V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

5.1.1 Umur

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan responden yang berumur 43 tahun (Jamelia) dan 19 tahun (Rosheila Melani). Menurut Santika (2015) umur adalah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan) engan terpantaunya umur yang kita miliki maka kita dapat mengetahui sampai mana batasan rutinitas yang dapat kita lakukan. Ini dikarenakan apabila umur yang kita miliki cenderung besar maka, rutinitas yang kita lakukan cenderung lebih kecil dan begitupula sebaliknya.

5.1.2 Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian tingkat pendidikan responden yaitu Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Pertama (SMA). Menurut Pristiwanti et al. (2022) Pendidikan dalam arti kata sempit adalah sebuah Sekolah. Sistem itu berlaku untuk orang dengan berstatus sebagai murid yaitu siswa di sekolah, atau peserta didik pada suatu universitas (lembaga pendidikan formal). Pendidikan adalah suatu elemen penting di dalam memajukan suatu kualitas tenaga kerja manusian, maka dari itu di perlukan dengan melalui pendidikan, psikomotor dan kognitif seseorang dapat menumbuhkan sebuah gagasan dan pada akhirnya bisa menciptakan dan meningkatkan sebuah produktivitas. Dalam konteks ini pendidikan dipandang sebagai industri pembelajaran manusia, artinya melalui pendidikan dihasilkan manusia-manusia yang mempunyai kemampuan dan keterampilan yang sangat diperlukan bagi perekonomian suatu negara untuk meningkatkan pendapatan individu dan

pendapatan nasional". Dengan adanya pendidikan inilah bisa menghasilkan mutu dn tenaga kerja yang mungkin bisa lebih berpengalaman, baik itu pada unit bidang industri ataupun unit lainnya. Peningkatan kesejahteraan bagi pendidik juga berkaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi. Tenaga pendidik dapat meningkatkan mutu pendidikannya selaras dengan pendapatan ekonomi yang diterimanya. Selaras pertumbuhan ekonomi dan kemajuan pendidikan diharapkan peningkatan mutu pendidikan disuatu bangsa.

5.1.3 Pengalaman Kerja

Hasil dari penelitian pengalaman kerja yang dimiliki responden cukup mumpuni dan terampil hal itu dikarenakan semua pekerjaan yang dilakukan pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia ini sudah sangat lumrah untuk dilakukan ibu rumah tangga pada umumnya . Menurut Putri (2016) Pengalaman yang diperoleh seseorang akan membantu dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan pekerjaan yang ditekuninya. Seseorang melakukan jenis pekerjaan secara berulang dalam waktu yang cukup lama akan membuat dirinya menjadi lebih mengenal dan terampil dalam melaksanakan pekerjaan. Pengalaman yang diperoleh seseorang akan membantu dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan pekerjaan yang ditekuninya. Maka, pengalaman kerja merupakan faktor yang penting dalam melaksanakan suatu pekerjaan, sehingga barang atau jasa yang dihasilkan mempunyai kualitas dan kuantitas yang baik.

5.2 Keadaan Usaha

Usaha yang terletak di Desa Sungai Duren Kecamatan Jambi Luar Kota yang dirintis oleh ibu Jamelia. Agroindustri kerupuk ikan nila ini didirikan pada

tahun 2020. Kegiatan usaha yang dilakukan pada agroindustri ini adalah pengolahan ikan nila menjadi produk olahan berupa makanan kerupuk ikan nila. Bahan baku yang digunakan oleh agroindustri dihasilkan sendiri ibu Jamelia memiliki keramba ikan nila sendiri.

Agroindustri kerupuk ikan nila ini beroperasi 3 kali dalam satu minggu, dan ikan nila yang diperlukan untuk 1 kali produksi sebanyak 3 kg dan tepung tapioca sebanyak 6 kg. Peralatan yang diperlukan dalam proses produksi ini ada mesin penghancur daging, nampan dan pisau. Biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi hanya berupa biaya untuk pembelian bahan seperti tepung, garam, dan plastik. Untuk tenaga kerja hanya ibu Jamelia dan anaknya saja. Untuk proses produksi ibu Jamelia membuat adonan biasanya dari malam hari dimulai dari jam 19.00 WIB dan akan dilanjutkan untuk proses pemotongan nya sekitar jam 22.00 WIB dan dilanjutkan kembali besok pagi sekitar jam 7.00 WIB untuk proses penjemurannya. Pengolahan dilakukan di rumah ibu Jamelia. Hasil olahan yang diolah dalam satu minggu bisa mencapai 25kg kerupuk ikan nila. Untuk pemasarannya usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia memasarkan di lokasi usahanya dan juga warung-warung yang berada di wilayah Desa Sungai Duren Kecamatan Jambi Luar Kota dan juga melalui media online seperti *Facebook* dan *Watshapp*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2023) yang melakukan pemasaran kerupuk ikan di Kelurahan di Olak Kemang melalui penjualan onlne. Menurut Singh (2017), manfaat yang diperoleh bagi organisasi pemilik penjualan online antara lain adalah dapat memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional, kemudian dengan *capital outlay* yang minim, sebuah usaha dapat dengan mudah

menemukan lebih banyak pelanggan, supplier yang lebih baik dan *partner* bisnis yang paling cocok dari seluruh dunia.

5.3 Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal

5.3.1 Kondisi Internal

Perusahaan memiliki lingkungan internal masing-masing. Lingkungan internal tersebut yang nantinya akan memunculkan kelemahan dan juga kekuatan dari perusahan. Apa saja yang termasuk ke dalam lingkungan internal seharusnya lebih mudah di identifikasikan karena berada di dalam perusahaan (Yulianti, 2020)

Aspek-aspek yang terdapat dalam lingkungan internal usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia yang merupakan kekuatan yaitu sumber daya manusia, modal operasional, lokasi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia, harga jual produk dan pemasaran. Sedangkan yang merupakan kelemahan adalah penawaran. Ke-enam aspek ini sangat berpengaruh besar terhadap kelancaran pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia. Untuk lebih jelasnya kondisi lingkungan internal pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia dapat dilihat sebagai berikut.

A. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu yang berperan penting dalam terwujudnya suatu kegiatan dalam organisasi. Sumber daya manusia dalam pemasaran juga sangat menentukan tercapainya pengelolaan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia agar tumbuh dan berkembang. Berdasarkan hasil penelitian, sumber daya manusia pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia ini memiliki pegawai sebanyak 2 orang (ibu Jamelia dan anaknya) dan secara

keterampilan ibu Jamelia dan anaknya sangat terampil dalam membuat adonan kerupuk. Pada umumnya pekerjaan masak memasak sudah lumrah dilakukan para wanita atau ibu-ibu apalagi hanya sekedar membuat adonan dan mencetak adonan kerupuk ikan nila hal itu sangat lah berpengalaman sekali untuk dilakukan ibu Jamelia dan anaknya dalam memasarkan produknya maupun menetapkan biaya dasar dalam menjalankan usahanya, secara keseluruhan pada aspek sumber daya manusia usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia menunjukkan suatu kekuatan karena dari segi keterampilan nya ibu Jamelia mampu mengerjakan dan memproduksi kerupuk ikan nila nya dengan terampil mulai dari proses persiapan bahan, penggolahan sampai proses pemasarannya.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek sumber daya manusia sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) dimana dari aspek SDM usaha ini menunjukan kekuatan, dimana pada usaha Al-Abror tenaga kerja penduduk dari lingkungan sekitar yaitu berjumlah 10 orang, ini dapat menguntungkan bagi pengusaha karena ketika pekerja sudah saling mengenal akan timbul kepercayaan serta lebih mudah berkomunikasi dalam menjalankan usahanya.

B. Modal Operasional

Modal yang digunakan dalam usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia ini termasuk sangat cukup dengan perputaran modal yang sangat stabil. Perputaran modal sangat lancar karena pembayaran dilakukan secara cash. Apabila jika ada penambahan alat untuk mempermudah proses produksi kerupuk ikan Jamelia mampu untuk membeli nya karena dengan perputaran modal yang stabil ibu Jamelia berani untuk mengeluarkan biaya untuk proses produksi kerupuk ikan nila

miliknya dengan modal awal yang dikeluarkan ibu Jamelia sebesar Rp. 5.000.000, 00. Secara keseluruhan pada aspek modal usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia menunjukkan suatu kekuatan karena ibu Jamelia tidak ada keluhan menyangkut modal untuk mencapainya.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek Sumber modal sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) dimana dari aspek sumber modal usaha ini menunjukan kekuatan. Sumber modal pengusaha kerupuk ikan tenggiri Al-Abror yaitu modal sendiri tanpa adanya bantuan lembaga keuangan. Modal yang digunakan sebesar Rp. 15.000.000.

C. Penawaran

Segi penawaran, dalam pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu jamelia, jumlah produk yang diproduksi tidaklah continue. Hal itu disebabkan ketika ibu Jamelia memproduksi kerupuk ikan nila dengan jumlah yang cukup banyak dan tidak terjual habis tentu saja membuat terhentinya proses produksi kerupuk/ tidak continue dan harus menunggu kerupuk yang sudah di produksi itu sampai habis dan setelah itu ibu Jamelia akan memproduksi kerupuk ikan nila lagi. Secara keseluruhan pada aspek penawaran usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia menunjukkan suatu kelemahan karena ada jeda dalam proses produksinya.

Hasil penelitian yang dilihat dari segi aspek penawaran berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) dimana dari aspek penawaran usaha ini menunjukan kekuatan. Bahan baku yang mendukung dalam pengolahan kerupuk ikan tenggiri sangat berpengaruh pada perkembangan usaha. Usaha kerupuk ikan tenggiri Al-Abror memperoleh bahan baku dari

penduduk sekitar yang mayoritas mata pencahariannya adalah nelayan. Penggunaan bahan baku ikan tenggiri yaitu 30kg/produksi. Bahan baku yang berlebih akan disimpan didalam freezer. Sekali produksi menghasilkan 65kg kerupuk ikan tenggiri.

D. Lokasi

Lokasi usaha, lokasi dari konsumen ke usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia sangat dekat, yakni < 15 sampai 30 menit aksesnya dari tengah kota dan sangat terjangkau oleh roda dua maupun roda empat. Hal ini tentu memudahkan pengelolaan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia. Keberadaaan lokasi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia pada umumnya sangat lancar dari akses transportasi jalan raya dengan sarana yang sangat memadai. Secara keseluruhan pada aspek lokasi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia menunjukkan suatu kekuatan karena jarak dan akses transportasi strategis.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek lokasi, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa Lokasi tempat produksi ke tempat pemasaran jauh, ini menjadi kelemahan bagi pengusaha kerupuk ikan tenggiri karena akan meningkatkan biaya bagi pengusaha dan pemasaran kerupuk ikan tenggiri menjadi terbatas.

E. Harga Produk

Harga jual produk, harga yang ditetapkan oleh ibu Jamelia pada usahanya jauh lebih murah dibandingkan dengan harga produk pesaing lainnya dengan menetapkan harga sebesar Rp. 50.000, 00 per kg, yang ditetapkan sendiri dan tidak mengacu pada harga-harga di pasaran. Harga dari produk kerupuk ikan nila ibu Jamelia cukup stabil dimana harga sama seperti

penjualan sebelumnya. Dari segi aspek harga jual produk kerupuk ikan nila ibu jamelia ini merupakan kekuatan karena produk yang dijual lebih murah dibanding dengan pesaing lainnya.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek harga jual produk, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa. Pengusaha kerupuk ikan tenggiri tidak akan menaikkan harga selama masih mendapatkan keuntungan. Usaha ini lebih rela keuntungannya menurun untuk menjaga pelanggan tidak beralih ke produsen lain, dari segi aspek harga jual produk kerupuk ikan tenggiri Al-Abror ini merupakan kelemahan.

F. Pemasaran

Dilihat dari segi pemasarannya usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia memiliki kendaraan operasional sendiri untuk menjual hasil produksi ke warung-warung atau apabila ada yang ingin memesan via *whatshap* atau *facebook* ibu Jamelia siap antar ke lokasi yang memesan kerupuk ikan nila ibu Jamelia dengan ketentuan jauh atau dekat nya jarak antara lokasi ke tempat pembeli dengan menggunakan ongkos kirim hal ini merupakan kekuatan untuk pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia karena ibu Jamelia memiliki kendaraan operasional untuk proses produksi. Usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia belum ada kerja sama dengan pedagang pasar lain nya dan belum memiliki kemasan dan hal ini menunjukan kelemahan pada pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek pemasaran, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa segmentasi pasar pada usaha kerupuk ikan tenggiri Al-abror sangat luas hal ini

dikarenakan kerupuk ikan tenggiri mampu dikonsumsi siapa saja, dari golongan mana saja dan tidak membeda-bedakan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan lainnya, hal ini menunjukan kekuatan pada usaha kerupuk ikan tenggiri Al-abror.

5.3.2 Kondisi Eksternal

Menurut Yulianti (2020) Lingkungan eksternal perlu dianalisis sehingga dapat diantisipasi pengaruhnya terhadap perusahaan. Selain pengaruh yang buruk, peluang juga banyak bermunculan di lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal memang sulit untuk dikendalikan karena melibatkan pihak-pihak lain yang tidak berhubungan langsung dengan perusahaan. Oleh karena itu analisis lingkungan eksternal sangat diperlukan oleh usaha kerupuk ikan nila ibu jamelia khususnya dalam proses perumusan strategi nya. Faktor lingkungan eksternal dapat subjektif karena setiap manajerial dapat memandang pada faktor-faktor luar yang berbeda. Faktor yang dianalisis merupakan faktor luar yang memang berpengaruh dalam perkembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia.

A. Permintaan

Target pemasarannya tidak hanya dilokasi usaha namun juga di jual ke berbagai warung-warung ada di desa Sungai Duren. Permintaaan pada pesanan online di usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia juga banyak, dari segi permintaan, hasil penelitian juga menunjukan bahwa ada pangsa pasar yang belum terjangkau. Ini merupakan peluang bagi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia. Karena adanya permintaan dari luar daerah yang bisa disuplay tetapi belum terlaksanakan, begitu berperannya jangkauan pemasaran dalam kegiatan

pemasaran produk dan keberlanjutan produksi, dan jika ada permintaan dari luar daerah ibu Jamelia tidak khawatir untuk mengirimnya dikarenakan usaha yang di produksi ibu Jamelia ini merupakan olahan kerupuk yang masih berbentuk mentah jadi aman untuk dikirimkan keluar daerah karna sudah pasti awet dan tahan jika dikirim berhari-hari dengan memastikan kerupuk tersebut sudah benar-benar kering saat proses penjemurannya.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek permintaan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa, adanya produk kerupuk pengganti dan kerupuk sejenis dengan harga yang relatif rendah akan menjadi ancaman karena konsumen akan beralih ke produk yang harganya lebih rendah, hal ini merupakan ancaman bagi usaha kerupuk ikan tenggiri Al-abror.

B. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepedulian pemerintah dalam upaya meningkatkan daya saing produk dan membantu mengembangkan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia belum ada seperti membantu memberikan celah untuk membuat surat usaha yang sudah dilindungi dari badan hukum atau sertifikat kehalalan produknya, maka hasil penelitian dari aspek kebijakan pemerintah menunjukkan ancaman.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek permintaan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa, dukungan pemerintah merupakan peluang bagi pengusaha dalam mengembangkan usahanya. Dukungan pemerintah daerah yaitu memfasilitasi para pengusaha dalam mendapatkan sertifikat PIRT dan label halal sehingga

produk dapat dipasarkan di swalayan, mengikutsertakan produk industri melalui pameran atau bazar yang diselenggarakan oleh pemerintah.

C. Cuaca

Cuaca, hasil penelitian menunjukan bahwa cuaca sangat berpengaruh pada proses produksi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia, dari aspek cuaca yang tidak mendukung dalam proses produksi, maka hasil penelitian menunjukan ancaman.

D. Teknologi IT

Pengembangan produksi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia dari segi IT yang berkembang sangat mendukung pada usaha ini, dikarenakan sangat memudahkan ibu Jamelia untuk memasarkan hasil prduksi kerupuk ikan nila. Sedangkan hasil penelitian dari aspek teknlogi IT menunjukan peluang karena ibu Jamelia sudah menggunakan alat yang mempermudah membantu proses produksi seperti mesin pemotong adonan kerupuk sehingga proses produksi tidak memakan banyak waktu.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek teknologi, berbeda dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa usaha kerupuk ikan tenggiri Al-abror masih menggunakan teknologi yang sederhana dalam proses pemasaran maupun proses produksi. Alat-alat yang digunakan dalam proses produksi masih menggunakan peralatan rumah tangga, dan untuk proses pemasarannya usaha kerupuk ikan tenggiri Al-abror masih melalui bazar dan mulut kemulut dengan mengandalkan pelanggan tetap untuk memberitahukan kepada pelanggan baru. Hal ini merupakan ancaman bagi usaha kerupuk ikan tenggiri Al-abror.

E. Persaingan usaha sejenis

Persaingan usaha sejenis, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persaingan untuk produk kerupuk ikan nila cukup mengkhawatirkan ada 5 agroindustri yang sama dengan ibu Jamelia yang berada di wilayah Sungai Duren. Hal ini merupakan ancaman bagi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia dan harus ada upaya dalam pengembangan usahanya.

Hasil penelitian yang dilihat dari aspek persaingan usaha sejenis, sejalan dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa, banyaknya usaha kerupuk ikan tenggiri yang bermunculan akan menjadi ancaman, misal akan terjadi perebutan pangsa pasar dan perolehan bahan baku. Oleh karena itu pengusaha harus lebih berkreativitas dalam meningkatkan mutu dan produk yang dihasilkan.

5.4 Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Nila Ibu amelia

5.4.1 Analisis Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE) Dan Matriks Ekstrenal Faktor Evaluation (EFE) Pada Usaha Kerupuk Ikan Nila Ibu Jamelia

Berdasarkan hasil penelitian faktor-faktor (lampiran 11) yang didapat disusun kedalam matriks internal faktor evaluation (IFE) dan matriks eksternal faktor evaluation (EVE) yang dilihat pada Tabel 12 dan 13.

Tabel 10. Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE)

Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Keterampilan SDM yang memadai (A)	0,17	3	0,51
Modal operasional (kecukupan modal) (B)	0,21	2	0,42
Lokasi usaha (strategis) (C)	0,13	3	0,39
Harga jual(produk lebih murah dari pesaing sejenis) (D)	0,2	5	1
Pemasaran (memiliki kendaraan operasional) (E)	0,17	3	0,51
Kelemahan			
Penawaran (tidak stabil dalam produksi) (F)	0,04	5	0,2
Pemasaran (produk belum memiliki kemasan dan bek erja sama dengan pangsa pasar lain) (G)	0,04	5	0,2
Total			**3,23**

Dari tabel 12 dapat diketahui untuk matriks IFE memiliki skor tertinggi yaitu 0,51 dimana merupakan skor faktor pendidikan SDM yang memadai. Selanjutnya diikuti dengan skor faktor pemasaran (memiliki kendaraan operasional) yang merupakan kekuatan pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia.

Tabel 11. Matriks Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

Faktor Kunci Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Permintaan pasar (adanya permintaan pasar yang bisa di suplay namun belum terlaksana) (A)	0,16	2	0,32
Teknologi IT (sebagai pendukung) (B)	0,08	3	0,24
Ancaman			
Kebijakan pemerintah (tidak mendukung proses perkembangan usaha) (C)	0,18	1	0,18
Cuaca (menghambat proses produksi) (D)	0,27	1	0,27
Persaingan usaha sejenis (jumlah pesaing banyak) (E)	0,29	2	0,58
Total			**1,59**

Dari Tabel 13 dapat diketahui untuk matriks EFE memiliki skor tertinggi yaitu 0,58 merupakan faktor dari persaingan usaha sejenis (jumlah pesaing banyak). Dan skor terendah yaitu 0,18 yang merupakan kebijakan pemerintah (tidak mendukung proses perkembangan usaha) merupakan ancaman bagi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia.

5.4.2 Analisis Pencocokkan Matriks Internal Eksternal (IE) Dan Matriks SWOT Pada Usaha Kerupuk Ikan Nila Ibu Jamelia

Berdasarkan hasil analisis pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia yang di analisis menggunakan matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Faktor Evalution (EFE), selanjutnya adalah tahap pencocokan menggunakan matriks Internal Eksternal (IE) dan matriks SWOT. Pada matriks IFE didapatkan skornya 3,23 dan untuk matriks EFE didaptkan skornya 1,59.

Total rata-rata tertimbang EFE 1,59	Total rata-rata tertimbang IFE 3,23			
	3,00-4,00	2,00-2,99	1,00-1,99	
	I	II	III	3,00-4,00
	IV	V	VI	2,00-2,99
	VII	VIII	IX	1,00-1,99

Pada gambar matriks IE dapat dilihat, menunjukkan berada pada sel VII bahwa dapat menggunakan *Hold* and *Maintain* (pertahankan dan pelihara). Yang di maksud dengan mempertahankan usaha yaitu menjaga keaslian produk , menunjukan hal yang menarik, lebih memperhatikan produk secara detail, melakukan pemasaran produk/jasa secara digital, sedangkan yang dimaksud dengan pelihara adalah suatu kombinasi dari berbagai tindakan yang dilakukan

untuk menjaga suatu barang atau memperbaikinya sampai suatu kondisi yang bisa diterima.

Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar, dengan cara sebagai berikut:

1. Melakukan promosi yang terus-menerus dengan mempromosikan varian produk terbaru melalui sosial media. Sehingga konsumen mengetahui varian produk-produk di usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia.
2. Mengembangkan produk usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia dengan mengeluarkan varian produk terbaru yang belum ada dipasaran.

Strategi yang dipakai oleh usaha kerupuk ikan tersebut di atas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosita (2023) yang mana, strategi pengembangan produk yang digunakannya yaitu pernah memasarkan lewat media sosial *seperti shoppe, google map* atau *go-food* dengan begitu otomatis secara tidak sadar akan memperluas pangsa pasar yang lebih besar karena dengan adanya aplikasi tersebut bisa memperoleh keuntungan yang lebih besar secara tidak langsung. Kemudian pula strategi kedua berupa inovasi yaitu membuat varian baru selain bahan pokok ikan yang sering di gunakan sehari-hari dalam memproduksi.

5.4.3 Empat Strategi Besar Pengembangan Usaha Kerpuk Ikan Nila Ibu Jamelia.

Tabel 12. Matriks SWOT Usaha Kerpuk Ikan Nila Ibu Jamelia

Faktor Internal / Faktor Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Sumber daya manusia yang memiliki tingkat pendidikan SMP tapi, sangat terampil dan berpengalaman ,serta mampu menetapkan biaya dasar dalam menjalankan usaha. 2. Kecukupan modal mampu membiayai jika ada penambahan alat untuk mempermudah proses produksi 3. Lokasi usaha memiliki akses yang strategis. 4. Harga produk yang jauh lebih murah dibandingkan dengan pesaing sejenis. 5. Untuk pemasarannya memiliki kendaraan operasional .	1. Penawaran produk yang di produksi tidak rutin atau tidak continue. 2. Untuk pemasaran nya belum ada bekerja sama dengan pangsa pasar lain dan belum memiliki kemasan
Opportunitties (O)	**S.O**	**W.O**
1. Permintaan pasar yang lumayan banyak dari pesanan online dan pesanan khusus. 2. Teknologi IT yang mendukung perkembangan usaha.	1. Meningkatkan promosi yang bisa menarik konsumen. 2. Memanfaatkan teknologi IT untuk perkembangan usaha	1. Membuat penawaran pada pasar di lokasi yang strategis (seperti agrowisata).
Threat (T)	**S.T**	**W.T**
1. Belum adanya kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan usaha. 2. Cuaca saat ini yang kurang mendukung berpengaruh pada proses produksi. 3. Persaingan usaha sejenis di wilayah usaha kerupuk ikan ibu Jamelia.	1. Meningkatkan pemasaran dengan menambah penawaran.	1. Meningkatkan jumlah produk olahan dan pemasaran.

5.4.4 Identifikasi Faktor Internal Kerupuk Ikan Nila Ibu Jamelia

Hasil penelitian yang dilakukan penulis pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia adalah menggunakan alat analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha, peluang dan ancaman. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia dilakukan analisis dengan kondisi lingkungan internal sedangkan untuk mengetahui peluang dan ancaman dilakukan dengan menganalisis kondisi lingkungan eksternal.

1. Kekuatan

Dari hasil penelitian, pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia mempunyai kekuatan yang cukup besar untuk dapat dikembangkan. Adapun faktor kekuatan yang dimiliki usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia yaitu :

1) Sumber daya manusia dalam pengembangan usaha yang berpendidikan akademi sederajat dapat mempengaruhi daya serap infromasi serta keterampilan tenaga kerja yang cukup baik dan pengalaman kerja yang cukup lama.
2) Modal dalam pengembangan dari kegiatan produksi kerupuk ikan nila ibu Jamelia yang sangat cukup dan perputaran modal yang lancar sehingga mempermudah kegiatan produksi dan pemasaran produk.
3) Lokasi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia yang terjangkau oleh akses roda dua maupun empat memudahkan konsumen untuk datang ke lokasi, didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai memudahkan kegiatan produksi produk kerupuk ikan nila ibu Jamelia.

4) Harga jual produk yang relatif murah dibanding usaha kerupuk ikan nila lain menjadi kekuatan tersendiri bagi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia, hal ini sejalan dengan harga produk yang tetap stabil disetiap pemasarannya.
5) Untuk pemasaran hasil produksi kerupuk ikan nila ibu Jamelia memiliki kendaraan operasional untuk memasarkannya.

2. Kelemahan

Dari hasil penelitian di lapangan, usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia juga memiliki beberapa faktor penghambat dalam pengembangan usahanya. Adapun salah satu faktor penghambat tersebut merupakan kelemahan yang dimiliki, yaitu :

1) Penawaran, produk yang di produksi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia tidak dilakukan secara rutin usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia sering terjeda dalam proses prduksi.
2) Untuk pemasaran produk kerupuk ikan nila ibu Jamelia belum ada kerja sama dengan target pasar lainnya dan belum memiliki kemasan sendiri.

5.4.5 Identifikasi Faktor Eksternal Kerupuk Ikan Nila Ibu Jamelia

Berdasarkan hasil penelitian usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia dilakukan analisis dengan eksternal yaitu peluang dan ancaman, antara lain:

1. Peluang

Berdasarkan hasil penelitian ke lapangan, di dapatkan beberapa faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang telah di identifikasi dalam menyusun strategi pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu jamelia. Adapun beberapa peluang dalam pemasaran kerupuk ikan nila ibu Jamelia ini adalah :

1) Adanya permintaan pangsa pasar yang bisa tersuplay namun belum terlaksanakan
2) Perkembangan IT yang dianggap bisa mendukung perkembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia .

2. Ancaman

Ancaman dalam pengembangan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia ini diantaranya :

1) Belum ada kebijakan dari pemerintah untuk membantu mengembangkan usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia ini.
2) Cuaca yang tidak mendukung dalam proses produksi usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia.
3) Banyaknya pesaing usaha sejenis di pasaran.

Berdasarkan hasil survai (lampiran 7) di lokasi penelitian, ada faktor internal dan eksternal yang menjadi identifikasi untuk menyusun strategi pengembangan. Didalam faktor internal dari pemasaran pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia terdapat kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada Tabel 10 berikut:

Tabel 13. Idikator Faktor Internal

Idikator Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
1. Sumber daya manusia yang memiliki keterampilan yang sangat mumpuni dalam proses produksi kerupuk, sangat terampil dan berpengalaman , serta mampu menetapkan biaya dasar dalam menjalankan usaha.	1. Penawaran produk yang di produksi tidak rutin atau tidak continue.
2. Kecukupan modal mampu membiayai jika ada penambahan alat untuk mempermudah proses produksi.	2. Untuk pemasaran nya belum ada bekerja sama dengan pangsa pasar lain dan belum memiliki kemasan.
Lokasi usaha memiliki akses yang strategis.	
3. Harga produk yang jauh lebih murah dibandingkan dengan pesaing sejenis.	
4. Untuk pemasarannya memiliki kendaraan operasional .	

Didalam faktor eksternal dari pemasaran pada usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia terdapat peluang dan ancaman dapat dilihat pada Tabel 11 sebagai berikut

Tabel 14. Indikator Faktor Eksternal

Idikator Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
1. Permintaan pasar yang lumayan banyak dari pesanan online dan pesanan khusus.	1. Belum adanya bantuan pemerintah yang mendukung perkembangan usaha.
2. Teknologi IT yang mendukung perkembangan usaha.	2. Cuaca saat ini yang kurang mendukung berpengaruh pada proses produksi.
	3. Persaingan usaha sejenis di wilayah usaha kerupuk ikan ibu Jamelia.

5.5 Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Nila Ibu Jamelia

Tabel 15. Penilaian Rata-rata daya Tarik Attractiveness Score (AS)

Faktor Kunci Internal	**Meningkatkan promosi yang bisa menarik konsumen**		**Membuat penawaran pada pasar di lokasi yang strategis (seperti agrowisata)**		**Meningkatkan pemasaran dengan menambah penawaran**		**Meningkatkan jumlah produk olahan dan pemasaran**		**Memanfaatkan teknologi IT untuk perkembangan usaha**	
Kekuatan	**R1**	**R2**	**R1**	**R2**	**R1**	**R2**	**R1**	**R2**	**R1**	**R2**
Keterampilan SDM yang memadai (A)	3,5		1,5		1,5		2		3	
Modal operasiona(kecukupan modal) (B)	4		3		2		1,5		3,5	
Lokasi usaha (strategis) (C)	3,5		3		1,5		2		2,5	
Harga jual (produk lebih murah dari pesaing sejenis) (D)	1,5		3,5		1,5		1,5		3	
Pemasaran (memiliki kendaraan operasional) (E)	3,5		3		1		3		3	
Kelemahan										
Penawaran (tidak stabil dalam produksi) (F)	4		3,5		2		3,5		2,5	
Pemasaran (produk belum memiliki kemasan dan bekerja sama dengan pangsa pasar lain) (G)	3,5		4		3		3		3	
Faktor Kunci Eksternal										
Peluang										
Permintaan pasar (adanya permintaan pasar yang bisa di suplay namun belum terlaksana) (A)	4		1,5		3		1,5		4	
Teknologi IT (sebagai pendukung) (B)	3,5		3		2		1,5		3,5	
Ancaman										
Kebijakan pemerintah (Tidak mendukung proses perkembangan usaha) (C)	3		1,5		2,5		1		2,5	
Cuaca (menghambat proses produksi) (D)	3,5		2		1,5		3		4	
Persaingan usaha sejenis (jumlah pesaing banyak) (E)	4		3		3,5		3,5		2,5	

Catatan : R1= RESPONDEN 1
R2= RESPONDEN 2

Tabel 16. Matriks QSPM

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi									
		Meningkatkan promosi yang bisa menarik konsumen		Memanfaatkan teknologi IT untuk perkembangan usaha		Meningkatkan pemasaran dengan menambah penawaran.		Meningkatkan jumlah produk olahan dan pemasaran.		Membuat penawaran pada pasar di lokasi yang strategis (seperti agrowisata).	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan											
Keterampilan SDM yang memadai	0,17	3,5	0,59	1,5	0,25	1,5	0,25	2	0,34	3	0,51
Modal operasional (kecukupan modal	0,21	4	0,84	3	0,63	2	0,42	1,5	0,31	3,5	0,73
Lokasi usaha (strategis)	0,13	3,5	0,45	3	0,39	1,5	0,19	2	0,26	2,5	0,32
Harga jual (produk lebih murah dari pesaing sejenis)	0,2	1,5	0,3	3,5	0,7	1,5	0,3	1,5	0,3	3	0,6
Pemasaran (memiliki kendaraan	0,17	3,5	0,59	3	0,51	1	0,17	3	0,51	3	0,51
Kelemahan											
Penawaran (tidak stabil dalam proses produksi)	0,04	4	0,16	3,5	0,14	2	0,08	3,5	0,14	2,5	0,1
Pemasaran (produk belum memiliki kemasan dan belum bekerja sama dengan target pasar lain)	0,04	3,5	0,14	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12
Peluang											
Permintaan (adanya permintaan pasar yang bisa di suplay namun belum terlaksana)	0,16	4	0,64	1,5	0,24	3	0,48	1,5	0,24	4	0,64
Teknologi IT (sebagai pendukung)	0,08	3,5	0,28	3	0,24	2	0,16	1,5	0,12	3,5	0,28
Ancaman											
Kebijakan pemerintah(tidak mendukung proses perkembangan produksi)	0,18	3	0,54	1,5	0,54	2,5	0,45	1	0,18	2,5	0,45
Cuaca (menghambat proses produksi)	0,27	3,5	0,94	2	0,54	1,5	0,40	3	0,6	4	1,08
Persaingan usaha sejenis (jumlah pesaing banyak)	0,29	4	1,16	3	0,87	3,5	1,01	3,5	1,01	2,5	0,72
Jumlah			**6,63**		**4,67**		**4,03**		**4,13**		**6,06**

Dari urutan tersebut, maka hasil analisis formulasi strategi dengan menggunakan matriks QSPM menunjukan bahwa keputusan strategi prioritas yang perlu mendapatkan prioritas dalam menyusun langkah-langkah strategis adalah meningkatkan promosi yang bisa menarik konsumen dengan nilai TAS terbesar (6,63) dan membuat penawaran pada pasar di lokasi yang strategis (seperti agrowisata) dengan nilai TAS sebesar (6,06). Cara meningkatkan promosi dan penawaran yang bisa menarik konsumen seperti :

1) Buat konten promosi yang kreatif dan menarik. Gunakan gambar, video, dan teks yang menarik perhatian dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.
2) Buat program loyalitas atau penawaran diskon bagi pelanggan yang setia. Ini dapat membantu mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.
3) Pertimbangkan untuk melakukan kemitraan dengan merek lain atau menjadi sponsor acara atau kegiatan yang relevan dengan target pasar.
4) Kerjasama dengan influencer yang relevan dengan niche usaha bisa membantu meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan usaha.
5) Mengikuti pameran atau bazar di setiap event yang ada sehingga banyak orang yang mengenali usaha kerupuk ikan nila ibu Jamelia.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliamitra (2021) yang menyatakan bahwa strategi prioritas yang dapat

dilakukan dalam usaha kerupuk ikan tenggiri Al-Abror adalah memperbaiki manajemen usahanya. Berdasarkan analisis matriks SWOT pada strategi pengembangan usaha kerupuk ikan tenggiri Al-Abror menghasilkan 8 (delapan) alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh pengusaha kerupuk ikan tenggiri al-Abror, yaitu : 1. Memperbaiki sistem manajemen perusahaan (STAS : 6,710), 2. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial (STAS : 6,570), 3. Menggunakan teknologi yang lebih modern (STAS : 6,350), 4. Mempertahankan kualitas dan harga jual produk (STAS : 6,280), 5. Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta pelayanan produk untuk mempertahankan konsumen (STAS : 6,220), 6. Meminta bantuan pemerintah dalam memasarkan produk (STAS : 6,430), 7. Mengoptimalkan dukungan pemerintah dalam melakukan pengembangan produk melalui bazar atau pameran, 8. Melakukan Efisiensi biaya produksi (STAS : 6,420).