

Strategi Pengembangan Turunan Ikan Patin Selama Pandemi Covid-19 Di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar (Studi Kasus Pudung Anugrah)

Agustina*¹, Jahrizal*², Dahlan Tampubolon*³
^{1,2,3}Universitas Riau

e-mail: *¹agustinaagustina1998@gmail.com, *²jahrizal_harun@yahoo.com,
*³dahlantbolon@gmail.com,

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta menentukan strategi apa yang tepat untuk mengembangkan industri turunan ikan patin selama pandemi Covid-19 di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar (Studi Kasus Pudung Anugrah). Sampel dalam penelitian ini yaitu usaha Pudung Anugrah, dan memiliki 3 responden yaitu pemilik usaha, kepala produksi dan bagian pemasaran. Metode yang digunakan adalah kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan alat analisis SWOT dan Matriks IE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Pudung Anugrah berada pada kuadran 1. Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi usaha Pudung Anugrah tersebut karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dengan kekuatan yang dimilikinya dapat memanfaatkan peluang yang ada menjadi keuntungan. Strategi pada kuadran 1 ini mendukung kebijakan agresif dengan strategi SO (*Strength-Opportunities*). Strategi yang di terapkan dalam pengembangan usaha Pudung Anugrah yaitu mempertahankan bahan baku yang berkualitas, produk yang bervariasi, meningkatkan penerapan protokol kesehatan untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan melakukan pengawasan dan perawatan area tempat usaha dan mempertahankan harga produk untuk mempertahankan konsumen.

Kata kunci— Analisis SWOT, Industri Pudung Anugrah, Strategi Pengembangan.

Abstract

The purpose of this study was to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats and determine what strategies are appropriate for developing the catfish derivative industry during the Covid-19 pandemic in Koto Mesjid Village, XIII District of Koto Kampar (Case Study of Pudung Anugrah). The sample in this study is the Pudung Anugrah business, and has 3 respondents, namely the business owner, head of production and marketing department. The method used is descriptive qualitative and uses SWOT analysis and IE Matrix. The results of the study show that Pudung Anugrah's business is in quadrant 1. This quadrant is a very profitable situation for Pudung Anugrah's business because it has opportunities and strengths, so that with its strengths it can take advantage of existing opportunities. This strategy in quadrant 1 supports aggressive policies with SO (Strength-Opportunities) strategies. The strategy applied in Pudung Anugrah's business development is to maintain quality raw materials, varied products, increase the application of health protocols to maintain consumer confidence by supervising and maintaining the area of the business premises and maintaining product prices to retain consumers.

Keywords— Development Strategy, Pudung Anugrah Industry, SWOT Analysis.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beberapa komoditas yang menjadi andalan dalam subsektor budidaya perikanan dan menjadi fokus dalam peningkatan produksi. Produksi Budidaya Perikanan Indonesia terus naik dari tahun ke tahunnya. Industri kecil dan rumah tangga memiliki tiga alasan penting yang mendasari keberadaannya di Indonesia. Pertama, adalah karena kinerja industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagai bagian dari dinamikanya, industri kecil dan rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, karena sering diyakini bahwa industri kecil dan rumah tangga memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar (Fatria et al., 2017)

Salah satu Provinsi yang berpotensi untuk menjadi Industri Nasional Perikanan adalah Provinsi Riau, dimana produksi perikanan laut, perikanan perairan umum, tambak, jaring apung maupun perikanan kolam atau keramba dari tahun ketahun cenderung meningkat. Produksi hasil perikanan laut merupakan paling tinggi diantara perikanan lainnya dengan rata-rata 8.531 ton pada tahun 2018, diikuti oleh perikanan kolam dan keramba dengan rata-rata produksi 4.253 ton. (Riau, 2018).

Kabupaten Kampar merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Riau yang merasa perlu untuk mengetahui potensi dan kondisi yang dimilikinya untuk di kembangkan. Desa Koto Mesjid adalah sebuah Desa yang terletak di Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar. Desa tersebut telah ditetapkan sebagai desa percontohan budidaya ikan patin oleh Pemerintah Kabupaten (Pemda) Kampar, sehingga dinamai “Kampung Patin” dengan motto “Tiada rumah, tanpa ikan”. Salah satu usaha pengolahan ikan patin yang sudah lama berdiri di Desa Koto Mesjid adalah Pudung Anugrah. Pudung Anugrah mengkhususkan diri dalam pengolahan patin menjadi beberapa bentuk olahan yaitu bakso, nugget, krupuk dan abon.

Salah satu sektor yang mengalami keterpurukan di masa pandemi salah satunya adalah sektor industri pengolahan terutama industri makanan dan minuman yang mengalami perlambatan Perekonomian akibat permintaan yang kurang dari konsumen akibat adanya pemberlakuan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB).

Tabel 1. : Jumlah Produksi dan Pendapatan usaha Turunan Ikan Patin di Desa Koto Mesjid selama Pandemi covid-19 Tahun 2019-2020.

Tahun	Nama Usaha	Jumlah Produksi (Kg)				Pendapatan (Rp)
		Abon	Nugget	Bakso	Krupuk	
2019	Pussio Patin	2.256	2.512	2.000	2.256	741.096.000
	Graha Perdana Sentosa	1.840	1.060	1.420	1.440	632.100.000
	Pudung Anugrah	240	2.400	2.400	600	336.000.000
	Dua Saudara	1.310	1.430	1.440	1.540	528.000.000
	Kampar Takwa	1.970	2.387	2.055	1.830	702.500.000
	Nugget Sukaku	1.756	1.522	1.756	1.990	674.300.000
	Bakso Patin Mandiri	1.600	1.630	1.960	1.330	605.900.000
Citra Rasa Abon	1.670	1.755	1.705	1.750	635.000.000	
2020	Pussio Patin	1.200	1.835	1.465	1.360	553.600.000
	Graha Perdana Sentosa	965	950	850	1.095	389.825.000
	Pudung Anugrah	120	990	750	300	135.000.000
	Dua Saudara	990	1.270	1.180	1.280	422.900.000
	Kampar Takwa	1.800	2.520	1.430	1.890	608.700.000

	Nugget Sukaku	1.500	1.480	1.580	1.760	593.800.000
	Bakso Patin Mandiri	1.220	1.370	1.380	1.550	505.500.000
	Citra Rasa Abon	1.220	1.290	1.230	1.980	528.400.000

Sumber : Data Dinas Perikanan Kabupaten Kampar, 2021.

Berdasarkan Tabel 1 diatas menjelaskan bahwa beberapa usaha yang ada di Desa Koto Mesjid mengalami dampak dari Pandemi Covid-19. Usaha yang mengalami dampak dari pandemi ini yaitu Usaha Pudung Anugrah dilihat pada tahun 2019-2020 usaha Pudung Anugrah mengalami penurunan produksi dan pendapatan yang cukup tinggi, jika di bandingkan dengan 8 usaha lainnya yang ada di Desa Koto Mesjid.

Tabel 2. : Harga Jual, Jumlah Produksi dan Pendapatan Usaha Pudung Anugrah Tahun 2019-2020.

Produk	Harga Jual (Rp)	Jumlah Produksi (Kg)		Pendapatan (Rp)	
		2019	2020	2019	2020
Bakso	50.000	2.400	750	120.000.000	37.500.000
Abon	200.000	240	120	48.000.000	24.000.000
Krupuk	80.000	600	300	48.000.000	24.000.000
Nugget	50.000	2.400	990	120.000.000	49.500.000
Jumlah		5.640	2.160	336.000.000	135.000.000

Sumber : Data Dinas Perikanan Kabupaten Kampar, 2021.

Berdasarkan Tabel 2. Diatas memberikan informasi mengenai harga jual, jumlah produksi dan pendapatan pada Usaha Turunan Ikan Patin pada tahun 2019-2020. Harga jual setiap produk berbeda tergantung ukuran yang dibeli. Jumlah produksi dari tahun 2019-2020 mengalami penurunan produksi hingga 60% di mana pada tahun 2020 usaha turunan ikan patin memproduksi hanya 2.160 kg dengan pendapatan Rp.135.000.000, kondisi wabah covid-19 yang mulai melanda pada akhir tahun 2019-2020 ini menjadikan persoalan tersendiri yang harus dihadapi dunia usaha terutama usaha makanan.

Berbagai permasalahan yang dihadapi oleh industri Pudung Anugrah baik yang berasal dari luar maupun dari dalam sangat mempengaruhi perkembangan industri Pudung Anugrah di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar. Untuk mempertahankan kelangsungan usaha Pudung Anugrah ini, maka diperlukan berbagai strategi yang tepat agar industri tersebut dapat bertahan. Strategi adalah menentukan aktifitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Turunan Ikan Patin Selama Pandemi Covid-19 di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar (Studi Kasus Pudung Anugrah)”.

Tinjauan Pustaka

Definisi Industri menurut Undang-Undang No 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian menyatakan bahwa Industri adalah seluruh kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah menjadi bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga memiliki nilai tambah atau manfaat lebih tinggi termasuk jasa industri.

Pengklasifikasian industri didasarkan pada kriteria yaitu berdasarkan bahan baku, tenaga kerja, pangsa pasar, modal, atau jenis teknologi yang digunakan. Selain faktor-faktor tersebut, perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat juga menentukan keanekaragaman industri negara tersebut, semakin besar dan kompleks kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi, maka semakin beraneka ragam jenis industrinya (Novita et al., 2022)

Usaha pengolahan ikan merupakan istilah umum yang mendefinisikan penanganan pasca Produksi Tangkap atau Panen Budidaya menggunakan sarana prasarana dan Teknologi. Pengolahan perikanan dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah terhadap produk perikanan dan berfungsi untuk mengawetkan ikan karena bersifat mudah rusak dan busuk (Bar, 2015).

Menurut (Kartasasmita, 1996), Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007). Pengembangan usaha merupakan suatu proses yang digunakan untuk mengidentifikasi, memelihara serta untuk memperoleh klien baru dan peluang bisnis guna meningkatkan Pertumbuhan dan Profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

Pada Lingkungan Internal, para Manajer Strategis harus dapat mengenali variabel-variabel dalam perusahaan yang merupakan kekuatan atau kelemahan yang penting. Analisis lingkungan internal menghasilkan sejumlah informasi tentang kekuatan Organisasional, yaitu apakah Organisasi bekerja dengan baik. Analisis lingkungan eksternal mengungkapkan peluang dan ancaman utama yang dihadapi perusahaan sehingga manajer dapat memformulasikan strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang dan menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman. Analisis SWOT digambarkan kedalam matriks SWOT dengan 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan peluang SO Strategies, strategi kelemahan peluang WO Strategies, strategi Kekuatan ancaman ST Strategies, dan strategi kelemahan ancaman WT Strategies (Rangkuti, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar pada usaha Pudung Anugrah. Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2021 sampai dengan selesai. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 8 usaha yaitu Puisso Patin, Graha Perdana Sentosa, Pudung Anugrah, Dua Saudara, Kampar Takwa, Nugget Sukaku, Bakso Patin Mandiri, Citra Rasa Abon. Sampel yang digunakan yaitu usaha Pudung Anugrah dengan 3 responden yaitu pemilik usaha, kepala produksi dan bagian pemasaran.

Teknik pengumpulan data terdiri dari Kuesioner, wawancara dan Observasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT dan Matriks IE. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Pada penelitian ini akan digunakan SWOT kuantitatif dengan penentuan bobot dan rating, IE matriks, matriks SWOT. Penentuan bobot dan rating kita ambil melalui penilaian IFAS (*Internal Strategy Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Strategy Analysis Summary*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun identitas responden yaitu Megawati berumur 43 tahun dengan latar pendidikan SMA yaitu selaku pemilik usaha Pudung Anugrah, Puja Amepriil 26 tahun latar pendidikan S1 sebagai pemasaran, Jupril 48 tahun latar pendidikan SMA kepala produksi.

I. Analisis SWOT

Analisis Lingkungan Usaha Internal

Modal pelaku usaha Pudung Anugrah umumnya adalah bersumber dari pribadi. Dimana modal yang bersumber dari modal pribadi sebesar Rp. 50.000.000 dengan persentase 62,5%, dan modal yang di keluarkan sebesar Rp. 30.000.000 untuk modal usaha dengan persentase 37,5%.

Bahan baku utama yang di gunakan dalam proses produksi adalah ikan patin, dimana ikan patin sendiri di dapatkan dari pemilik budidaya ikan patin di sekitar Desa Koto Mesjid.

Usaha Pudung Anugrah memiliki 5 orang tenaga kerja, dengan jumlah upah yang diberikan oleh pemilik usaha kepada masing-masing karyawan adalah Rp.50.000/hari. Aktivitas promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha Pudung Anugrah masih belum maksimal dikarenakan adanya pandemi covid-19 dimana kegiatan-kegiatan promosi seperti menyebarkan brosur ataupun iklan hanya dilakukan seadanya saja dan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.

Analisis Lingkungan Usaha Eksternal

Usaha Pudung Anugrah memiliki konsumen yang berpenghasilan menengah yang terdiri dari semua usia kalangan masyarakat. Usaha Pudung Anugrah juga sudah memiliki surat izin usaha serta melakukan kebijakan-kebijakan serta menerapkan peraturan yang di keluarkan oleh pemerintah. Pesaing utama dalam industri ini adalah produsen yang menghasilkan produk olahan yang sejenis yang dapat mengancam kelangsungan industri Pudung Anugrah . Alat produksi yang digunakan pelaku usaha Pudung Anugrah masih tergolong sederhana dikarenakan mesin dan peralatan terus berkembang dari waktu ke waktu dan perlu dilakukan pembaharuan mesin.

II. Identifikasi faktor-faktor Strategi Internal dan Eksternal Industri Pudung Anugrah Pada Era Pandemi Covid-19 di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Faktor Internal

Tabel 3 : Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) Industri Pudung Anugrah Pada Masa Pandemi Covid-19.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Memiliki modal usaha yang cukup	0,060	1,667	0,099
Usaha Pudung Anugrah memiliki pengawasan dan perawatan yang baik pada area tempat usaha	0,071	2,000	0,143
Produk yang bervariasi	0,143	4,000	0,571
Memiliki karyawan yang mempunyai kemampuan yang baik dalam pelayanan kepada konsumen	0,107	3,000	0,321
Menguntungkan penjualan secara online	0,131	3,667	0,480
Sub Total	0,512		1,615
Kelemahan			
Mengeluarkan biaya tambahan untuk menerapkan protokol Kesehatan	0,107	3,000	0,321
Adanya barang substitusi (barang pengganti)	0,107	3,000	0,321
Fluktuasi harga bahan baku	0,083	2,333	0,194
Kinerja usaha yang terganggu dan terpaksa mengurangi jumlah karyawan	0,107	3,000	0,321
Keterbatasan pangsa pasar	0,083	2,333	0,194
Sub Total	0,488		1,353
TOTAL	1,000		2,968

Sumber : Data Olahan, 2022.

Dari Tabel 3 dapat diketahui bahwa skor tertinggi untuk faktor kekuatan dengan 0,571 yaitu usaha Pudung Anugrah memiliki produk yang bervariasi, responden menanggapi bahwa indikator tersebut menjadi kekuatan yang paling utama jika dibandingkan dengan faktor kekuatan lainnya.

Pada indikator faktor internal ini memiliki tiga kelemahan yang paling penting berada pada skor 0,321 yaitu mengeluarkan biaya tambahan untuk menerapkan protokol kesehatan, adanya barang substitusi (barang pengganti) dan kinerja usaha yang terganggu dan terpaksa

mengurangi jumlah karyawan. Dari ke tiga indikator kelemahan ini di karenakan adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan usaha pudung anugrah mengeluarkan biaya tambahan untuk mencegah konsumen terkena paparan Covid-19.

Secara keseluruhan hasil akhir matriks IFAS, total skor dari matriks IFAS sebesar 2,968 yang terdiri dari skor indikator kekuatan sebesar 1,615 dan skor indikator kelemahan sebesar 1,353 dengan selisih 0,262.

Faktor Eksternal

Tabel 4. : Analisis Matriks EFAS Usaha Pudung Anugrah Pada Masa Pandemi Covid-19.

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Memiliki harga jual yang relatif murah	0,106	3,000	0,318
Adanya segmen pasar baru yang menginginkan makanan kemasan (<i>Frozen Food</i>)	0,118	3,333	0,392
Memiliki alat produksi yang terbaru	0,071	2,000	0,141
Mendapatkan bantuan untuk UMKM yang terdampak covid-19	0,129	3,667	0,475
Kemudahan dalam memperoleh bahan baku	0,129	3,667	0,475
Sub Total	0,553		1,800
Ancaman			
Terjadinya penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat pada masa pandemic covid-19	0,106	3,000	0,318
Kecenderungan konsumen mulai beralih ke pembelian secara online	0,071	2,000	0,141
Keterbatasan kelengkapan barang untuk produksi	0,094	2,667	0,251
Penerapan <i>social distancing</i> dan <i>stay at home</i>	0,071	2,000	0,141
Memiliki pesaing usaha yang sejenis	0,106	3,000	0,318
Sub Total	0,447		1,169
TOTAL	1,000		2,969

Sumber : Data Olahan, 2022.

Pada Tabel 4 matriks External Factor Strategy (EFAS) diatas dapat diketahui bahwa skor tertinggi untuk faktor peluang dengan skor 0,475 yaitu kemudahan dalam memperoleh bahan baku dan adanya bantuan dari pemerintah mengenai usaha UMKM yang terdampak Covid-19 dikarenakan kemudahan dalam memperoleh bahan baku yaitu mendapatkannya dari daerah sekitar atau dari pembudidaya ikan patin di Desa Koto Mesjid dan adanya bantuan dari pemerintah membuat usaha pudung anugrah sedikit terbantu.

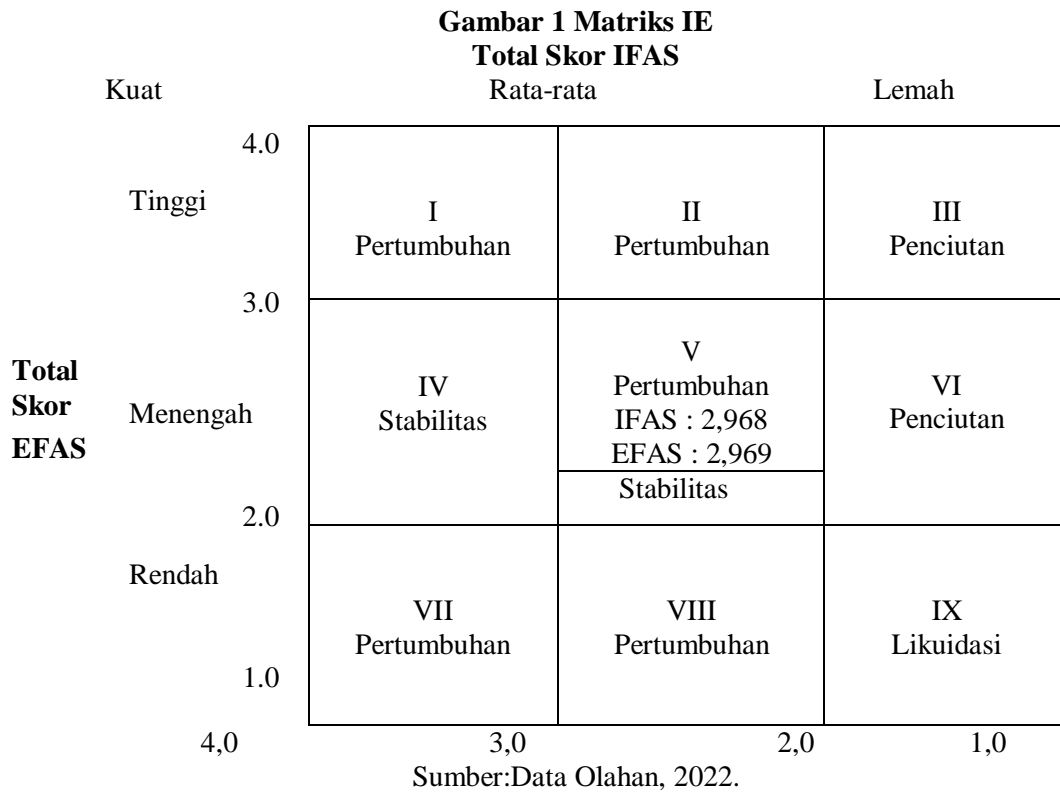
Pada faktor kelemahan skor tertinggi adalah 0,318 yaitu terjadinya penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat pada masa pandemi dan memiliki pesaing usaha sejenis. Hal ini yang menjadi masalah dari usaha Pudung Anugrah dikarenakan adanya Covid-19 dan banyaknya usaha sejenis di Desa Koto Mesjid.

Secara keseluruhan hasil akhir matriks IFAS, total skor dari matriks IFAS sebesar 2,969 yang terdiri dari skor indikator peluang sebesar 1,800 dan skor indikator ancaman sebesar 1,169 dengan selisih 0,631.

III. Matriks IE

Dari total skor yang diperoleh, yaitu faktor strategi internal (2,968) dan strategi eksternal (2,969) menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V seperti di tunjukkan

pada gambar internal-eksternal. Dalam keadaan ini berarti strategi pemecah masalah harus melalui integrasi horizontal atau stabil.



Strategi penetrasi pasar adalah perusahaan melakukan peningkatan pangsa pasar untuk produk dan jasa yang ada di pasar melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih besar. Strategi horizontal adalah mencari kepemilikan atau meningkatkan kontrol dan mengendalikan para pesaing.

IV. Diagram Kuadran SWOT

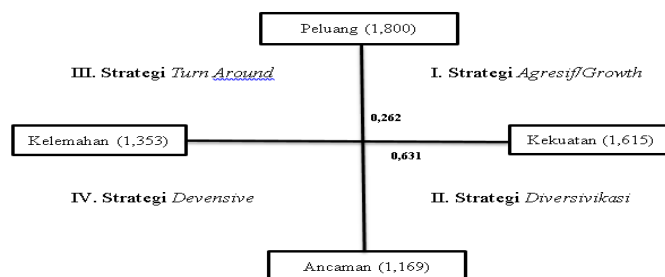
Dari Tabel 3 menunjukkan bahwa selisih untuk faktor kekuatan (*Strength*) atas faktor kelemahan (*Weaknesses*) yaitu 0,262. Sedangkan selisih untuk peluang (*Opportunities*) atas faktor ancaman (*Threats*) adalah 0,631. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut dapat digambarkan pada matrik posisi dalam diagram SWOT berikut :

Koordinat analisis internal

$$\text{Kekuatan} - \text{kelemahan} : 1,615 - 1,353 = 0,262$$

Koordinat analisis eksternal

$$\text{Peluang} - \text{ancaman} : 1,800 - 1,169 = 0,631$$



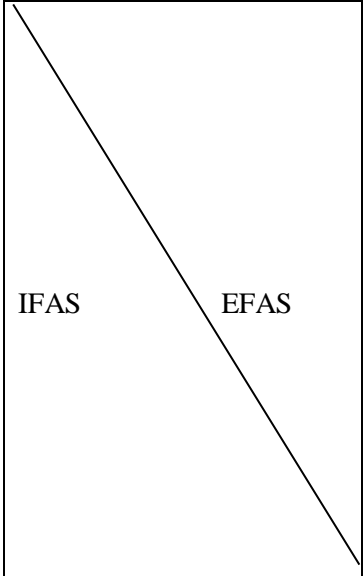
Gambar 2 Diagram Kuadran SWOT

Sumber : Data Olahan, 2022.

Dari gambar diagram analisis SWOT diatas, menunjukkan bagaimana pengembangan usaha Pudung Anugrah ini memperoleh strategi lebih detail dan mengetahui reaksi besar kecilnya pengembangan usaha Pudung Anugrah, maka strategi ini berada pada daerah 1 (Strategi Agresif). Situasi pada daerah 1 ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

V. Analisis Matriks SWOT

Tabel 5. : Analisis Matriks SWOT

	<p style="text-align: center;">Strenghts (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki modal usahaa yang cukup. 2. Usaha pudung anugrah memiliki pengawasan dan perawatan yang baik. 3. Produk yang bervariasi. 4. Memiliki karyawan yang mempunyai kemampuan yang baik dalaam pelayanan kepada konsumen. 5. Menguntungkan penjualan secara online. 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengeluarkan biaya tambahan untuk menerapkan protocol kesehatan . 2. Adanya baarang substitusi (barang pengganti). 3. Fluktuasi hargaaa bahan baku. 4. Kinerja usaha yang terganggu dan terpaksa menguraangi jumlah karyawan. 5. Keterbatasan pangsa pasar.
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki harga jual yang relative murah. 2. Adanya segmen pasar baru yang menginginkan makanan kemasan (Frozen Food). 3. Memiliki alat produksi yang terbaru. 4. Mendapatkan bantuan untuk UMKM yang terdampak covid-19. 5. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku. 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas, produk yang bervariasi, meningkatkan penerapan protokol kesehatan untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan melakukan pengawasan dan perawatan area tempat usaha dan mempertahankan kualitas dan harga produk untuk mempertahankan pelanggan. 2. Meningkatkan kemampuan melakukan hubungan baik dengan pelanggan dan dapat menggunakan media sosial sebagai pemasaran olahan turunan ikan patin. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan perhatian pemerintah dengan adanya bantuan untuk mengerakkan ekonomi. 2. Melakukan penyediaan bahan baku lebih banyak agar dapat menghindari fluktuasi harga.

Threat (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terjadinya penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat pada masa pandemic covid-19. 2. Kecenderungan konsumen mulai beralih ke pembelian secara online. 3. Keterbatasan kelengkapan barang produksi. 4. Penerapan <i>social distancing</i> dan <i>stay at home</i>. 5. Memiliki pesaing usaha yang sejenis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemasaran secara online dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat menerapkan <i>social distancing</i> dan <i>stay at home</i>. 2. Menjaga proses produksi dan menyesuaikan kebutuhan konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan penjualan secara online. 2. Meningkatkan manajemen usaha dalam menghadapi persaingan usaha.

Sumber : Data Olahan, 2022.

VI. Pembahasan

Kekuatan pada industri ini adalah memiliki modal usaha yang cukup, usaha pudung anugrah memiliki pengawasan dan perawatan yang baik pada area tempat usaha, produk bervariasi, memiliki karyawan yang mempunyai kemampuan yang baik dalam pelayanan kepada konsumen, menguntungkan penjualan secara online. Kelemahan yang ada pada industri tersebut harus dihindari paling tidak di minimalisir. Kelemahan pada industri ini adalah mengeluarkan biaya tambahan untuk menerapkan protokol kesehatan, adanya barang substitusi (barang pengganti), fluktuasi harga bahan baku, kinerja usaha yang terganggu terpaksa mengurangi jumlah karyawan, keterbatasan pangsa pasar.

Peluang pada industri ini adalah memiliki harga jual yang relative murah, adanya segmen pasar yang menginginkan makanan kemasan (*Frozen Food*), memiliki alat produksi yang terbaru, mendapatkan bantuan untuk UMKM yang terdampak covid-19, kemudahan dalam memperoleh bahan baku. Ancaman pada industri ini adalah terjadinya penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat pada masa pandemi covid-19, kecenderungan konsumen mulai beralih ke pembelian secara online, keterbatasan kelengkapan, penerapan *social distancing* dan *stay at home*, memiliki pesaing usaha yang sejenis.

Berdasarkan analisis matriks Internal dan Eksternal (IE) industri Pudung Anugrah berada pada sel V yaitu memiliki kemampuan internal yang sedang dan eksternal yang sedang dan dalam keadaan pertumbuhan dan stabilitas. Dalam hal ini strategi pengembangan yang dapat dilakukan untuk industri Pudung Anugrah adalah strategi melalui integrasi horizontal.

Strategi integrasi horizontal adalah strategi yang dapat dilakukan untuk membangun usaha Pudung Anugrah dengan strategi yang harus dijalankan oleh perusahaan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk). Penetrasi pasar dapat dilakukan dengan cara memperluas wilayah pemasaran ke daerah yang baru dan meningkatkan kegiatan promosi penjualan. Untuk strategi pengembangan pasar adalah memperkenalkan produk yang sudah ada ke wilayah geografis baru. Untuk strategi pengembangan produk adalah mencari kenaikan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada atau mengembangkan yang baru.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan penulis, diperoleh strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha Pudung Anugrah yaitu strategi agresif. Strategi agresif lebih fokus pada strategi S-O (*Strength-Opportunities*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan

pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Rangkuti, 2015).

Berdasarkan analisis SWOT dan matriks IE peneliti, sejalan dengan hasil penelitian (Andriani & Pujiharto, 2021), menunjukkan bahwa posisi bisnis kuliner home industri di Desa Selembung Kabupaten Lombok Timur pada masa pandemi covid-19 dan industri bisnis makanan jajanan di kampus UMP (Universitas Muhammadiyah Purwokerto) berada pada kuadran I, sehingga strategi yang di lakukan adalah strategi Agresif, dimana pada kuadran ini kekuatan yang dimiliki harus di maksimalkan dengan peluang yang sekiranya memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha harus dimanfaatkan.

KESIMPULAN

Pada era pandemi covid-19 kondisi yang terjadi pada usaha Pudung Anugrah yaitu mengalami penurunan jumlah produksi yang sangat drastis sehingga mempengaruhi penurunan profit/keuntungan yang disebabkan kurangnya permintaan pada masa pandemi covid-19. Strategi yang paling tepat dilakukan usaha Pudung Anugrah adalah startegi agresif dimana usaha Pudung Anugrah berada pada posisi kuadran 1. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (*Strength-Opportunities*). Strategi untuk dilaksanakan usaha Pudung Anugrah adalah Mempertahankan bahan baku yang berkualitas, produk yang bervariasi, meningkatkan penerapan protokol kesehatan untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan melakukan pengawasan dan perawatan area tempat usaha dan mempertahankan harga produk untuk mempertahankan pelanggan.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini ialah terdapat kesulitan dalam menjangkau daerah penelitian. Hal ini disebabkan karena lokasi penelitian yang cukup jauh dan keterbatasan peneliti menggunakan transportasi. Lalu terdapat kesulitan dalam memperoleh data dikarenakan melakukan penelitian pada saat masa pandemi covid-19. Hal ini menyebabkan terhambatnya dalam proses penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A., & Pujiharto. (2021). Analisis Swot Bisnis Makanan Jajanan Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Lingkungan Kampus Ump (Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Agritech*, XXIII(1), 32–36.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis : Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Rieneka Cipta.
- Bar, E. S. (2015). A Case Study Of Obstacles And Enablers For Green Innovation Within The Fish Pro-Cessing Equipment Industry. *Journal Of Cleaner Production*, 90, 234–.
- Fatria, M. Akbar, Jahrizal, & Pailis, E. A. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAHTANGGA DI KOTA PEKANBARU (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram) Oleh. *JOM Fekon*, 4(1), 283–297.
- Kartasmita, G. (1996). *Pembangunan Untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan Pemerataan*. CIDES.
- Novita, J., Jahrizal, & Mardiana. (2022). Analisis Persaingan Industri Kecil Bubuk Kopi Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica*, X(2), 111–122.
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Gramedia P).
- Riau, B. P. S. P. (2018). *Kota Pekanbaru Dalam Angka 2018*. BPS Kota Pekanbaru.