

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Situbondo adalah sebuah kabupaten di Jawa Timur. Kota yang menghasilkan hasil pertanian, pariwisata dan kelautan. Pada hasil kelautan masyarakat Situbondo menghasilkan tangkap ikan dan pengolahan hasil laut. Melimpahnya hasil tangkap laut membuat masyarakat Situbondo mengembangkan cara mengatasi hasil tangkap laut yang melimpah dengan berbagai cara, salah satunya hasil tangkap ikan marlin yang dijadikan sebuah olahan abon ikan.

Abon ikan merupakan olahan perikanan yang tergolong dalam agroindustri. Olahan abon ikan memiliki berbagai macam jenis abon ikan yaitu, abon ikan tuna, abon ikan cakalang, abon ikan lele dan abon ikan marlin. Abon ikan marlin merupakan salah satu produk olahan yang dipilih dengan bahan baku ikan marlin. Abon ikan marlin sangatlah tidak meluas atau kurang terdengar oleh kalangan masyarakat, masyarakat lebih mengenal dan mengetahui abon ikan tuna dan abon ikan cakalang.

Salah satu industri yang memproduksi abon ikan berupa abon ikan marlin adalah UD. Mimboku yang dimiliki oleh Bapak Hariyanto Faisol yang berdiri dari tahun 2003 yang sudah berjalan selama 16 tahun. Lokasi dari UD. Mimboku berada di jalan KUD Mina Rahayu Pondok Mimbo Desa Sumberanyar Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo. Berdasarkan dari usaha kepemilikan UD. Mimboku merupakan perusahaan perorangan. Perusahaan sudah memiliki legalitas dalam administrasi yang akan memberikan kepercayaan kepada konsumen dan menyakinkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang dimiliki oleh UD. Mimboku seperti, NPWP: 44.731.982.3-656.00, TDP: 132455207760, SIUP: 503/085/431.405.2/2012, P-IRT: 02.02.3512.01.0517.22, TDII: 503/46/431.405.2/2012, dan Halal MUI: 07030060700619.

UD. Mimboku suatu pengelolaan perikanan yang memproduksi hasil tangkap nelayan. UD Mimboku mendirikan usaha ini untuk meningkatkan kualitas desa, membantu perekonomian masyarakat sekitar terutama ibu-ibu rumah tangga yang membutuhkan pekerjaan, dan perekonomian keluarga. UD. Mimboku memproduksi produk abon ikan marlin yang hanya memiliki satu rasa yaitu original. Bahan baku pada abon yaitu ikan marlin yang baru datang dari nelayan langsung diproduksi oleh perusahaan.

Abon Ikan Marlin Boybon merupakan nama brand yang ditetapkan oleh UD. Mimboku. UD. Mimboku memproduksi abon ikan marlin dalam bentuk kemasan yang memiliki berat yang berbeda yaitu 100 gram, 500 gram dan 1000 gram. Produksi abon ikan marlin 90% dengan berat 100 gram, 5% 500 gram dan 5% 1000 gram jika ada pesanan. Kemasan yang ada pada produk memiliki kelengkapan yaitu ada nama *brand*, komposisi, jenis rasa, berat bersih, diproduksi oleh UD. Mimboku, alamat perusahaan, label halal, P-IRT dan *expired*. Tidak hanya memproduksi tetapi perusahaan memasarkan produk abon ikan marlin.

Produksi abon ikan marlin dimulai dari pembelian bahan baku, pencucian 1, pemotongan, Pencucian 2, perebusan, penirisan, pengambilan daging, penirisan, pengulekan, pencampuran bumbu yang telah dihaluskan, pemasakan, penirisan minyak, pengepresan minyak, pendinginan, pengemasan, penyimpanan dan dipasarkan ke konsumen. Produksi abon ikan marlin yang digunakan oleh UD. Mimboku berbentuk semi modern yang artinya alat produksi yang digunakan tidak semua alat menggunakan mesin, pada proses pengulekan ikan marlin, pencampuran ikan marlin dengan bumbu dan pengisian abon ikan marlin ke dalam kemasan menggunakan alat tradisional dan pada proses penghalusan bumbu, pengepresan minyak, penimbangan dan penutupan kemasan menggunakan teknologi mesin. Produksi pada abon ikan marlin dilakukan dengan dengan baik dan benar, dalam pemilihan ikan marlin yang baik dan dalam keadaan segar.

Produk abon ikan marlin sudah dipasarkan ke berbagai kota yaitu, 50% ke Situbondo, 15% ke Jember, 15% ke Bali, 10% ke Surabaya, 5% ke Malang, 3% ke Makasar dan 2% ke Manado. Konsumen yang membeli abon ikan marlin yaitu

konsumen akhir yang artinya pengguna barang dan konsumen antara yang artinya mereka membeli barang bukan untuk dipakai melainkan untuk diperdagangkan. Pembelian abon ikan marlin dapat secara langsung datang ke lokasi produksi, *pre-order*, pembelian via telepon, dan *whatsapp*. Pengiriman menggunakan jasa pengiriman.

Selama tahun 2003 sampai 2019 UD. Mimboku memproduksi abon ikan marlin pada tahun 2003 sebanyak 138 kg, 2004 sebanyak 145 kg, 2005 sebanyak 142 kg, 2006 sebanyak 137 kg, 2007 sebanyak 128 kg, 2008 sebanyak 132 kg, 2009 sebanyak 134 kg, 2010 sebanyak 161 kg, 2011 sebanyak 164 kg, 2012 sebanyak 184 kg, 2013 sebanyak 187 kg, 2014 sebanyak 181 kg, 2015 sebanyak 184 kg, 2016 sebanyak 181 kg, 2017 sebanyak 187 kg, 2018 sebanyak 190 kg, 2019 sebanyak 213 kg. Usaha abon pada UD. Mimboku ini memiliki prospek yang sangat tinggi jika dikembangkan dan dikelola dengan baik.

UD. Mimboku mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan yang dihadapi oleh UD. Mimboku ini sulitnya memperoleh bahan baku, bahan baku hanya tersedia pada bulan Juli dan September, pada saat musim ikan marlin melimpah perusahaan tidak mampu untuk memproduksi dalam jumlah banyak dan kurang modal usaha. Sehingga UD. Mimboku tidak memproduksi abon ikan marlin setiap hari. Terkadang perusahaan tidak memiliki stok produk yang melimpah bahkan tidak ada sama sekali atau kosong. UD. Mimboku tidak memiliki outlet, penjualan dilakukan dengan promosi di media sosial yang tidak dilakukan secara maksimal dan kontinyu, media sosial yang digunakan untuk promosi berupa *whatsapp* dan *facebook*, *facebook* yang digunakan bukanlah milik pribadi melainkan milik saudara atau kerabat dekat yang membantu dalam menjalankan usahanya. UD Mimboku juga mengikuti pameran produk yang tidak dilakukan secara rutin setiap tahunnya. Pameran produk yang berada di alun-alun Situbondo. Strategi dalam pengembangan usaha abon ikan yang diproduksi oleh UD. Mimboku harus melakukan inovasi dan lebih memperbanyak jenis abon ikan dengan bahan baku substitusi ikan tuna, ikan cakalang, ikan tongkol, ikan bandeng, dan ikan tengiri yang diproduksi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen, mengikuti berbagai macam pameran

produk di Situbondo maupun di berbagai kota, bazar makanan maupun tampil dalam acara *Car Free Day* dan perlombaan yang dilakukan oleh Kabupaten Situbondo seperti perlombaahn pengolahan hasil laut yang dilakukan satu tahun sekali, masuk dalam berbagai media sosial atau *e-commerce* dan *Market place* yang dapat memperluas pangsa pasar sehingga perusahaan dapat mampu bersaing. Media yang dapat digunakan seperti, *Instagram, twitter, Shopee, tokopedia, lazada, bukalapak*, dan masuk ke semua swalayan khususnya di Situbondo.

Untuk tetap terus berkembang dan memenuhi tujuan dari perusahaan maka perlu adanya strategi-strategi pengembangan usaha. Strategi yang dapat digunakan yaitu berupa metode *Strengths-Waknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) dan *Quantitive Strategic Planning Matrix* (QSPM). Rangkuti (2016:19) menyatakan bahwa, “analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”. dan pemilihan strategi yang paling tepat menggunakan QSPM.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang ada pada perusahaan UD. Mimboku berdasarkan latar belakang pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Waknesses*), peluang (*Opportinities*), dan ancaman (*Threats*) pada usaha UD. Mimboku?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha UD. Mimboku?
3. Bagaimanakah strategi pengembangan usaha yang memiliki prioritas dalam pengembangan usaha UD. Mimboku?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan adanya latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) pada usaha UD. Mimboku.
2. Untuk mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha UD. Mimboku.
3. Untuk menentukan strategi pengembangan usaha yang memiliki prioritas dalam pengembangan usaha UD. Mimboku.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta lebih mendalami bagi peneliti yang berhubungan dengan strategi pengembangan usaha sehingga pengaplikasian ilmu yang didapat, dapat secara langsung diterapkan dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dengan permasalahan yang terjadi pada perusahaan sehingga dapat mewujudkan visi perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat menjadikan suatu sumber pengetahuan dan referensi. Serta menjadikan perbandingan perusahaan yang akan diteliti dengan persamaan strategi pengembangan usaha.