

ANALISIS SWOT DALAM RANGKA MENYUSUN STRATEGI KOMPETITIF PADA INDUSTRI KECIL (STUDI KASUS IKM KERIPIK CUMI CIK NINA DIDESA BATURUSA KECAMATAN MERAawang BANGKA INDUK)

FEBRYANTI ARI SANDRIA
H.Mimpin Sitepu
Gayatria Oktalina

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- Conducted based on coaching data from April 2020 to June 2020. This research was carried out in the Baturusa Village, Merawang District, where there are Chips Squid Chips. Small and Medium Enterprises Squid Chips Cik Nina as an individual business that is well known in the area. A good business strategy is needed to deal with increasingly complex and competitive business competition. The method used in this research is qualitative and quantitative methods. Data collection techniques in research carried out by interview and then analyzed by SWOT. The type of data consists of primary and secondary data. The results of the research from the descriptive methodology of SWOT analysis can be obtained by the matrix value of internal factors 3.05 and the matrix value of external factors 2.70. This business is in cell number four (growth and build) so it is included in the growth strategy. Strategies suitable for this position are intensive strategies (market penetration, market development and product development) or integration (backward integration, forward integration and horizontal integration) can be the most appropriate for these divisions. The results of the SWOT analysis for the Small and Medium Enterprises in Cik Nina Calamari Chips in Baturusa Village, Merawang Regency are in quadrant I (one), namely an aggressive strategy). This strategy signifies a strong and capable company to continue to develop by taking opportunities or opportunities that exist to achieve maximum turnover. In this strategy, it can increase the competitiveness of small and medium sized Calamari Chips in Baturusa Village, Merawang District, Bangka Induk Regency.

Keyword: SWOT Analysis, IFE matrix, EFE Matrix, Strategy Management, and Competitive Strategy

I. PENDAHULUAN

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung secara geografis dikelilingi lautan. Luas laut yang mengelilinginya kurang lebih 65,301.00 km² atau 79.90 persen dari total luas wilayah mencapai 81,725.14 km². Sumber daya perikanan tangkap di provinsi ini masuk di dalam Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP) 711 dan potensinya sesuai dengan Peraturan Menteri

Kelautan Perikanan Nomor : 45/MEN/2011 tentang estimasi Potensi Sumber Daya Ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia mencapai 1,059.0 ton/tahun. Hal ini menyebabkan sektor perikanan didominasi oleh perikanan laut yang diperoleh melalui aktivitas penangkapan dan mempunyai peluang memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Bumi Serumpun Seblai. Selain perikanan tangkap, provinsi ini juga memiliki potensi yang cukup luas untuk perikanan budidaya sejumlah 104,863 Ha. Namun hingga saat ini pemanfaatannya belum menjadi sumber penghasilan utama bagi para pembudidaya dikarenakan faktor masih kurangnya ketersediaan benih. (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2019).

Produksi perikanan tangkap Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dalam kurun waktu 2 (dua) tahun terakhir mengalami peningkatan sebesar 5,75 persen. Pada tahun 2017 produksi perikanan tangkap sebesar 208.019,70 ton dibandingkan tahun 2016 lalu sebesar 196.704,00 ton. Ketika terjadi peningkatan produksi perikanan tangkap, diharapkan dapat diolah dalam berbagai jenis produk olahan sehingga mempunyai nilai tambah. Dapat dijadikan sebagai mata pencaharian alternatif selama nelayan tidak melaut dikarenakan cuaca ekstrim atau masa paceklik ikan. Namun harapan tersebut belum sesuai dengan yang diinginkan. Besarnya ekspektasi pertumbuhan sektor perikanan dihadapkan pada tantangan untuk dapat menstimulasi terciptanya bentuk-bentuk kreativitas yang memiliki nilai lebih tinggi dan mempunyai nilai daya saing bagi daerah.

Potensi Sumber daya perikanan di Kabupaten Bangka Induk yang cukup besar merupakan salah satu peluang usaha untuk pengembangan pengolahan hasil perikanan. Produksi perikanan tangkap di Kabupaten Bangka Induk pada tahun 2014 sebesar 16.661,4 ton (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2015). Produksisumberdayaperikanan tangkap yang cukup besar di Kabupaten Bangka Induk dapat mendorong perekonomian masyarakat serta membantu urumaha tanggap perikanan di wilayah tersebut. Salah satunya IKM keripik cumi Cik nina keripik cumi cik nina merupakan salah satu *Home industry* ini berlokasi di Desa Baturusa Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka.

Gambar.1

Hasil Olahan Home Industry Kemplang



Sumber Gambar: Hasil produksi Pengolahan Home Industry

Tradisional Keunggulan kompetitif IKM adalah kemampuan yang dimiliki oleh sebuah organisasi untuk merumuskan strategi dan mengaplikasikannya pada suatu posisi yang tepat dengan menggunakan kemampuan karakteristik dan segala sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Ada dua hal yang akan mempengaruhi tercapainya keunggulan kompetitif, yaitu harga yang rendah dan keunikan produk itu sendiri.

IKM Keripik cumi dapat digunakan sebagai salah satu solusi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, oleh karena itu perlu diupayakan usaha-usaha untuk mengarahkan mereka untuk menjadi usaha yang berhasil. usaha yang berhasil ialah yang mampu bersaing dan unggul diantara para pesaingnya, atau yang disebut sebagai berkeunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif suatu usaha merupakan hasil dari strategi yang dijalankan dalam mengelola usahanya tersebut. Salah satu strategi utama yang berperan penting dalam menentukan keunggulan kompetitif suatu usaha ialah strategi operasi. Oleh karena itu mengetahui strategi operasi yang dijalankan oleh industry kecil yang berkeunggulan kompetitif merupakan suatu hal yang bernilai untuk dapat dipelajari baik oleh wirausahawan maupun akademisi. Penelitian ini meneliti mengenai strategi dari IKM Home Industry Keripik cumi. Hasil dari penelitian ini merupakan strategi dan dijalankan yang diarahkan dari prioritas kompetitifnya.

Tabel. 1
Data Penjualan IKM Keripik Cumi Cik Nina

Bulan	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Januari	20.640,000	17.925,000
Februari	19.840,000	18.900,000
Maret	20.960,000	17.775,000
April	18.481,000	19.425,000
Mei	40.560,000	28.650,000
Juni	34.080,000	22.200,000
July	19.120,000	18.075,000
Agustus	37.440,000	26.325,000
September	17.520,000	15.300,000
Oktober	14.560,000	16.875,000
November	15.880,000	17.325,000
Desember	19.840	21.375,000

Sumber data IKM Keripik cumi Cik Nina

Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat bahwa terjadi fluktuatif pada pendapatan IKM Keripik Cumi Cik Nina dan banyak nya persaingan bisnis yang terjadi. Bilamerujukpadauraian di atas makadapatkitasimpulkanbahwakeunggulan kompetitifmeru

upakan keunggulan yang dimiliki oleh suatu IKM Home Industry, dimana keunggulan yang akan dipergunakan untukber kompetensi dan bersaing dengan IKM atau Home Industry sejenis lainnya dengan tujuan untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui analisis kualitas produk memberikan dan meningkatkan keunggulan bersaing IKM dalam meningkatkan penjualan .
2. Untuk mengetahui analisis harga yang sudah ditetapkan dapat memberikan keunggulan bersaing IKM dalam meningkatkan penjualan.
3. Untuk mengetahui analisis keunikan produk yang selama ini dipertahankan dapat memberikan keunggulan bersaing IKM dalam meningkatkan penjualan.
4. Untuk mengetahui analisis keunggulan dari tingkat kesulitan produk yang dimiliki IKM dapat meningkatkan keunggulan bersaing IKM dalam meningkatkan penjualan.

II. LANDASAN TEORI

Manajemen Strategi

Menurut Fred R. David (2011) pengertian manajemen strategis adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memapukan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi computer untuk mencapai keberhasilan organisasional

Strategi Keunggulan Kompetitif

Suatu usaha yang berhasil membangun keunggulan kompetitifnya tergantung dari strategi yang dijalankannya. Menurut David (2009) strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Keputusan-keputusan ini menghasilkan daya saing bagi perusahaan di masa depan.

Menurut Heizer dan Render (2009) strategi yang memberikan peluang bagi para manajer operasi untuk meraih keunggulan yaitu dengan cara:

- a. Bersaing pada perbedaan (*Differentiation*), keunikan dapat melaluikarakteristik fisik maupun atribut jasa yang ditawarkan kepada konsumensehingga konsumen mempersepsikannya sebagai nilai.
- b. Bersaing pada biaya (*Cost leadership*), untuk mencapai nilai maksimum yang diinginkan pelanggan tetapi dengan kualitas yang memadai.
- c. Bersaing pada respon cepat (*Rapid response*), melalui keseluruhan nilai yangterkait dengan pengembangan dan penghantaran barang yang tepat waktu, penjadwalan yang dapat diandalkan serta kinerja yang fleksibel.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang pernah diterapkan baik di medan pertempuran maupun bisnis. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Sun Tzu bahwa apabila kita mengenal kekuatan dan kelemahan lawan

sudah biasa dipaastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran.

Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) :

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0
- c) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- d) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan *score*.
- e) Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

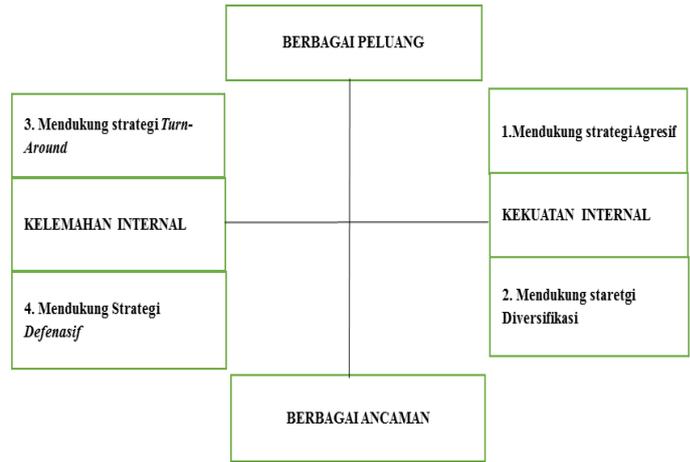
Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS) :

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan *score*.

Gambar. 2
Diagram Analisis SWOT



Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

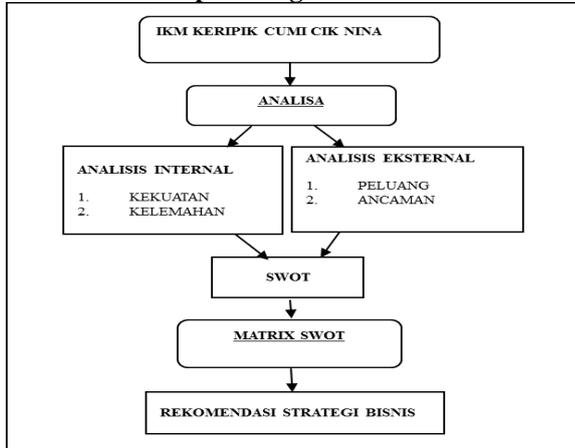
Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Treath*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan. Dengan mengantisipasi dan melakukan tindakan, perusahaan akan mampu mengambil manfaat dari perubahan-perubahan ini. Kedua, langkah

ini memberikan peluang untuk menyusun aspek-aspek terpenting untuk dievaluasi.

Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dijabarkan pada gambar sebagai berikut:

Gambar.3
Konsep Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Diolah Peneliti

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan sebuah cara untuk mengetahui hasil dari sebuah permasalahan yang spesifik, dimana permasalahan tersebut disebut juga dengan permasalahan penelitian. Berdasarkan berbagai sumber yang ada Metode penelitian yang digunakan ada dua macam, yaitu metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian yaitu IKM Keripik cumi Cik Nina di Desa Baturusa Kecamatan Merawang Bangka Induk. Sumber data didapat dari hasil wawancara serta dokumen pendukung seperti sertifikat-sertifikat yang terkait dalam IKM Keripik cumi Cik Nina di Desa Baturusa. Teknik pengumpulan data yakni dengan melakukan wawancara, observasi serta dokumentasi.

Waktu dan Tempat Penelitian

Konsep pembuatan skripsi ini dimulai dari pengajuan judul, pengumpulan data, proses data, menganalisis data sampai didapat hasil kesimpulan. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari 2020 sampai Juli 2020. Tempat penelitian adalah IKM Keripik cumi Cik Nina yang beralamat di Desa Baturusa Kecamatan Merawang Bangka Induk.

Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2010:58) adalah: “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut.

Tabel. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi variabel	Sub variabel	Pengukuran
Manajemen Strategi	Matriks SWOT	Faktor internal dan faktor	1. Kekuatan 2. Kelemahan 3. Peluang

	eksternal	4. Ancaman
--	-----------	------------

Sumber: Data diolah Peneliti

Kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Bebas (*independent variable*). Pengertian dari variabel bebas menurut Jonathan Sarwono dan Tutty Martadijera (2008:107) yaitu: “Merupakan variabel yang dapat diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.”

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (*independent variable*) merupakan suatu variabel yang bebas dimana keberadaannya tidak dipengaruhi oleh *variable* yang lain, bahkan variabel ini merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain.

Teknik pengambilan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Sugiyono (2009) menjelaskan bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan atau triangulasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi dan wawancara.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau objek lain yang diselidiki. Adapun jenis-jenis observasi tersebut diantaranya yaitu observasi terstruktur, observasi tak terstruktur, observasi partisipan, dan observasi nonpartisipan. Dalam penelitian ini, sesuai dengan objek penelitian maka, peneliti memilih observasi partisipan. Observasi partisipan yaitu suatu teknik pengamatan dimana peneliti ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diselidiki. Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian, yaitu dengan mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan ditempat IKM tersebut. Peneliti dapat mendapatkan informasi yang akan diteliti dan juga untuk mengetahui jabatan, tugas atau kegiatan, alamat, nomor telepon, dari calon informan sehingga mudah untuk mendapatkan informasi untuk kepentingan penelitian.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan menggunakan wawancara hampir sama dengan kuesioner. Wawancara itu sendiri dibagi menjadi 3 kelompok yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Namun disini peneliti memilih melakukan wawancara mendalam ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks yang sebagian besar berisikan pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi.

Peneliti meminta izin kepada informan menggunakan alat perekam untuk menghindari kehilangan informasi. Sebelum dilangsungkan wawancara mendalam, peneliti menjelaskan atau memberikan sekilas gambaran dan latar belakang secara ringkas dan jelas mengenai topik penelitian. Peneliti harus memperhatikan cara-cara yang

benar dalam melakukan wawancara, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pewawancara menghindari kata yang memiliki arti ganda, taksa, atau pun yang bersifat ambiguitas.
- b. Pewawancara menghindari pertanyaan panjang yang mengandung banyak pertanyaan khusus. Pertanyaan yang panjang hendaknya dipecah menjadi beberapa pertanyaan baru.
- c. Pewawancara mengajukan pertanyaan yang konkrit dengan acuan waktu dan tempat yang jelas.
- d. Pewawancara mengajukan pertanyaan dalam rangka pengalaman konkrit responden.
- e. Pewawancara menyebutkan semua alternatif yang ada atau sama sekali tidak menyebutkan alternatif.
- f. Wawancara mengenai hal yang dapat membuat responden marah, malu atau canggung, gunakan kata atau kalimat yang dapat memperhalus

3. Studi pustaka

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, majalah-majalah, jurnal-jurnal dan media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian.

4. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data mengenai IKM Keripik Cumi Cik Nina di Desa Baturusa Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto.

Sumber Data dalam Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Arikunto(2010) data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Data primer, adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung.
- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis serta dari studi pustaka. Dapat dikatakan data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, SMS, foto dan lain-lain.

IV. PEMBAHASAN

Gambaran umum

Keripik Cumi Cik Nina merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang Usaha Makanan Ringan yang sudah berdiri pada tahun 2015 . IKM keripik cumi Cik Nina memproduksi makanan hasil olahan ikan yaitu cumi yang dihasilkan dari lautan Kepulauan Bangka Belitung. IKM ini berlokasi didesa Baturusa Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka Induk .Awal mula pendiriannya, Cik Nina memulai usaha keripik cumi ini hanya karna terinspirasi dari cumi goreng tepung rumahan. Cik Nina memulai usahanya ini

hanya dengan bermodal uang sebesar Rp. 3.000.000. Dalam menjalankan usahanya Cik Nina dibantu oleh adiknya dan beberapa saudaranya. Pada awal mula pendirian usaha, jumlah pegawai ditempat Cik Nina sebanyak 6 orang pegawai dan pada tahun 2017 jumlah karyawan bertambah menjadi 10 orang karyawan hingga saat ini tahun 2019.

Analisis data

Tabel 3
Matriks IFAS IKM Keripik Cumi Cik Nina

FAKTOR STRATEGI INTERNAL	
Kekuatan	
1	lingkungan yang bersih
2	Kualitas produk yang dihasilkan terjamin
3	Harga yang ditawarkan terjangkau
4	Menjadi produk unggulan didesa
5	SDM yang ramah
Kelemahan	
1	Penggunaan teknologi masih manual / sederhana
2	Tenaga kerja ahli tidak ada
3	Kondisi jalan rusak

Sumber: Data Diolah Peneliti

Tabel 4
Matriks EFAS IKM Keripik Cumi Cik Nina

Faktor strategi eksternal	
Peluang	
1	Luasnya pangsa pasar
2	Dukungan pemerintah daerah cukup baik
3	Permintaan meningkat pada musim tertentu
4	Mengadakan kegiatan untuk ajang promosi atau ikut serta dalam acara pameran .
Ancaman	
1	Pesaing produk sejenis
2	Belum stabilnya harga bahan baku
3	Kondisi ekonomi yang buruk

Sumber: Data Diolah Peneliti

Matriks IFAS-EFAS

Penelitian menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil penelitian. Analisis dalam penelitian ini mencakup analisis tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mempunyai pengaruh dalam penyusunan staretegi untuk Keripik cumi Cik Nina. Analisis lingkungan internal menggunakan tabel IFAS seperti pada tabel 5.

Tabel 5
Matriks IFAS IKM Keripik Cumi Cik Nina

7	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
	lingkungan yang bersih			
1	lingkungan yang bersih	0.1	5	0.5
2	Kualitas produk	0.15	5	0.75

	yang dihasilkan terjamin			
3	Harga yang ditawarkan terjangkau	0.1	4	0.4
4	Menjadi produk unggulan didesa	0.15	4	0.6
5	SDM yang ramah	0.1	4	0.4
Kelemahan				
1	Penggunaan teknologi masih manual / sederhana	0.1	1	0.1
2	Tenaga kerja ahli tidak ada	0.05	2	0.1
3	Kondisi jalan rusak	0.15	2	0.2
JUMLAH				
		1		3.05

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil analisis matrik IFE dalam penerapan strategi pemasaran IKM Keripik cumi Cik Nina dengan nilai bobot tertinggi adalah 0,75 yaitu kualitas produk yang dihasilkan terjamin. Sedangkan untuk nilai terendah dari analisis Matriks IFE ini adalah penggunaan teknologi masih manual, tenaga ahli tidak ada dengan nilai 0,1.

Tabel 6
Matriks EFAS IKM Keripik Cumi Cik Nina

No	Faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Luasnya pangsa pasar	0.15	4	0.6
2	Dukungan pemerintah daerah cukup baik	0.15	4	0.6
3	Permintaan meningkat pada musim tertentu	0.1	4	0.4
4	Mengadakan kegiatan untuk ajang promosi atau ikut serta dalam acara pameran .	0.1	3	0.3
Ancaman				
1	Pesaing produk sejenis	0.1	2	0.2
2	Belum stabilnya harga bahan baku	0.15	2	0.3
3	Kondisi ekonomi yang buruk	0.15	2	0.3
JUMLAH				
		1		2,70

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dalam penerapan strategi pemasaran IKM Keripik cumi Cik Nina hasil analisisnya mendapatkan bobot tertinggi dengan nilai 0,6

yaitu luasnya pangsa pasar dukungan pemerintah sangat baik dan Mengadakan kegiatan untuk ajang promosi atau ikut serta dalam acara pameran. Sedangkan nilai terendah dari analisis matrik EFE diatas adalah pesaing produk sejenis dengan nilai 0,2.

Matriks SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel IFAS dan EFAS maka Keripik cumi Cuk Nina dapat membuat dan merumuskan formulasi arah strategi dengan menggunakan Matriks SWOT .

Matrik SWOT ini merupakan salah satu cara untuk mendapatkan alternatif staretgi dengan cara menggabungkan masing-masing faktor yakni Strategi SO, Strategi ST , Strategi WO dan Strategi WT. Dari hasil penelitian strategi dari Matriks SWOT untuk IKM keripik cumi cik nina sebagai berikut:

1. SO (*Strength-Opportunities*)
 - a. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang terjamin
 - b. Meningkatkan dan memperluas promosi produk
 - c. Terjangkaunya harga produk dapat meningkatkan permintaan konsumen
 - d. Produk IKM memiliki peminat yang cukup tinggi dan menjadi produk unggulan Desa.
 - e. Memperluas pangsa pasar
2. WO (*Weakness-Opportunities*)
 - a. Melakukan kegiatan kewirausahaan untuk menambah wawasan pelaku usaha dalam hal pemasaran
3. ST (*Strength-Threats*)
 - a. Terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi persaingan dari luar yang semakin ketat
 - b. Mempertahankan pelanggan pemasok bahan baku agar menjaga stoknya untuk mengatasi tidak stabilnya harga bahan baku
4. WT (*Weakness-Threats*)
 - a. Menggunakan teknologi yang modern untuk menciptakan produk yang lebih unggul sehingga dapat menghadapi persaingan dari luar yang semakin ketat
 - b. Seleksi kualitas pegawai guna meningkatkan persaingan

Matriks Internal Eksternal (IE)

Gambar 4
Tahap pencocokan data Internal dan Eksternal (IE)

	Kekuatan eksternal	Kekuatan Internal		
	Kuat	Rata-rata	Lemah	
	(3,0-4,0)	(2,0-2,99)	(1,0-1,99)	
	4,0	3,0	2,0	1,0
1.	4,0	I. GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertikal	II. GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal	III. GROWTH Turnaround
Tinggi (3,0-4,0)				
3,0	IV. STABILITY Hati-hati	V. GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal	VI. RETRENCHMENT STABILITY tak ada perubahan profil strategi	
Sedang (2,0-2,99)				
2,0	VII. GROWTH Difersifikasi konsentrik	VIII. GROWTH Difersifikasi konglomerat	IX. RETRENCHMENT Bangkrut atau likuidasi	
Rendah (1,0-1,99)				

Sumber : Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil dari tabel diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,65 dan nilai EFASnya adalah 2,70. Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan strategi kompetitif IKM Keripik Cumi di Desa Baturusa berada di sel nomor 4 (*grow and build*) jadi masuk pada strategi pertumbuhan. Strategi yang cocok pada posisi ini adalah startegi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi kebelakang, integrasi kedepan dan intergrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini.

Diagram Analisis SWOT

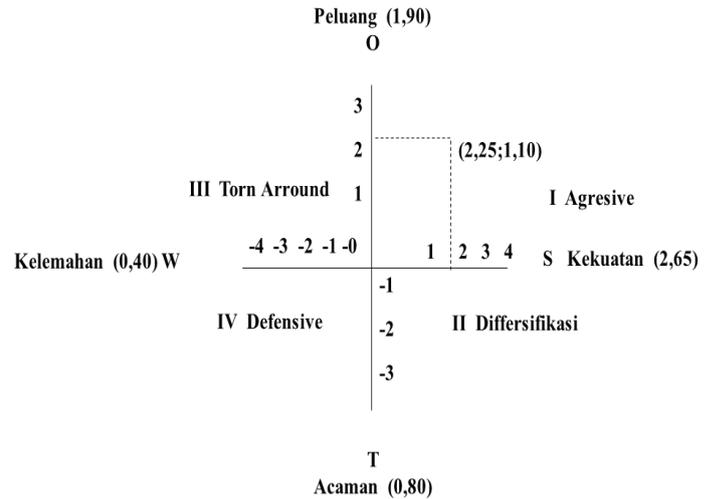
Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strength* 2,65, *weakness* 0,40, *opportunity* 1,90, *threat* 0,80. Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 2,25 sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threath* adalah (+) 1,10. Dibawah ini merupakan gambar hasil kuadran analisis SWOT.

Berdasarkan hasil dari tabel diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,65 dan nilai EFASnya adalah 2,70. Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan strategi kompetitif IKM Keripik Cumi di Desa Baturusa berada di sel nomor 4 (*grow and build*) jadi masuk pada strategi pertumbuhan. Strategi yang cocok pada posisi ini adalah startegi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi kebelakang, integrasi kedepan dan intergrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini.

Diagram Analisis SWOT

Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strength* 2,65, *weakness* 0,40, *opportunity* 1,90, *threat* 0,80. Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 2,25 sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threath* adalah (+) 1,10. Dibawah ini merupakan gambar hasil kuadran analisis SWOT.

Gambar5
Diagram Analisis SWOTPenerapan Strategi Pemasaran IKM Keripik Cumi Cik Nina



Sumber : Data diolah Peneliti

Dari gambar diagram analisis diatas sangat jelas menunjukan bahwa IKM Keripik cumi di Desa Baturusa Kecamatan Merawang berada pada kuadran pertama, yaitu kuadran strategi agresif dimana kuadran tesebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Stategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal. Dalam strategi ini dapat meningkatkan Strategi Kompetitif IKM Keripik Cumi Nina di Desa Baturusa Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka Induk.

Tabel 7
Matriks SWOT IKM Keripik Cumi Cik Nina

	Strength (S) Faktor Kekuatan	Weakness (W) Faktor Kelemahan
Eksternal	1. Lingkungan bersih	1. Penggunaan teknologi masih manual/ sederhana
	2. Harga bersaing	2. Tenaga ahli tidak ada
	3. Menjadi produk unggulan desa	3. Tidak ada pelatihan tenaga ahli
	4. Kualitas produk terjamin	4. Kondisi jalan rusak
	5. SDM yang ramah	
	Internal	
Opportunities (O) Faktor peluang	SO	WO
1. Dukungan pemerintah cukup baik	1. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang terjamin	1. Melakukan kegiatan kewirausahaan untuk menambah wawasan pelaku usaha dalam hal pemasaran
2. Permintaan meningkat pada musim tertentu	2. Meningkatkan dan memperluas promosi	
3. Mengadakan		

kegiatan untuk ajang promosi atau ikut serta dalam acara pameran	3. Membuat harga yang terjangkau	
4. Luasnya pangsa pasar	4. Produk IKM memiliki peminat yang cukup tinggi dan menjadi produk unggulan Desa.	
	5. Memperluas pangsa pasar	
<i>Threats (T)</i>	ST	WT
1. Pesaing produk sejenis	1. Terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi persaingan dari luar yang semakin ketat	1. Menggunakan teknologi yang modern untuk menciptakan produk yang lebih unggul sehingga dapat menghadapi persaingan dari luar yang semakin ketat
2. Belum stabilnya harga bahan baku	2. Mempertahankan pelanggan pemasok bahan baku agar menjaga stoknya untuk mengatasi belum stabilnya harga bahan baku	2. Seleksi kualitas pegawai guna meningkatkan persaingan
3. Pesaing pendatang baru		

Sumber : Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil matrik SWOT diatas dapat dirumuskan strategi yang digunakan dalam penerapan strategi pemasaran IKM keripik cumi cik nina, sebagai berikut:

- 1) SO (*Strength-Opportunities*)
 - a. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang terjamin
 - b. Meningkatkan dan memperluas promosi produk
 - c. Terjangkaunya harga produk dapat meningkatkan permintaan konsumen
 - d. Produk IKM memiliki peminat yang cukup tinggi dan menjadi produk unggulan Desa.
 - e. Memperluas pangsa pasar
- 2) WO (*Weakness-Opportunities*)
 - a. Melakukan kegiatan kewirausahaan untuk menambah wawasan pelaku usaha dalam hal pemasaran
- 3) ST (*Strength-Threats*)
 - a. Terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi persaingan dari luar yang semakin ketat
 - b. Mempertahankan pelanggan pemasok bahan baku agar menjaga stoknya untuk mengatasi tidak stabilnya harga bahan baku
- 4) WT (*Weakness-Threats*)
 - a. Menggunakan teknologi yang modern untuk menciptakan produk yang lebih unggul sehingga dapat menghadapi persaingan dari luar yang semakin ketat
 - b. Seleksi kualitas pegawai guna meningkatkan persaingan

V. PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan atas penelitian Analisis SWOT Dalam Rangka Menyusun Strategi Kompetitif Pada Industri Kecil : Studi Kasus IKM Keripik Cumi Cik Nina di Desa Baturusa Kecamatan Merawang.Bangka Induk dengan tabel Matrik IFAS dan EFAS dan diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,05 dan nilai EFASnya adalah 2,70.

Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan strategi kompetitif IKM Keripik Cumi di Desa Baturusa Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka Induk berada di sel nomor empat (*growth and build*) jadi masuk pada strategi pertumbuhan. Strategi yang cocok pada posisi ini adalah startegi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi kebelakang, integrasi kedepan dan intergrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini.

Desa Baturusa Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka Induk berada pada kuadran I (satu) yaitu strategi agresif, dimana kuadran tesebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal.Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya bersaing IKM Keripik Cumi di Desa Baturusa Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka Induk.

Saran-Saran

1. Pemilik IKM harus memperbaiki strategi pengembangan IKM, terutama dalam strategi promosi harus lebih ditingkatkan sesuai dengan cara membuat biner dan selebaran kertas atas promosi terhadap usaha Keripik cumi tersebut untuk memenangkan persaingan.
2. Pemilik IKM harus sering mengikuti seminar tentang wirausaha dan membuat pelatihan terhadap pekerja IKM Keripik Cumi Cik Nina dengan menggunakan alat teknologi yang canggih sesuai dengan perkembangan zaman saat ini

DAFTAR PUSTAKA

- 1] Arikunto, S. 2010. Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi.Revisi), Jakarta : Rineka Cipta
- 2] David, Fred, R. 2011. *Strategic Management ManajemenStrategiKonsep*,Edisi 12, SalembaEmpat, Jakarta.
- 3] David, Fred R. Manajemen Strategis. Konsep, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- 4] David, Fred R, 2011. Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- 5] Fred R. David, 2009, Manajemen Strategis. Salemba Empat Jakarta
- 6] Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. Manajemen Operasi Buku 1 Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

- 7] Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- 8] Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- 9] Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.