15	3,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2012

Tabel 4. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal Produk Abon Ikan UKM Mutiara Di Kota Palu, 2012.

Kriteria	Koordinat	Ket
Faktor Internal		
Kekuatan	1,77	Sumbu X
Kelemahan		
Faktor Eksternal		
Peluang	2,22	Sumbu Y
Ancaman		

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2012.

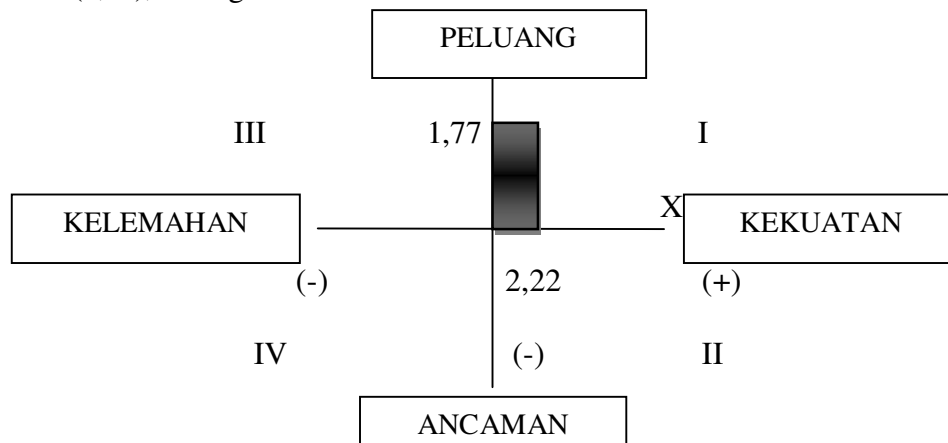
Tabel 3 menunjukkan, total skor yang diperoleh tabel EFAS yaitu sebesar 3,00 dengan skor peluang 2,61 dan skor ancaman sebesar 0,39. hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UKM Mutiara lebih besar dari faktor ancaman. UKM Mutiara dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usaha produk abon ikan kedepan. Hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal strategi pengembangan usaha abon ikan UKM Mutiara diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor peluang (*Opportunities*) dan

ancaman (*Threats*) yaitu $2,61 - 0,39 = 2,22$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 2,22.

Berdasarkan hasil dari pembobotan faktor internal dan faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar (1,77), sedangkan skor faktor eksternal

yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar (2,22) seperti tersaji pada Tabel 4.

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadrat usaha abon ikan UKM Mutiara yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1.



Gambar 1. Posisi Pengembangan Strategi Usaha Abon Ikan UKM Mutiara Di Kota Palu

Tabel 5. Diagram Matriks SWOT Pengembangan usaha Abon Ikan UKM Mutiara Di Kota Palu, 2012

IFAS EFAS	<u>Strengths (S)</u>	<u>Weaknesses (W)</u>
		a. Kemasan b. Kualitas produk c. Teknologi
<u>Opportunities (O)</u>	<u>Strategi SO</u>	<u>Strategi WO</u>
a. Pendapatan b. Bertambah jumlah penduduk c. Banyaknya konsumen d. Bahan Baku (Potensi Ikan)	1. Memanfaatkan teknologi yang digunakan guna memperoleh pendapatan yang tinggi. 2. Memanfaatkan kualitas produk guna menarik perhatian jumlah penduduk 3. Memanfaatkan kemasan guna menarik perhatian banyaknya konsumen	1. Memperluas Jangkauan perolehan bahan baku Tuna (Abon Ikan) 2. Meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan banyaknya konsumen 3. Meningkatkan tenaga kerja dengan memanfaatkan jumlah penduduk guna pengolahan bahan baku.
<u>Threats (T)</u>	<u>Strategi ST</u>	<u>Strategi WT</u>
a. Persaingan dari industri lain b. Iklim	1. Mempertahankan kualitas usaha abon ikan guna menghadapi persaingan dari industri lain.	1. Meningkatkan bahan baku pembuatan abon ikan. 2. Memperkenalkan produk abon ikan yang dihasilkan dengan cara dipasarkan.

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan produk abon ikan UKM Mutiara berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang. Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal pada usaha abon ikan UKM Mutiara, maka dapat digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang tepat digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang lebih baik lagi. Dari hasil kuadran SWOT di atas, maka penerapan strategi yang dapat digunakan UKM Mutiara yaitu strategi SO. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada Tabel 5.

Berdasarkan matriks SWOT IFAS dan EFAS, dapat ditetapkan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan dalam mendukung perkembangan usaha abon ikan UKM Mutiara di Kota Palu sebagai berikut:

1. Memperluas jangkauan perolehan bahan baku Tuna (abon ikan)

2. Memanfaatkan kemasan dan kualitas produk abon ikan yang ada guna menarik minat banyaknya konsumen.
3. Memanfaatkan Tenaga kerja yang tersedia guna pengolahan bahan baku yang tersedia.
4. Memanfaatkan teknologi yang ada guna perkembangan usaha abon ikan kedepannya.
5. Memanfaatkan lokasi yang sangat strategis guna menarik banyaknya konsumen dari daerah lain.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil diperoleh dengan teknik MPE dapat disimpulkan bahwa usaha abon yang paling potensial untuk dikembangkan adalah abon ikan dibandingkan abon sapi. Agar supaya abon ikan lebih menguntungkan, maka diperlukan perbaikan dalam faktor pengadaan bahan baku.

Alternatif Strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha abon ikan UKM Mutiara di Kota Palu. Agar prospeknya sama dengan abon sapi, yaitu menggunakan strategi SO dimana UKM Mutiara memiliki kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, E. Dan Liviawaty. 1989. *Pengawetan dan Pengolahan Ikan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Ardyansah, 2011. *Manfaat Ikan Untuk Perkembangan Otak Janin dalam Kandungan*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- Marimin., 2004. *Teknik dan Aplikasi: Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.