i tabaos, Vol. 5 No. 1 **Februari, 2025**
E-ISSN: 2829-8179

STRATEGI PENGEMBANGAN IKM BERBASIS MARITIM DI DESA KAWA

(*DEVELOPMENT STRATEGY FOR MARITIME-BASED SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN KAWA VILLAGE*)

Wa Sari[1,*], Alfredo Tutuhatunewa[1], Richard A. de Fretes [1]
[1] Program Studi Teknik Industri, Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia

* *E-mail*: wasarieca@gmail.com

ABSTRAK

Desa Kawa merupakan salah satu daerah yang kaya akan sumber daya maritim, terutama ikan tuna. Namun potensi ini belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh masyarakat desa Kawa. IKM bakso ikan merupakan salah satu jajanan yang laris di desa Kawa, tetapi usaha tidak berkembang dan tidak berproduksi setiap hari. Penelitian ini menggunakan metode SWOT untuk menganalisis strategi pengembangan IKM di desa Kawa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan IKM bakso ikan melalu identifikasi faktor internal dan eksternal. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuisioner, dan studi pustaka. Analisis matriks IFAS dan EFAS menghasilkan 22 faktor dengan posisi IKM bakso ikan berada pada kuadran I dengan strategi agresif dan strategi dari hasil analisis matriks SWOT, digunakan strategi SO pengembangan Produk Inovatif dan Segmentasi Pasar yang Lebih Luas (S1, S2, O2, 05, 07). Prioritas strategi pengembangan IKM POKLAHSAR adalah strategi WO.

Kata Kunci: *IKM Bakso, Strategi pengembangan, SWOT*

ABSTRACT

Kawa Village is an area rich in maritime resources, especially tuna. However, this potential has not been fully exploited by the Kawa village community. IKM fish balls are one of the best-selling snacks in Kawa village, but the business is not developing and does not produce every day. This research uses the SWOT method to analyze SME development strategies in Kawa village. This research aims to analyze the development strategy for fish ball SMEs through identifying internal and external factors. The data analysis method used is descriptive qualitative and quantitative with data collection techniques through observation, interviews, questionnaires and literature study. IFAS and EFAS matrix analysis produces 22 factors with the position of fish ball SMEs in quadrant I with aggressive strategies and strategies from the results of the SWOT matrix analysis, the SO strategy of Innovative Product Development and Wider Market Segmentation is used (S1, S2, O2, 05, 07). The priority of the POKLAHSAR SME development strategy is the WO strategy.

Keywords*: Meatball IKM, Development strategy, SWOT*

1. PENDAHULUAN

Indonesia membutuhkan telaah kebijakan dan kajian yang lebih mendalam agar masa depan negeri ini sebagai Negara Maritim, khususnya dari aspek ekonomi, dapat lebih terukur dan optimal, dalam pengalokasian sumber daya yang ada untuk memajukan sektor maritim Indonesia (Chandra et al., 2019).

Pengembangan produk olahan hasil perikanan, seperti bakso ikan, di Indonesia tidak hanya mendorong konsumsi ikan tetapi juga meningkatkan nilai gizi masyarakat. Meskipun bakso

tradisional terbuat dari daging sapi atau ayam, bakso ikan semakin populer dan tersedia di berbagai sektor pasar, termasuk rumah tangga, kuliner, dan supermarket (Sinaga et al., 2017).

Desa Kawa, Kecamatan Seram Barat, Kabupaten Seram Bagian Barat, Provinsi Maluku, adalah daerah maritim dengan mayoritas penduduk sebagai nelayan dan petani berpendidikan rendah. Ada sekitar 10 (sepuluh) tempat pengolahan ikan di Desa Kawa mengasilkan tetelan ikan tuna, hampir puluhan kg/hari tempat pengolahan ikan menghasilkan tetelan ikan tuna. Usaha bakso ikan merupakan salah satu jajanan yang laris di Desa Kawa, tetapi usaha tidak berkembang dan tidak berproduksi setiap hari. Dengan permasalahan tersebut perlu memformulasikan strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha bakso ikan. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian berbasis pendekatan analisis SWOT yang bertujuan mendapatkan alternatif strategi dalam mengembangkan usaha bakso ikan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan solusi atau model bagi IKM bakso ikan dalam mengembangkan usaha dan memanfaatkan sumber daya dengan lebih bijaksana dan berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Strategi pengembangan Industri Maritim

Industri maritim mencakup semua aktivitas manusia yang memanfaatkan ruang laut dan sumber daya alam laut untuk kehidupan mereka, baik dalam konteks komersial, teritorial, maupun ritual. Industri ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi, menjadi penyedia lapangan kerja terbesar, memiliki sejarah panjang, dan berdampak luas secara politik (Chandra et al., 2019).

Strategi pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) berbasis sumber daya internal mengutamakan pemanfaatan sumber daya lokal yang unggul untuk menciptakan nilai tambah. Hal ini bertujuan untuk mencapai keunggulan komparatif dan kompetitif tanpa tergantung pada kekuatan pasar atau fasilitas pemerintah. Strategi ini menekankan pada pengembangan keterampilan khusus yang memungkinkan IKM untuk menciptakan produk inti yang superior dan meningkatkan pangsa pasar manufaktur (Widagdo, 2014).

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Informasi eksternal untuk mengenali peluang dan ancaman bisa diperoleh dari berbagai sumber seperti pelanggan, dokumen, pemerintah, pemasok, perbankan, dan mitra bisnis. Analisis SWOT merupakan alat perencanaan strategis klasik yang menggunakan kerangka kerja kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman eksternal untuk membantu perencanaan strategi yang efektif. Alat ini membantu perencana untuk mengevaluasi potensi pencapaian dan hal-hal yang perlu diperhatikan (Rusfiana et al., 2021).

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentiflkasi, suatu tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Internal Factor Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut. Berikut tahapannya menurut (Rusfiana et al., 2021).

1. Masukan faktor-faktor peluang dan ancaman pada tabel EFAS, kolom 1. Susun 5 faktor dari peluang dan 5 faktor ancaman.
2. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00. Faktor-faktor itu diberi bobot didasarkan pada dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
3. Berikan rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 10 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai dari 6 sampai dengan 10 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, jika ancaman besar sekali (dibanding

dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai ancaman kecil/di bawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 5

4. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah). Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan faktor yang dianalisis. Nilai total ini menunjukkan bagaimana reaksi faktor strategis eksternal-nya.

Untuk menilai letak strategis perusahaan dalam kuadran analisis SWOT, digunakan hasil selisih dari matriks IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) antara total kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu x, dan matriks EFAS (External Factor Analysis Strategy) antara total peluang dan ancaman sebagai sumbu y. Setelah posisi perusahaan teridentifikasi, dilakukan analisis SWOT untuk memetakan bagaimana peluang dan ancaman dari faktor eksternal dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan dari faktor internal perusahaan. Proses ini menghasilkan empat kemungkinan strategi alternatif yang jelas (Rangkuti, 2014).

c. Bakso Ikan

Bakso ikan adalah daging ikan yang dihaluskan (minimal 50% daging ikan), dicampur dengan tepung, dan dibentuk bulat-bulat sebesar kelereng atau lebih besar untuk dimasak dalam air panas. Daging ikan diolah dengan cara dipotong kecil-kecil, dihaluskan dengan pisau tajam atau blender, lalu diuleni dengan es batu atau air es (10-15% berat daging), garam, dan bumbu lainnya sampai adonan kalis dan plastis untuk memudahkan pembentukan. Tepung pati ditambahkan sedikit demi sedikit (15-20% dari berat daging) agar adonan lebih padat dan terikat dengan baik.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan gabungan penelitian deskriptif yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha bakso ikan, yang mencakup identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Faktor-faktor tersebut dievaluasi dengan memberikan bobot dan rating, yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada responden.

Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, khususnya menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini melibatkan berbagai teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, kuisioner, dan studi pustaka. Variabel bebas dalam penelitian ini mencakup kekuatan (X1), kelemahan (X2), peluang (X3), dan ancaman (X4), sementara variabel terikatnya adalah pengembangan usaha.

Analisis deskriptif kualitatif di gunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai lingkungan usaha terkait kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki usaha bakso ikan serta perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Sedangkan analisis kuantitaf menggunakan matriks IFAS, EFAS dan matriks SPACE.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Matriks IFAS

Matriks IFAS diperolah berdasarkan identifikasi faktor-faktor lingkungan strategis internal POKLAHSAR. Hasil faktor-faktor strategis internal menghasilkan lima kekuatan dan lima kelemahan. Faktor-faktor tersebut diberikan rating dan bobot oleh pemilik IKM POKLAHSAR lewat kuesioner, kemudian dihitung menggunakan perkalian antara rating dan bobot untuk mendapatkan skor. Hasil rating, bobot dan skor dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks IFAS

No	Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:				
1	Produk berkualitas	0,12	9	1,10
2	Harga produk terjangkau oleh semua kalangan konsumen	0,08	7	0,57
3	Bakso ikan tidak memakai pengawet	0,10	8	0,70
4	Bahan produksi mudah didapatkan	0,12	8,5	1,04
5	Hubungan baik dengan konsumen	0,10	8	0,82
Sub jumlah				4,23
Kelemahan				
1	Keterbatasan pasar	0,12	1	0,12
2	Belum memiliki Visi dan Misi secara tertulis	0,06	5	0,31
3	Pembagian tugas kerja yang tumpang tindih	0,08	4	0,33
4	Promosi belum insentif dilakukan	0,10	2	0,20
5	Kerbatasan alat Produksi	0,10	2	0,20
Sub jumlah		0,47	15	1,16
Total				3,07

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS, untuk kekuatan dan kelemahan POKLAHSAR total skor 3,07. Hasil total skor didapatkan dari pengurangan antara jumlah peluang dan ancaman, faktor kekuatan yang memiliki skor tertinggi adalah produk berkualitas dengan skor 0,12. factor ancaman yang memiliki skor tertinggi adalah keterbatasan pasar dengan skor 0,12. Kemudian berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa POKLAHSAR merespon dengan baik kekuatan dan kelemahan yang ada dalam usahanya. Dengan kata lain, strategi POKLAHSAR secara efektif mampu memaksimalkan kekuatan yang di miliki dan meminimalkan efek yang mungkin timbul dari kelemahan.

b. Matriks Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS)

Tabel 2. Matriks EFAS

No	Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Skor
Peluang:				
1	Rasa bakso ikan enak	0,11	9	0,98
2	Gaya hidup masyarakat	0,09	8,5	0,77
3	Pertumbuhan industri jajanan kuliner meningkat	0,07	8	0,58
4	Pertumbuhan ikan meningkat	0,11	8,5	0,93
5	Keinginan dan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terhadap bakso ikan	0,09	8	0,73
6	Kebijakan pemerintah dalam pengembangan IKM	0,11	9	0,98
7	Pengembangan Teknologi dan informasi	0,09	8	0,73
Sub jumlah				4,72
Ancaman:				
1	Banyak usaha baru yang bermunculan (pesaing)	0,09	2	0,18
2	Adanya persaingan harga	0,07	3	0,22
3	Naiknya harga pokok produksi	0,09	2	0,11
4	Banyaknya jenis produk subtitusi	0,07	4	0,29
5	Kondisi Cuaca	0,11	1	0,18
Sub jumlah		0,44	13	0,98
Total				3,74

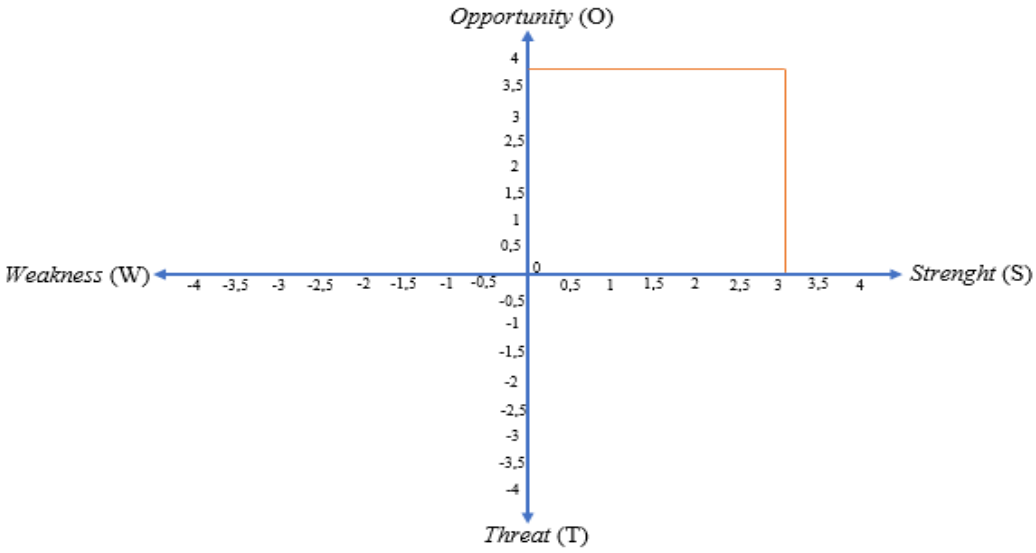
Matriks EFAS diperolah berdasarkan identifikasi faktor-faktor lingkungan strategis eksternal POKLAHSAR. Hasil faktor-faktor strategis internal menghasilkan tujuh peluang dan

lima ancaman. Faktor-faktor tersebut diberikan rating dan bobot oleh pemilik IKM POKLAHSAR lewat kuesioner, kemudian dihitung menggunakan perkalian antara rating dan bobot untuk mendapatkan skor. Hasil rating, bobot dan skor dapat dilihat pada Tabel 2

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFAS, untuk peluang dan ancaman POKLAHSAR memperoleh total skor 3,74. Hasil total skor didapatkan dari pengurangan antara jumlah peluang dan ancaman, factor peluang yang memiliki skor tertinggi yaitu; rasa bakso ikan enak dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan IKM dengan skor 0,98. factor ancaman yang memiliki skor tertinggi yaitu; kondisi Cuaca dengan skor 0,11. Kemudian berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa POKLAHSAR merespon dengan baik peluang dan ancaman yang ada dalam usahanya. Dengan kata lain, strategi POKLAHSAR secara efektif mampu memaksimalkan peluang yang di miliki dan meminimalkan efek yang mungkin timbul dari ancaman.

c. Matriks SPACE

IKM POKLAHSAR pada analisis swot, didapatkan total skor IFAS sebesar 3,07 dan total skor IFAS sebesar 3,74. Dari total IFAS dan EFAS, akan terbentuk titik acauan matriks SPACE, untuk mengetahui posisi IKM. Sehingga peneliti dapat membuat rekomendasi strategi pengembangan IKM dari posisi IKM tersebut. Matrik SPACE dapat dilihat pada gambar



Gambar 1. Matriks SPACE

Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa IKM POKLAHSAR berada pada posisi peluang dan kekuatan yaitu kuadran 1. Artinya, IKM POKLAHSAR disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (internal) untuk, mendapatkan keuntungan dari peluang (eksternal) untuk mendaptkan keuntungan bisnis yang meningkat.

d. Analisis SWOT

Tujuan dari pembuatan analisis SWOT adalah mengumpulkan sebanyak mungkin alternatif-alternatif strategi yang mungkin digunakan oleh pelaku usaha. Matriks ini digunakan untuk mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi S-O (kekuatan-peluang), strategi W-O (kelemahan-peluang), strategi S-T (kekuatan-ancaman), dan W-T (kelemahan-ancaman) (Laisila et al., 2023).

Tabel 3. Analisis SWOT

IFAS → / EFAS ↓	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO 1. Pengembangan Produk Inovatif dan Segmentasi Pasar yang Lebih Luas (S1, S2, O2, 05, 07).	SRATEGI WO 1. Memanfaatkan pengembangan teknologi dan informasi untuk Peningkatan Promosi dan Pemasaran (W1, W4, O7). 2. Memanfaatkan kebijakan pemerintah terkait IKM untuk mengajukan alat produksi yang lebih modern (O6, W5)
TREATHS (T)	STRATEGI ST 1. Fokus pada Diferensiasi Produk dan Loyalty Konsumen (S1, S2, S3, S5, T1, T4). 2. Kemitraan dengan Pemasok Lokal (S4, T3, T5)	STRATEGI WT 1. Mengatasi keterbatasan dalam melakukan promosi yang tidak insentif dengan mengadaptasi strategi pemasaran yang lebih kreatif dan menarik untuk menghadapi persaingan yang ketat dalam pasar yang banyak usaha baru bermunculan (W4, T1) 2. Pengembangan Rantai Pasok yang Efisien (W5, T2, T3).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada IKM POKLAHSAR menghasilkan 7 alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu; TRATEGI SO (1) Pengembangan Produk Inovatif dan Segmentasi Pasar yang Lebih Luas (S1, S2, O2, 05, 07). (2) Penggunaan Bahan Baku Lokal (S3, S4, O4, 06). SRATEGI WO (1) Memanfaatkan pengembangan teknologi dan informasi untuk Peningkatan Promosi dan Pemasaran (W1, W4, O5, O6) (2) Memanfaatkan kebijakan pemerintah terkait IKM untuk mengajukan alat produksi yang lebih modern (W5, O6). STRATEGI ST (1) Fokus pada Diferensiasi Produk dan Loyalty Konsumen (S1, S2, S3, S5, T1, T4) (2) kemitraan dengan Pemasok Lokal (S4, T3, T5). STRATEGI WT (1) Mengatasi keterbatasan dalam melakukan promosi yang tidak insentif (W4) dengan mengadaptasi strategi pemasaran yang lebih kreatif dan menarik untuk menghadapi persaingan yang ketat dalam pasar yang banyak usaha baru bermunculan (T1) (2) Pengembangan Rantai Pasok yang Efisien (W5, T2, T3). Prioritas strategi pengembangan IKM POKLAHSAR adalah strategi WO.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menugucapkan terima kasih kepada pemilik IKM POKLAHSAR atas segala bantuan dalam penyelesaian penelitian ini. Bantuan yang diberikan, baik berupa informasi, data, maupun sarana dan prasarana, sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini. Semoga kerja sama yang baik terus terjalin di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Chandra, H., Sukaraharjo, S. S., Hirawan, F. B., Teto, C., Manoppo, N. M., & Widjaja, S. (2019). *Industri dan Ekonomi Maritim*. AMAFRAD PRESS.

Laisila, J. F., Tutuhatunewa, A., & De Fretes, R. A. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu Tumang di Negeri Ihamahu Menggunakan Metode SWOT dan Topsis. *i tabaos*, *3*(2), 69–78. https://doi.org/10.30598/i-tabaos.2023.3.2.69-78

Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rusfiana, Y., Kurniasih, D., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa*. ALFABETA, cv.

Sinaga, D. D., Herpandi & Nopianti, R. (2017). Karakterisitik Bakso Ikan Patin (Pangasius pangasius) dengan Penambahan Karagenan, Isolat Protein Kedelai, dan Sodium Tripolyphospat. *Fishtech: Jurnal Teknologi Hasil Perikanan, 6*(1).

Widagdo, Kunto Purwo. (2014). *Permasalahan dan Strategi Pengembangan*. https://bdiyogyakarta.kemenperin.go.id/news/post/2014/04/15/117/ikm-di-indonesia:-permasahan-dan-strategi-pengembangannya