

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN IKAN
OLAHAN DI DESA KUALA BUBON KABUPATEN ACEH BARAT
(STUDI KASUS: USAHA PENGOLAHAN IKAN SENTRA BARSELA MANDIRI)**

Page | - 116 -

Hanipah Bintang¹, Sri Handayani²
Universitas Teuku Umar Meulaboh^{1,2}

Correspondence Email : hanipahbintang96@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada produk ikan olahan di Desa Kuala Bubon Kabupaten Aceh Barat tepatnya usaha ikan olahan Sentra Barsela Mandiri dengan menggunakan metode analisis SWOT. Terdapat empat variabel yang digunakan pada metode ini yaitu (analisis SWOT, Matriks IFE dan EFE, Matriks SWOT dan Diagram SWOT). Dari hasil analisis diperoleh kekuatan pada strategi pemasaran ikan olahan Sentra Barsela Mandiri adalah : .Memproduksi ikan dengan rasa tawar, Usaha pengolahan ikan yang memproduksi paling banyak jenis ikan, Sudah memiliki izin usaha (PIRT), Lokasi usaha yang strategis. Kelemahan Sentra Barsela Mandiri adalah :Tenaga kerja yang masih kurang, Modal usaha masih terbatas, Cuaca yang tidak menentu, Bahan baku yang bergantung kepada hasil laut yang tidak menentu, Produk ikan olahan yang tidak tahan lama untuk kualitas yang baik. Peluang pada Sentra Barsela Mandiri adalah :Permintaan ikan olahan yang tinggi, dibuktikan dengan agen pengumpul yang selalu rutin datang membeli ikan olahan, Pasar yang masih terbuka lebar, dengan kata lain semua kalangan masyarakat dapat dikatakan sebagai konsumen, Adanya kepercayaan dari pedagang dan konsumen. Ancaman pada Sentra Barsela Mandiri adalah : Adanya pesaing sesama pengusaha ikan olahan, baik dari Desa Kuala Bubon sendiri maupun dari desa tetangga, kenaikan harga bahan baku produksi, terbatasnya akses informasi. dan nilai matriks IFE yaitu (0,814), nilai matriks EFE yaitu (1,45). Sehingga usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri cukup baik untuk merespon peluang dan meminimalisasi ancaman

Kata kunci :Pemasaran, Ikan olahan, SWOT

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategy of processed fish products in Kuala Bubon Village, West Aceh Regency, precisely the processed fish business of Sentra Barsela Mandiri using the SWOT analysis method. SWOT Matrix and SWOT Diagram). From the analysis

results obtained Strengths in the marketing strategy of processed fish at Sentra Barsela Mandiri are: .Producing fresh-tasting fish, Fish processing business that produces the most types of fish, Already has a business license (PIRT), Business location Weaknesses of the Barsela Mandiri Center are: Insufficient manpower, Limited working capital, Uncertain weather, Uncertain raw materials that depend on marine products, Processed fish products that are not durable for good quality. Sentra Barsela Mandiri is: High demand for processed fish, evidenced by collecting agents who always routinely come to buy processed fish, a market that is still wide open, in other words all circles of society can be said to be consumers, there is trust from traders and consumers. own or from neighboring villages, rising prices of production raw materials, limited access to information. and the IFE matrix value is (0.814), the EFE matrix value is (1.45). So that the fish processing business of Sentra Barsela Mandiri is good enough to respond to opportunities and minimize threats

Keywords:Marketing, Processed fish, SWOT

PENDAHULUAN

Kabupaten Aceh Barat merupakan salah satu kabupaten yang berbatasan langsung dengan Samudra Hindia (WPP 572).Kabupaten Aceh Barat merupakan wilayah pesisir yang memiliki potensi besar terhadap pemanfaatan sumber daya ikan (SDI) baik itu ikan pelagis (ikan yang dekat dengan pantai) ataupun ikan demersal (ikan yang dekat dengan dasar laut), dimana volume produksi jumlah ikan laut yang di hasilkan di Kabupaten Aceh Barat yaitu 12.767,1 ton yang berada pada posisi ketiga di Aceh yang menyumbang 8,08% dari total produksi perikanan laut provinsi Aceh.(DKP Provinsi Aceh,2014)

Desa Kuala Bubon merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Samatiga,Kabupaten Aceh Barat yang dimana sebagian besar penduduknya bergantung hidup kepada hasil laut.Desanya Kuala Bubon merupakan desa yang 100 % terkena dampak bencana Tsunami pada tahun 2004. Tsunami yang terjadi di Aceh berdampak pada persoalan kemiskinan terutama pada masyarakat pesisir. Banyak usaha yang sudah dilakukan khususnya di sektor pertanian dan perikanan. Meskipun demikian pengaruhnya terhadap kondisi ekonomi belum terpenuhi, sehingga belum mampu memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap pertumbuhan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat (Agussabti et al. 2012).

Pada saat ini perkembangan potensi perikanan laut Desa Kuala Bubon belum berjalan maksimal, Karena sistem penangkapan hingga ke pemasaran ikan yang belum berjalan baik menyebabkan tingginya resiko terhadap produk turunan perikanan.Dimana fasilitas alat penangkapan yang masih sederhana dikarenakan keadaan ekonomi nelayan yang masih rendah dengan penghasilan <200.000 /hari, terutama nelayan kecil yang masih

terbatas dalam penerapan alat tangkap berteknologi modern, yang dimana nelayan masih menggunakan perahu dengan ukuran 10 GT ke bawah (menurut UU No 7 tahun 2016.)

Kebutuhan protein di dalam tubuh terutama protein yang berasal dari hewan untuk hidup sehat sesuai dengan anjuran para ahli gizi pada masyarakat masih menjadi masalah sampai saat ini. Dalam usaha penanganan masalah tersebut, ternyata sektor perikanan merupakan penyumbang lebih dari $\frac{3}{4}$ jumlah protein hewani yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Konsumsi ikan merupakan suatu keadaan dimana setiap orang mengkonsumsi ikan dalam jangka waktu satu tahun yang dinyatakan dengan kg/kapita/tahun. Tingkat konsumsi ikan masyarakat di Indonesia terbilang rendah dibandingkan dengan Negara lain, yang dimana Indonesia rata-rata tingkat konsumsi masyarakatnya 41 kg/kapita/tahun. (Detik.com, 2017).

Rendahnya tingkat konsumsi ikan masyarakat disebabkan oleh beberapa aspek seperti: a) Selera, Bau, Amis yang ditimbulkan ikan, b) Ikan tidak tersedia secara merata di seluruh daerah karena lokasi yang jauh dari sumber ikan, c) Produk ikan olahan masih sangat rendah. Begitu juga jangkauan pasarnya berada di wilayah yang belum memiliki jenis ikan olahan yang menarik dan berbeda dari ikan olahan biasanya (Purnomo, 2014)

Pengolahan ikan menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi ikan. Berbagai inovasi pengolahan yang diciptakan dapat meningkatkan nilai tambah (*added value*) pada produk perikanan yang biasanya hanya dikonsumsi dalam bentuk ikan segar tanpa adanya pengolahan. Keunggulan kegiatan pengolahan memberikan manfaat terhadap produk perikanan, seperti daya tahan produk yang bertambah, penyimpanan yang mudah dan cita rasa yang tidak berubah serta hal pendukung lainnya yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi ikan. Sifat produk perikanan yang mudah rusak dan tidak tahan lama dengan kondisi potensi produksi yang baik, maka diperlukan strategi untuk mengurangi kerusakan dalam produk perikanan. (Andarwulan, 2014)

Produk perikanan juga sangat membutuhkan strategi untuk mengembangkan potensinya dan melibatkan masyarakat dalam setiap kegiatan sehingga mencapai kualitas pengolahan ikan yang baik (Samardjo, 2014) serta diperlukan penyuluhan dan pemberdayaan masyarakat berbasis pengembangan produk perikanan (Hikmat, 2010).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha pengolahan ikan Centra Barsela Mandiri Desa Kuala Bubon, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat yang merupakan usaha ikan olahan yang diakui di Aceh Barat karena sudah berdiri selama 13 tahun dan berdiri sendiri tanpa ada bantuan dana dari pihak luar.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Teknik pengumpulan secara umum dilakukan dengan mengumpulkan data yang sudah tersedia dengan wawancara dan observasi.

Penelitian ini menggunakan kuisisioner yaitu teknik yang di gunakan dalam pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang di ajukan kepada seorang responden untuk mendaptkan informasi mengenai topik penelitian yang di butuhkan oleh peneliti. (Mardalis, 2008)

Responden berjumlah 1 orang pemilik usaha yang sudah memiliki izin PIRT, 1 agen pengumpul, 1 masyarakat sekitar dan 1 lembaga terkait yaitu Dinas Perikanan dan Kelautan Aceh Barat..

Metode pengolahan dan analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan SWOT yaitu *Strength, Weakness, Opportunities*, dan *Threats*. Analisis SWOT merupakan analisis yang di lakukan berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), dan juga untuk meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). (Freddy, 2013)

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluan dan ancaman dari suatu perusahaan. Tahap pengumpulan data pada tahap ini adalah menggunakan matriks faktor eksternal (EFE) dan matriks faktor internal (IFE). Dalam menentukan faktor eksternal dan faktor internal dapat dilakukan dengan menyusun dan menghitung nilai bobot, rating atau peringkat dan skor untuk tabel faktor eksternal dan faktor internal dibuat dengan teknik skala (Fahmi, 2013). Sedangkan analisis pengambilan keputusan dilakukan dengan membuat matriks SWOT yang dapat menghasilkan empat strategi yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT dan di gunakan analisis SWOT dalam menentukan strategi yang tepat untuk pemasaran ikan olahan di Desa Kuala Bubon

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT

Berdasarkan analisis dari faktor internal dan faktor eksternal pada Usaha Pengolahan Ikan Centra Barsela Mandiri dapat di identifikasikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berpengaruh terhadap pemasaran ikan olahan di Desa Kuala Bubon, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat.

Adapun Faktor internal dan faktor eksternal dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Faktor kekuatan, kelemahan, Peluang dan ancaman dalam pemasaran ikan olahan di Desa Kuala Bubon, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat.

Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
Memproduksi ikan dengan rasa tawar Usaha ikan yang memproduksi paling banyak jenis ikan Sudah memiliki izin usaha (PIRT) Lokasi usaha yang strategis	Tenaga kerja yang masih kurang Modal usaha terbatas Cuaca yang tidak menentu Bahan baku tergantung kepada hasil laut yang menentu, tergantung cuaca Produk ikan olahan yang tidak tahan lama untuk kualitas yang baik
Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
Permintaan ikan olahan yang tinggi, di buktikan dengan agen pengumpul yang selalu rutin datang membeli ikan olahan Pasar masih terbuka lebar dengan kata lain semua kalangan masyarakat dapat dikatakan sebagai konsumen Adanya kepercayaan dari pedagang dan konsumen	Adanya pesaing sesama pengusaha ikan olahan, baik dari Desa Kuala Bubon sendiri maupun dari Desa Tetangga Kenaikan harga bahan baku produksi, karena harga ikan tergantung dengan banyaknya hasil tangkapan nelayan, jika hasil tangkapan melimpah maka harga bahan baku akan murah dan sebaliknya jika hasil laut sedikit maka harga bahan baku akan menjadi mahal Terbatasnya akses informasi, Pengusaha ikan olahan tidak dapat menguasai pasar secara langsung, yang dimana disini sangat merugikan nelayan karena saluran pemasaran yang terlalu Panjang

Faktor Kekuatan (Strength)

- a. Memproduksi ikan dengan rasa tawar. (S1)
Usaha Pengolahan Ikan Barsela Mandiri satu-satunya pengusaha ikan olahan yang memproduksi ikan asin tawar yang menjadi ciri khas dari produknya.
- b. Usaha ikan yang memproduksi paling banyak jenis ikan (S2)
Usaha Pengolahan Centra Barsela Mandiri memproduksi berbagai jenis ikan yaitu terdiri dari Ikan Cuale, Ikan Kase, Udang sabu, Ikan Teri, Ikan Kresek.
- c. Sudah memiliki izin usaha. (S3)
Usaha pengolahan Ikan Centra Barsela Mandiri sudah memiliki PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)

- d. Lokasi Usaha yang strategis.(S4)
Yaitu lokasi pengolahan yang terletak di daerah sentra wisata dan terletak di jalan lintasan Meulaboh-Banda Aceh.

Faktor Kelemahan (Weakness)

- a. Bahan baku tergantung kepada hasil laut yang tidak menentu.(W1)
Bahan baku tergantung kepada hasil tangkapan nelayan yang menyebabkan harga bahan baku berfluktuasi, jika hasil tangkapan melimpah maka harga bahan baku akan menjadi murah dan sebaliknya jika hasil tangkapan sedikit maka harga bahan baku akan menjadi mahal.
- b. Tenaga Kerja yang masih kurang (W2)
Usaha Centra Barsela Mandiri masih kekurangan tenaga kerja yang menjadi salah satu kendala usaha untuk melakukan produksi.
- c. Modal usaha terbatas (W3)
Usaha Pengolahan Centra Barsela Mandiri masih menggunakan modal seadanya dimana jika permintaan ikan banyak, para pengusaha ikan olahan terpaksa harus meminjam modal kepada agen dan akan di gantikan dengan produk ikan olahan.
- d. Cuaca yang tidak menentu(W3)
Proses produksi bergantung pada cuaca. Jika cuaca mendukung maka proses produksi akan lebih cepat dan hasil produk memiliki kualitas yang bagus, dan sebaliknya jika cuaca kurang mendukung maka proses produksi akan lebih lama dan hasil produk memiliki kualitas yang kurang bagus.
- e. Produk ikan olahan yang tidak tahan lama (W4)
Untuk kualitas ikan olahan yang baik produk ikan olahan tidak bertahan lama sehingga produk ikan olahan tidak dapat menembus pasaran modern seperti supermarket, swalayan dan lain sebagainya.

Faktor Peluang (Opportunity)

- a. Permintaan ikan olahan yang tinggi (O1)
Di buktikan dengan agen pengumpul yang sudah menjalin kerjasama tetap dengan Centra Barsela Mandiri yang selalu rutin datang membeli ikan olahan.
- b. Pasar masih terbuka lebar.(O2)
Dengan kata lain semua kalangan masyarakat dapat dikatakan sebagai konsumen, karena hampir semua kalangan masyarakat mengkonsumsi ikan.
- c. Adanya kepercayaan dari pedagang dan konsumen.(O3)
Pedagang dan konsumen percaya kepada usaha ikan olahan Centra Barsela Mandiri karena mereka tetap menjaga kualitas ikan olahan dan tetap menyediakan stok ikan olahan walaupun harga bahan baku mahal.

Faktor Ancaman (Treat)

- a. Adanya pesaing sesama pengusaha ikan olahan (T1)
Usaha pengolahan ikan Centra Mandiri memiliki saingan sesama pengusaha ikan baik dari desa Kuala Bubon sendiri maupun dari desa tetangga, karena mengingat Kecamatan Samatiga merupakan daerah Pesisir yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai nelayan maupun pengusaha ikan olahan.
- b. Kenaikan harga bahan baku produksi (T2)
Karena harga ikan tergantung dengan banyaknya hasil tangkapan nelayan, jika hasil tangkapan melimpah maka harga bahan baku akan murah dan sebaliknya jika hasil laut sedikit maka harga bahan baku akan menjadi mahal.
- c. Terbatasnya akses informasi (T3)
Pengusaha ikan olahan tidak dapat menguasai pasar secara langsung, yang dimana sangat merugikan nelayan karena saluran pemasaran yang terlalu panjang.

2. Matriks IFE dan Matriks EFE

Berdasarkan dari analisis lingkungan internal dari usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri dapat diidentifikasi mengenai faktor internal apa yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran ikan olahan di Desa Kuala Bubon khususnya usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri.

Matriks IFE Strategi pemasaran ikan olahan Sentra Barsela Mandiri dapat dilihat pada table 2.

Tabel 2

Matriks IFE Strategi pemasaran yang di terapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan ikan olahan di Desa Kuala Bubon Kabupaten Aceh Barat (Studi kasus : Usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri.)

Faktor Internal Kekuatan	Bobot	Rating	B x R
Memproduksi ikan dengan rasa tawar	0,124	3	0,372
Pengusaha ikan yang memproduksi paling banyak jenis ikan	0,124	4	0,496
Sudah memiliki izin usaha (PIRT)	0,11	4	0,441
Lokasi yang Strategis	0,076	4	0,3
Jumlah			1,608
Kelemahan			

Tenaga kerja yang masih kurang	0,11	1	0,110
Modal usaha terbatas	0,124	2	0,248
Cuaca yang tidak menentu	0,117	1	0,117
Bahan baku tergantungn kepada hasil laut yang tidak menentu,tergantung kepada cuaca	0,103	1	0,103
Produk ikan olahan yang tidak tahan lama untuk kualitas yang baik	0,11	2	0,22
Jumlah			0,798
Total Bobot			2,406

(Sumber : Data Primer,2021)

Berdasarkan table 2.menunjukkan bahwa selisih angka terbobot faktor strategi internal (kekuatan –kelemahan) yaitu $1,614 - 0,8 = (+) 0,814$. Karena hasil yang di peroleh adalah positif maka letaknya berada pada kekuatan.

Berdasarkan dari analisis lingkungan eksternal dari usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri dapat diidentifikasi mengenai faktor eksternal apa yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran ikan olahan di Desa Kuala Bubon khusus nya usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri.

Matriks EFE Strategi pemasaran ikan olahan Sentar Barsela Mandiri dapat di lihat pada table 3.

Tabel 3

Matriks EFE Strategi pemasaran yang di terapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan ikan olahan di Desa Kuala Bubon Kabupaten Aceh Barat (Studi kasus : Usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri.)

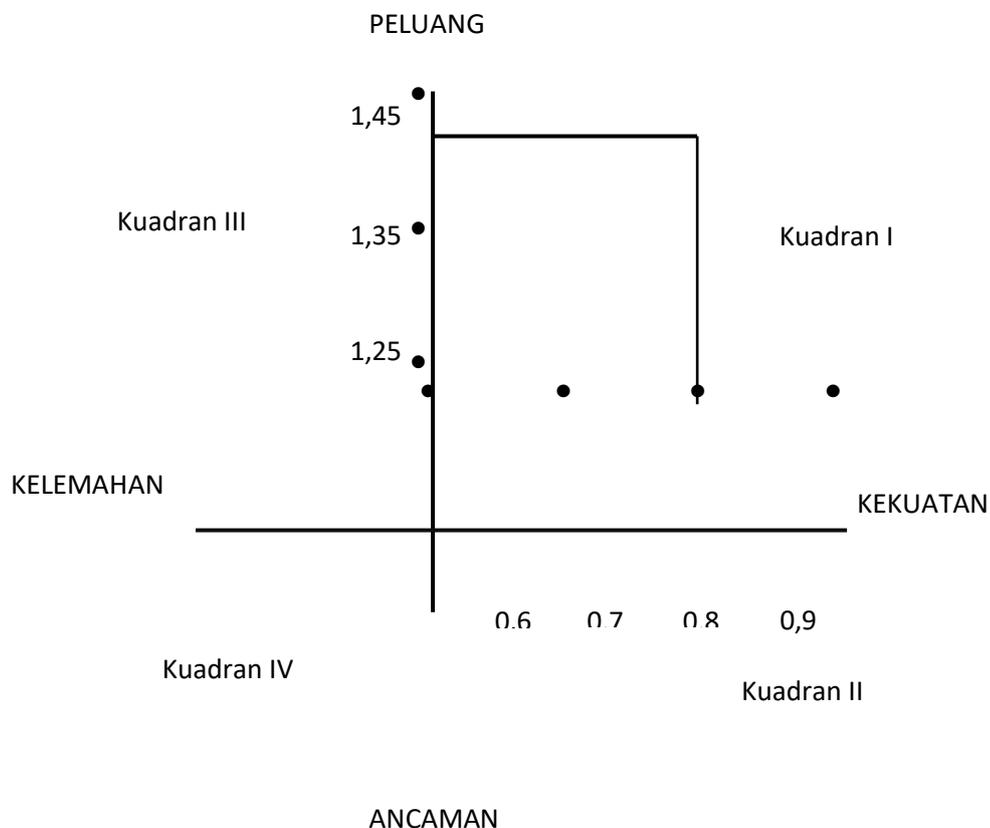
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	B x R
------------------	-------	--------	-------

Peluang			
Permintaan ikan olahan yang tinggi	0,216	4	0,864
Pasar yang masih terbuka lebar	0,133	4	0,532
Adanya kepercayaan dari pedagang dan konsumen	0,167	4	0,668
Jumlah			2,064
Ancaman			
Adanya pesaing sesama pengusaha ikan olahan	0,183	1	0,183
Kenaikan harga bahan baku produksi	0,167	1	0,167
Terbatasnya akses informasi	0,133	2	0,266
Jumlah			0,616
Total Bobot			2,68

(Sumber :Data Primer,2021)

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa selisih angka terbobot faktor strategi eksternal (peluang – ancaman) yaitu $2,067 - 0,617 = (+) 1,45$. Karena hasil yang di peroleh adalah positif maka letaknya berada pada peluang.

3. Diagram SWOT



Gambar 1.

Diagram SWOT Strategi pemasaran ikan olahan Sentra Barsela Mandiri

Sumber : Data Primer (2021)

Page | - 125 -

Berdasarkan perhitungan dari nilai faktor internal maka di peroleh hasil pengurangan antara faktor kekuatan dan faktor kelemahan yaitu $1,614 - 0,8 = (+) 0,814$, (sebagai sumbu X). Hasil perhitungan dari nilai faktor eksternal maka di peroleh hasil dari pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman yaitu $2,067 - 0,617 = (+) 1,45$, (Sebagai sumbu Y).

Sehingga posisi strategi pemasaran ikan olahan di Sentra Barsela Mandiri berada pada kuadran I, yang berarti pada posisi menguntungkan posisi strategi SO (kekuatan dan peluang), dimana strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang aktif yaitu menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang lebih besar di dibandingkan dengan menggunakan kekuatan saja, namun kedua faktor tersebut tetap berada dalam posisi positif.

Sebuah usaha atau kegiatan haruslah memiliki strategi dalam pengembangannya agar tidak kalah saing dengan pelaku usaha sejenisnya. Strategi ini di gunakan untuk ke efektifan kegiatan pemasaran ikan olahan pada usaha Sentra Barsela Mandiri ataupun usaha sejenis lainnya.

4. Matriks SWOT

Setelah diagram SWOT terbentuk, kemudian di buat matriks SWOT yang akan menjelaskan berbagai alternative yang akan membantu para pelaku usaha untuk mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO, WO, ST dan WT.

Adapun alternatif yang di hasilkan dari penggabungan antara faktor internal dan faktor eksternal melalui matriks SWOT pada kegiatan pemasaran pemasaran ikan olahan di Desa Kuala Bubon, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat adalah.

Tabel 4.

Matriks SWOT Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Ikan Olahan Sentra Barsela mandiri.

	<p>Kekuatan/Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memproduksi ikan dengan rasa tawar 2. Usaha pengolahan ikan yang memproduksi paling banyak jenis ikan 3. Sudah memiliki izin usaha (PIRT) 4. Lokasi usaha yang strategis 	<p>Kelemahan/Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tenaga kerja yang masih kurang 2. Modal usaha masih terbatas 3. Cuaca yang tidak menentu 4. Bahan baku yang bergantung kepada hasil laut yang tidak menentu 5. Produk ikan olahan yang tidak tahan lama untuk kualitas yang baik
<p>Peluang/Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan ikan olahan yang tinggi, dibuktikan dengan agen pengumpul yang selalu rutin datang membeli ikan olahan 2. Pasar yang masih terbuka lebar, dengan kata lain semua kalangan masyarakat dapat di katakana sebagai konsumen 3. Adanya kepercayaan dari pedagang dan konsumen 	<p>Strategi S – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha yang mengolah paling banyak jenis ikan dan termasuk jenis ikan tawar sehingga dapat memenuhi permintaan ikan olahan yang tinggi agar mendapatkan kepercayaan dari pedagang maupun konsumen (S1, S2, O1, O3) 2. Usaha yang sudah memiliki PIRT yang terletak di lokasi strategis sehingga mudah di jangkau untuk semua kalangan masyarakat (S3, S4, O2) 	<p>Strategi W – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar yang masih terbuka lebar dan permintaan ikan olahan yang tinggi dapat di manfaatkan untuk menjual ikan olahan agar dapat menghindari penurunan kualitas ikan (W5, O1, O2)
<p>Ancaman/Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing sesama pengusaha ikan olahan, baik dari Desa kuala Bubon sendiri maupun dari desa tetangga 2. Kenaikan harga bahan baku produksi 3. Terbatasnya akses informasi 	<p>Strategi S – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha pengolahan ikan yang paling banyak memproduksi jenis ikan yang menyebabkan usaha ini tidak kalah dari pesaing sesama pengusaha ikan olahan (S2, T1) 2. Lokasi usaha yang strategis membuat konsumen dapat dengan mudah mengakses usaha penjualan ikan olahan tanpa takut dengan 	<p>Strategi W – T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas ikan untuk jangka waktu yang lama agar tidak tersaingi dengan pengusaha ikan olahan lain (W5, T1)

terbatasnya akses informasi
yang dimiliki usaha
pengolahan ikan (S4, T3)

Sumber : Data Primer (2021)

Page | - 127 -

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi pemasaran yang di terapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan ikan olahan di Desa Kuala Bubon, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat (Pada Usaha Pengolahan Ikan Sentra Barsela Mandiri) maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor internal (Kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (Peluang dan ancaman) pada strategi pemasaran yang di terapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan ikan olahan di Desa Kuala Bubon, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat (Pada Usaha Pengolahan Ikan Sentra Barsela Mandiri) adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan pada strategi pemasaran ikan olahan Sentra Barsela Mandiri adalah :
.Memproduksi ikan dengan rasa tawar, Usaha pengolahan ikan yang memproduksi paling banyak jenis ikan, Sudah memiliki izin usaha (PIRT), Lokasi usaha yang strategis.
- b. Kelemahan pada strategi pemasaran ikan olahan Sentra Barsela Mandiri adalah :
.Tenaga kerja yang masih kurang, Modal usaha masih terbatas, Cuaca yang tidak menentu, Bahan baku yang bergantung kepada hasil laut yang tidak menentu, Produk ikan olahan yang tidak tahan lama untuk kualitas yang baik.
- c. Peluang pada strategi pemasaran ikan olahan Sentra Barsela Mandiri adalah :
.Permintaan ikan olahan yang tinggi, dibuktikan dengan agen pengumpul yang selalu rutin datang membeli ikan olahan, Pasar yang masih terbuka lebar, dengan kata lain semua kalangan masyarakat dapat di katakana sebagai konsumen, Adanya kepercayaan dari pedagang dan konsumen.
- d. Ancaman pada strategi pemasaran ikan olahan Sentra Barsela Mandiri adalah :
Adanya pesaing sesama pengusaha ikan olahan, baik dari Desa kuala Bubon sendiri maupun dari desa tetangga, kenaikan harga bahan baku produksi, terbatasnya akses informasi.

2. Berdasarkan hasil analisis SWOT nilai matriks IFE yaitu (0,814), nilai matriks EFE yaitu (1,45). Sehingga usaha pengolahan ikan Sentra Barsela Mandiri cukup baik untuk merespon peluang dan meminimalisasi ancaman.

DAFTAR PUSTAKA

Page | - 128 -

- Agussabti, Indra, dan S. Tripa. 2012. *Aceh Post Tsunami Recovery Status Report Project – Livelihood Cases*. Kerjasama Tsunami and Disaster Mitigation Research Centre Unsyiah dan IRP/ADRC, Jepang.
- Andarwulan. 2014. *Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan Jilid 2*. Universitas Terbuka : Jakarta
- Detik.com. 2017. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3500480/konsumsi-orang-ri-rendah-di-bawah-malaysia-dan-singapura> (diakses: Februari 2018).
- DKP Provinsi Aceh. 2014. Statistik Perikanan Tangkap. Sumber: dkp.acehprov.go.id diakses 23 Maret 2017
- Fahmi, Irham., 2013, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Alfabeta : Bandung
- Hikmat RH. 2010. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Edisi Revisi Humaniora*. Bandung (ID): UtamaPress
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Purnomo, dan Suhanda, J. 2014. Diversifikasi Olahan Berbasis Ikan Patin Di Desa Jingah Habang Hilir Kecamatan Karang Intan Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. *Fish Scientiae*. Volume 4 (8): 80-94.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.: Jakarta.
- Sumardjo, Adi F, Leonard D, Yulia PW. 2014. Implementasi CSR Melalui Program Pengembangan Masyarakat: Inovasi Pemberdayaan Masyarakat PT. Pertamina EP. Asset 3 Subang Field. Bogor (ID): CARE IPB.