



ANALISIS POTENSI HASIL OLAHAN IKAN TERI (*Stolephorus indicus*) DI PERAIRAN AIR BANGIS KABUPATEN PASAMAN BARAT PROVINSI SUMATERA BARAT

Febriandi¹, Ira Desmiati^{*2}, Siti Aisyah³, Murhenna Uzra⁴, Abdullah Munzir⁵

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan Fakultas Sains,

Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat.

5 Budidaya Perairan, Universitas Bung Hatta

*corresponding author : iradesmiati06@gmail.com

ARTIKEL INFO

Article history

Submitted: 5-08-2024

Accepted: 11-08-2024

Published: 12-08-2024

Kata Kunci: Potensi, Hasil Olahan Ikan Teri dan Matrik Swot

Keywords: Potential, Processed Anchovy Products and Swot Matrix

How to cite (APA Style 6th ed)

Febriandi., Desmiati I., Aisyah S., Uzra M., (2024). Analisis Potensi Hasil Olahan Ikan Teri (*Stolephorus Indicus*) di Perairan Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat.

JA'FAR: j.fish.Aquat.res, Vol 2 (1), 1-9

ABSTRAK

Ikan sebagai sumber pangan kaya akan kalsium, fosfor, besi, vitamin A, vitamin B, dan juga memiliki kandungan protein sebesar 18%. Protein yang terkandung didalam ikan tersebut terdiri dari asam-asam amino esensial yang tidak rusak pada saat terjadinya pengolahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil dan strategi pengembangan Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) di Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat. Jenis data pada penelitian ini data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan treats*). Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden terdiri dari ibu-ibu rumah tangga. Sumbu horizontal (X) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat $X = 4,60 - 2,15 = 2,45$. Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) didapatkan hasil koordinat $Y = 3,85 - 1,90 = 1,95$. Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X dan sumbu Y. Dengan nilai $X = 2,45$ dan $Y = 1,95$. Hasil kedua nilai tersebut sama-sama positif hal ini menandakan posisi ibu-ibu Air Bangis berada pada posisi kuadran I.

Kata kunci: Potensi, Hasil Olahan Ikan Teri dan Matrik Swot

ABSTRACT

Fish as a food source is rich in calcium, phosphorus, iron, vitamin A, vitamin B, and also has a protein content of 18%. The protein contained in fish consists of essential amino acids which are not damaged during processing. The aim of this research is to determine the results and strategies for developing processed anchovies (*Stolephorus indicus*) in Air Bangis, Sungai Beremas District, West Pasaman Regency. The type of data in this research is qualitative and quantitative data sourced from primary data and secondary data. Data analysis was carried out using SWOT analysis (*strengths, weaknesses, opportunities and treats*). The data collection methods used in this research are observation, interviews and documentation. The sample used in this research was 30 respondents consisting of housewives. The horizontal axis (X) as an internal factor (*strengths and weaknesses*) obtained coordinate results $X = 4.60 - 2.15 = 2.45$. The vertical axis (Y) as an external factor (*opportunities and threats*) produces Y coordinates $= 3.85 - 1.90 = 1.95$. The calculation results from the coordinates of the SWOT diagram are positive for both axes, namely the X axis and the Y axis. With values $X = 2.45$ and $Y = 1.95$. The results of these two values are both positive, this indicates that the position of the Air Bangis women is in quadrant I.

Keywords: Potential, Processed Anchovy Products and Swot Matrix

I. PENDAHULUAN

Kabupaten Pasaman Barat merupakan salah satu daerah di Provinsi Sumatera Barat yang dibentuk dari hasil pemekaran Kabupaten Pasaman, berdasarkan UU No. 38 Tahun 2003 dengan luas wilayah sekitar 3.887,77 Km² atau 9,19 % dari luas keseluruhan wilayah Provinsi Sumatera Barat. Luas ini merupakan peringkat ke-4 terluas setelah Kepulauan Mentawai, Kabupaten Pesisir Selatan dan Kabupaten Pasaman. Secara administratif Kabupaten Pasaman Barat terdiri dari 11 Kecamatan, 19 Nagari dan 212 Jorong, dengan batas wilayah administratif di bagian Utara berbatasan langsung dengan Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara, bagian Selatan dengan Kabupaten Agam, bagian barat berbatasan dengan Samudera Indonesia dan bagian Timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Pasaman. Kecamatan terluas di Kabupaten Pasaman Barat adalah Kecamatan Pasaman dengan luas mencapai 508,93 Km² (13,09%), sedangkan yang terkecil adalah Kecamatan Sasak Ranah Pasisia dengan luas hanya 123,71 Km² atau 3,18%. (**BPS Pasaman Barat, 2020**)

Secara umum topografi Kabupaten Pasaman Barat adalah datar dan sedikit bergelombang, dan tidak terlepas dari gugusan gunung dan pegunungan yang terdapat di beberapa kecamatan seperti Kecamatan Sungai Beremas dengan gunung tertingginya Gunung Rancangan 659 meter di atas permukaan laut, Ranah Batahan dengan gunung sigantang yang tingginya mencapai 1.573 meter di atas permukaan laut, Lembah Melintang dengan puncak tertinggi pada Gunung Kelabu yang tingginya 2.179 meter di atas permukaan laut dan Pasaman dengan Gunung Talamau yang tingginya 2.913 meter di atas permukaan laut. Gunung Talamau ini merupakan gunung tertinggi di Kabupaten Pasaman Barat dan juga se-Provinsi Sumatera Barat dan bukan merupakan tipe Gunung api yang aktif. Sebagian daerah di bagian Barat Kabupaten Pasaman Barat merupakan daerah pantai, karena berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia. Kecamatan yang merupakan daerah pantai yaitu Kecamatan Sungai Beremas, Koto Balingka, Sungai Aur, Sasak Ranah Pasisie dan Kinali. Daerah pantai terluas ada di Desa Maligi kecamatan Sasak Ranah Pasisie dengan luas mencapai 77,73 Km² di ikuti Desa Mandiangin yang ada di Kecamatan Kinali dengan luas 61,33 Km² dan luas desa pantai yang terkecil berada pada Desa Kampung Padang pada Kecamatan Sungai Beremas yang tercatat hanya 9,37 Km². (**BPS Pasaman Barat, 2020**)

Air Bangis adalah penghasil ikan terbesar di daerah Pasaman Barat. Masyarakat Air Bangis menjadi masyarakat pantai yang mayoritas bekerja sebagai penangkap ikan atau nelayan. Air Bangis dan daerah-daerah lainnya merupakan penghasil ikan laut di sepanjang pesisir barat Sumatera. (**Hidayah, 2021**).

Pengolahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) termasuk bisnis yang menjanjikan, karna harganya yang terjangkau dan banyak masyarakat yang mengkonsumsinya sehingga dapat dijual kesemua lapisan masyarakat. Pengolahan dan pengawetan merupakan salah satu bentuk upaya diversifikasi produk perikanan, diversifikasi produk perikanan yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomis produk hasil perikanan, memperbaiki cita rasa produk hasil perikanan, mempertahankan mutu, meningkatkan daya simpan produk, dan memperluas distribusi serta pemasaran produk. (**Zaelanie, 2004**).

Usaha pengolahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) ini memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang, maka perlu dilakukan analisis mendalam mengenai pengembangan dan keberlanjutan usaha pengolahan ikan teri sebagai upaya yang dilakukan agar usaha ini dapat berkembang dan berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai hasil olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) yang ada di TPI Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas kabupaten Pasaman Barat, maka penulis ingin melakukan penelitian tentang “*Analisis Potensi Hasil Olahan Ikan Teri (Stolephorus indicus) di Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat*”.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini bersifat penelitian lapangan (*field research*) yaitu “penelitian yang dilakukan dalam kancan kehidupan yang sebenarnya”. *Field research* adalah bentuk penelitian yang bertujuan mengungkapkan makna yang diberikan oleh anggota masyarakat pada perilakunya dan kenyataan sekitar.

Metode penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan Random Sampling. Teknik sampling ini diberikan nama demikian karena didalam pengambilan sampelnya, peneliti “Sensus” subjek-subjek didalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden secara keseluruhan terdiri dari ibu- ibu rumah tangga di jorong Pasar Baru Utara. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara.

Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). (**Rangkuti, 2000**).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Wilayah Penelitian

Kecamatan Sungai Beremas merupakan salah satu daerah di sebelah utara Kabupaten Pasaman Barat terletak antara 000 09' - 000 31' LU dan 990 10' - 990 34' BT. Luas Wilayah mencapai 440,48 km² yang berarti 11, 33 persen dari luas keseluruhan wilayah Kabupaten Pasaman Barat yaitu 3.8877,77 km² dengan batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara Berbatasan dengan Kabupaten Ranah Batahan
- b. Sebelah Selatan Berbatasan dengan Samudera Indonesia
- c. Sebelah Barat Berbatasan dengan Provinsi Sumatera Utara
- d. Sebelah Timur Berbatasan dengan Kecamatan Koto Balingka.

Air Bangis Sebagai Ibu Kota Kecamatan Sungai Beremas, setelah dilakukannya pemekaran pada tahun 2003 maka sembilan desa yang terdapat di Kecamatan Sungai Beremas tersebut di gabungkan menjadi satu nagari dengan nama Nagari Air Bangis sehingga desa-desa tersebut menjadi jorong. Pada saat ini Nagari Air Bangis mempunyai 15 Jorong, yaitu Jorong Pasar Satu, Jorong Pasar Dua Suak, Jorong Pasar Baru Barat, Jorong Pasar Baru Timur, Jorong Pasar Baru Utara, Jorong Pasar Muara, Jorong Kampung Padang Utara, Jorong Kampung Padang Selatan, Jorong Pasar Pokan, Jorong Silawai, Jorong Silawai Timur, Jorong Pulau Panjang, Jorong Pigogah Patibubur, dan Jorong Ranah Panantian.

Hasil Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) di Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas

a. Teknik Pengolahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)

Pengolah ikan merupakan orang atau kelompok orang yang melakukan usaha mengolah ikan segar, produk setengah jadi maupun produk jadi. Usaha-usaha yang dilakukan dalam pengolahan hasil perikanan dapat dikelompokkan menjadi 2 macam pengolahan, yaitu pengolahan yang bersifat tradisional seperti pengterian, pengasapan, pengeringan, pemindangan dan lain-lain dan pengolahan yang bersifat modern, seperti pengalengan ikan. Menurut terminologi FAO, ikan olahan tradisional adalah produk yang diolah secara sederhana dan umumnya dilakukan pada skala industri rumah tangga. Jenis olahan yang termasuk produk olahan tradisional ini adalah ikan kering atau ikan teri nasi kering, ikan pindang, ikan asap, serta produk fermentasi yaitu kecap, peda, terasi, dan sejenisnya. (Heruwati, 2002)

b. Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)

1. Sambal Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)
2. Rempeyek Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)
3. Bakwan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)

c. Strategi Pemasaran Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) di Air Bangis.

Adapun alur pemasaran produk hasil olahan ikan teri ini sebagai berikut :

1. Produsen ke konsumen

Pada saluran pemasaran pertama pengusaha menjual langsung teri krispi ke tangan konsumen akhir. Saluran pemasaran seperti ini biasanya lebih menguntungkan bagi pengusaha karena konsumen akan membeli produk ke lokasi tempat produksi langsung sehingga pengusaha tidak disibukkan untuk mengantar produk ke toko-toko besar.

2. Produsen ke pengecer ke konsumen

Pada saluran pemasaran kedua pengusaha teri krispi menjual langsung kepada pengecer barulah pengecer menjual produk ke tangan konsumen. Saluran ini biasanya lebih menguntungkan pengusaha, karena pengecer akan memesan produk dalam jumlah besar sehingga pengusaha memproduksi dalam jumlah besar juga.

d. Tahapan Pengembangan Usaha Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)

Menurut (Anoraga, 2007) ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain :

1. Tahap I : Identifikasi Peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti :

- a. Rencana produsen
- b. Saran dan usul produsen kecil
- c. Program pemerintah
- d. Kadin atau asosiasi usaha sejenis

2. Tahap 2 : Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah informasi berkumpul dan dianalisa maka dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

How to cite (APA Style 6th ed)

Febriandi., Desmiati I., Aisyah S., Uzra M., (2024). Analisis Potensi Hasil Olahan Ikan Teri (*Stolephorus Indicus*) di Perairan Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat.
JA'FAR: j.fish.Aquat.res, Vol 2 (1), 1-9

3. Tahap 3 : Seleksi Alternatif

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut :

4. Tahap 4 : Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih

5. Tahap 5 : Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Disamping itu juga di arahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

Faktor Internal Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)

Hasil klasifikasi menggunakan analisa Swot faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) di Air Bangis. Lihat Tabel 1.

Tabel 1. Analis Swot Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

No	Faktor Internal	S	W
1	Bahan baku mudah didapat dan menggunakan bahan baku yang berkualitas.	✓	
2	Desain kemasan produk menarik.	✓	
3	Proses pengolahan yang tidak terlalu rumit.	✓	
4	Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan.	✓	
5	Stok produk selalu ada.	✓	
6	Lokasi yang strategis.	✓	
7	Pengiriman produk dilakukan selalu tepat waktu	✓	
8	Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan.	✓	
9	Perencanaan finansial yang kurang matang		✓
10	Resiko penurunan pendapatan		✓
11	Masih memerlukan inovasi dalam pemasaran		✓
12	Masih menggunakan peralatan yang sederhana		✓

S (*Strength*) : Kekuatan

W (*Weakness*) : Kelemahan

Faktor Eksternal Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)

Hasil klasifikasi menggunakan analisa Swot faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) di Air Bangis. Lihat Tabel 2.

Tabel 2. Analis Swot faktor eksternal (Peluang dan Ancaman)

No	Faktor Eksternal	O	T
1	Pemanfaatan Ojol (Ojek Online) sebagai wadah dalam transaksi online yang dilakukan pedagang kepada konsumen.	✓	
2	Promosi yang dilakukan melalui media social dan ecommerce.	✓	
3	Selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan.	✓	
4	Lokasi pemasok yang berdekatan dengan pasar	✓	
5	Sumber daya perikanan yang mendukung	✓	
6	Trend konsumsi / gemar makan ikan meningkat.	✓	
7	Banyaknya pedagang yang akan menjual produk serupa/ Munculnya pesaing		✓
8	Pasokan bahan baku ikan bergantung pada cuaca/musim.		✓
9	Harga yang ditentukan berubah-ubah sesuai dengan harga yang diberikan oleh pemasok.		✓
10	Grafik pemesanan yang tidak stabil/ ketidaksukaan konsumen pada Ikan Teri (<i>Stolephorus indicus</i>).		✓
11	Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern lebih baik		✓

O (*Opportunity*) : Peluang

T (*Treats*) : Ancaman

Strategi Pengembangan Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*)

a. Matrik SWOT

Matriks SWOT merupakan kombinasi antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman sehingga akan membentuk empat alternatif strategi dari kombinasi keduanya yakni strategi S-O (*Strenght Opportunities*), S-T (*Strength Threats*), W-O (*Weakness Opportunities*) dan W-T (*Weakness Threats*) (Rangkuti, 2001).

Tabel 3. Matrik SWOT

<p><i>Internal Strategy Factor Analysis Summary (IFAS)</i></p> <p><i>External Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)</i></p>	<p>STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku mudah didapat dan menggunakan bahan baku yang berkualitas. 2. Desain kemasan produk menarik 3. Proses pengolahan yang tidak terlalu rumit. 4. Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan. 5. Stok produk selalu ada. 6. Lokasi yang strategis. 7. Pengiriman produk dilakukan selalu tepat waktu. 8. Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan. 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan finansial yang kurang matang. 2. Masih menggunakan peralatan yang sederhana 3. Masih memerlukan inovasi dalam pemasaran. 4. Resiko penurunan pendapatan.
<p>OPPORTUNITY (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan Ojol (Ojek Online) sebagai wadah dalam transaksi online yang dilakukan pedagang kepada konsumen. 2. Promosi yang dilakukan melalui media social dan E-commerce 3. Selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan 4. Lokasi pemasok yang berdekatan dengan pasar 5. Sumber daya perikanan yang mendukung. 6. Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat. 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku mudah didapat dan menggunakan bahan baku yang berkualitas maka akan menghasilkan Sumber daya perikanan yang mendukung. (S1O5) 2. Desain kemasan produk menarik dan Stok produk selalu ada maka Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat. (S1S5O6) 3. Pengiriman produk dilakukan selalu tepat waktu dengan Pemanfaatan Ojol (Ojek Online) sebagai wadah dalam transaksi online yang dilakukan pedagang kepada konsumen. (S7O1) 4. Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan karena Lokasi yang strategis dan selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan (S1S5O3). 5. Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan serta melakukan promosi melalui media social dan E-commerce.(S4O2) 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi Resiko penurunan pendapatan dengan Meningkatkan Promosi yang dilakukan melalui media social dan E-commerce dan Selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan.(W4O2O3) 2. Dengan mempelajari dan memahami cara membuat olahan ikan teri melalui media sosial YouTube supaya bisa memahami cara pengolahan dengan menggunakan peralatan sederhana yang baik, enak dan bernilai layak Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat.(W2O6) 3. melakukan berbagai inovasi dalam pemasaran sehingga Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat.(W3O6)
<p>TREATHS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pedagang yang akan menjual produk serupa/ Munculnya pesaing 2. Pasokan bahan baku ikan bergantung pada cuaca/musim 3. Harga yang ditentukan berubah-ubah sesuai dengan harga yang diberikan oleh pemasok 4. Grafik pemesanan yang tidak stabil/ ketidaksukaan konsumen terhadap olahan ikan teri. 5. Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern lebih baik 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan dan Desain kemasan produk yang menarik akan mengurangi Banyaknya pedagang yang akan menjual produk serupa/ Munculnya pesaing.(S4S2T1) 2. Lokasi yang strategis dan Stok produk selalu ada maka Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern bisa disaingi.(S6S5T5) 3. Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan maka dapat mengurangi Grafik pemesanan yang tidak stabil/ ketidaksukaan konsumen terhadap olahan ikan teri. (S4S8T4) 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan Promosi dengan berbagai inovasi dalam pemasaran maka Grafik pemesanan akan stabil/ kesukaan konsumen terhadap olahan ikan teri dapat meningkat.(W3T4) 2. Mengurangi Resiko penurunan pendapatan dengan Meningkatkan Promosi yang dilakukan melalui media social dan E-commerce sehingga Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern bisa disaingi. (W4T5)

How to cite (APA Style 6th ed)

Febriandi., Desmiati I., Aisyah S., Uzra M., (2024). Analisis Potensi Hasil Olahan Ikan Teri (*Stolephorus Indicus*) di Perairan Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat.
JA'FAR: j.fish.Aquat.res, Vol 2 (1), 1-9

b. Matriks IFAS DAN EFAS

1. Matriks *Internal Startegy Factor Analysis Summary* (IFAS)

(Rangkuti, 2016) mengatakan untuk mengetahui secara pasti posisi perusahaan maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah total perkalian bobot dan ranting ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W. Cara pemberian nilai yaitu pemberian rating untuk kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (cukup) atau 4 (baik) dan 5 (sangat baik). Sedangkan untuk kelemahan dan ancaman mendapatkan peringkat 1 (Sangat kurang) atau 2 (kurang). Berilah setiap faktor tersebut bobot yang berkisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Untuk lebih jelas lihatlah tabel 7. berikut .

Tabel 4. Matriks Faktor Strategi Internal

No	Faktor strategis internal	Bobot (a)	Ranting (b)	Skor (axb)
Kekuatan (S)				
1	Bahan baku mudah didapat dan menggunakan bahan baku yang berkualitas..	0,10	4,23	0,423
2	Desain kemasan produk menarik.	0,12	4,30	0,516
3	Proses pengolahan yang tidak terlalu rumit.	0,10	3,80	0,380
4	Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan.	0,11	3,63	0,399
5	Stok produk selalu ada.	0,18	4,03	0,514
6	Lokasi yang strategis.	0,14	3,67	0,514
7	Pengiriman produk dilakukan selalu tepat waktu.	0,15	4,07	0,611
8	Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan.	0,10	4,10	0,410
	Total Kekuatan	1,00		3,767
Kelemahan (W)				
1	Perencanaan finansial yang kurang matang.	0,20	2,87	0,574
2	Masih menggunakan peralatan yang sederhana	0,15	3,37	0,506
3	Masih memerlukan inovasi dalam pemasaran.	0,35	3,03	1,061
4	Resiko penurunan pendapatan.	0,30	3,13	0,939
	Total Kelemahan	1,00		3,080

Menurut (Rangkuti, 2016)

- jika skor yang didapatkan 1,00 sampai 1,99 maka menunjukkan posisi internal lemah.
- Skor 2,00 sampai 2,99 menunjukkan rata- rata.
- Skor 3,00 sampai 4,00 menunjukkan posisi internal kuat.

Tabel 5. Matriks Faktor Strategi Eksternal

No	Faktor strategis Eksternal	Bobot (a)	Ranting (b)	Skor (axb)
Peluang (O)				
1	Pemanfaatan Ojol (Ojek Online) sebagai wadah dalam transaksi online yang dilakukan pedagang kepada konsumen	0,15	3,60	0,540
2	Promosi yang dilakukan melalui media social dan E-commerce	0,13	3,53	0,459
3	Selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan	0,20	3,97	0,794
4	Lokasi pemasok yang berdekatan dengan pasar	0,19	3,70	0,703
5	Sumber daya perikanan yang mendukung.	0,15	3,53	0,530
6	Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat.	0,18	3,56	0,641
	Total Peluang	1,00		3,667
Ancaman (T)				
1	Banyaknya pedagang yang akan menjual produk serupa/Munculnya pesaing	0,12	2,70	0,324
2	Pasokan bahan baku ikan bergantung pada cuaca/musim	0,15	3,00	0,450
3	Harga yang ditentukan berubah-ubah sesuai dengan harga yang diberikan oleh pemasok	0,25	2,80	0,700
4	Grafik pemesanan yang tidak stabil/ ketidaksukaan konsumen terhadap olahan Ikan Teri (<i>Stolephorus indicus</i>).	0,23	2,60	0,598
5	Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern lebih baik	0,20	2,53	0,506
	Total Ancaman	1,00		2,578

2. Matriks *Ekternal Startegy Factor Analysis Summary* (EFAS)

Untuk pemberian skor masih sama dengan matrik IFAS diatas. yaitu, Menurut (**Rangkuti, 2016**) mengatakan untuk mengetahui secara pasti posisi perusahaan maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot (a) dan rating (b) poin faktor serta jumlah total perkalian bobot dan ranting ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W. Cara pemberian nilai yaitu pemberian rating untuk kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (cukup) atau 4 (baik) dan 5 (sangat baik). Sedangkan untuk kelemahan dan ancaman mendapatkan peringkat 1 (Sangat kurang) atau 2 (kurang). Berilah setiap faktor tersebut bobot yang berkisaran dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

Analisis Strategi

a. *Strengths-Opportunity* (S-O).

1. Bahan baku mudah didapat dan menggunakan bahan baku yang berkualitas maka akan menghasilkan Sumber daya perikanan yang mendukung.(S1O5).
2. Desain kemasan produk menarik dan Stok produk selalu ada maka Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat.(S1S5O6).
3. Pengiriman produk dilakukan selalu tepat waktu dengan Pemanfaatan Ojol (Ojek Online) sebagai wadah dalam transaksi online yang dilakukan pedagang kepada konsumen.(S7O1).
4. Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan karena Lokasi yang strategis dan selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan (S1S5O3).
5. Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan serta melakukan promosi melalui media social dan E-commerce.(S4O2).

b. *Weakness-Opportunity* (W-O).

1. Mengurangi Resiko penurunan pendapatan dengan Meningkatkan Promosi yang dilakukan melalui media social dan E-commerce dan Selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan.(W4O2O3).
2. Dengan mempelajari dan memahami cara membuat olahan ikan teri melalui media sosial YouTube supaya bisa memahami cara pengolahan dengan menggunakan peralatan sederhana yang baik, enak dan bernilai layak Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat.(W2O6).
3. Melakukan berbagai inovasi dalam pemasaran sehingga Trend konsumsi/gemar makan ikan meningkat.(W3O6).

c. *Strengths-Treats* (S-T).

1. Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan dan Desain kemasan produk yang menarik akan mengurangi Banyaknya pedagang yang akan menjual produk serupa/ Munculnya pesaing.(S4S2T1).
2. Lokasi yang strategis dan Stok produk selalu ada maka Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern bisa disaingi.(S6S5T5).
3. Produk yang dipasarkan sudah memiliki izin dan bersertifikasi pangan Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan maka dapat mengurangi Grafik pemesanan yang tidak stabil/ ketidaksukaan konsumen terhadap olahan ikan teri. (S4S8T4).

d. *Weaknesses - Treats* (W-T).

1. Melakukan Promosi dengan berbagai inovasi dalam pemasaran maka Grafik pemesanan akan stabil/ kesukaan konsumen terhadap olahan ikan teri dapat meningkat.(W3T4).
2. Mengurangi Resiko penurunan pendapatan dengan Meningkatkan Promosi yang dilakukan melalui media social dan E-commerce sehingga Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern bisa disaingi. (W4T5).

Selanjutnya, dari hasil analisis Matriks IFAS dan EFAS maka akan ditentukan sumbu (X,Y). Cara menentukan sumbu (X,Y) yaitu mencari nilai Y dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan total faktor W. Setelah itu cari nilai X dengan cara melakukan pengurangan antara jumlah total faktor O dengan total faktor T . (**Rangkuti, 2001**)

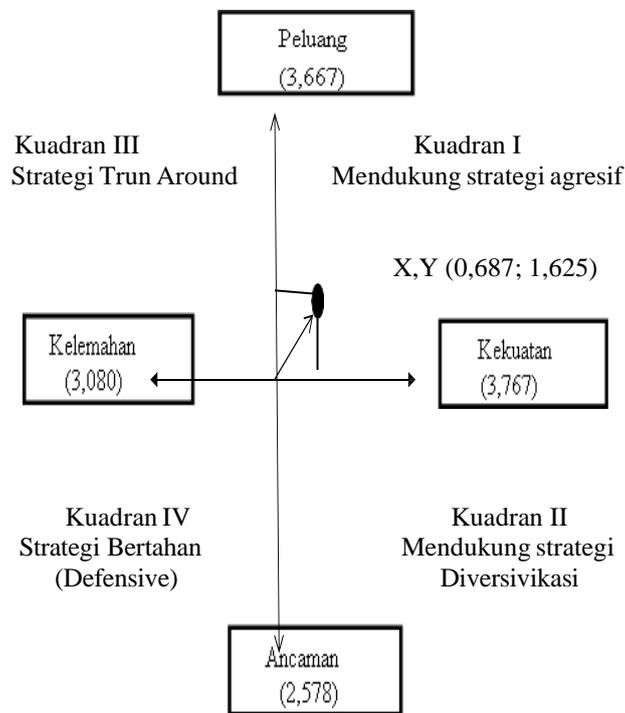
Nilai total dari faktor internal didapat dari nilai kekuatan sebesar 3,767 dan nilai kelemahan sebesar 3,080 sedangkan untuk nilai total eksternal didapat dari nilai peluang sebesar 4,203 dan nilai ancaman sebesar 2,578. Setelah dilakukan perhitungan maka diketahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal.

How to cite (APA Style 6th ed)

Febriandi., Desmiati I., Aisyah S., Uzra M., (2024). Analisis Potensi Hasil Olahan Ikan Teri (*Stolephorus Indicus*) di Perairan Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. JA'FAR: j.fish.Aquat.res, Vol 2 (1), 1-9

Tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal. Sumbu horizontal (X) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat $X = 3,767 - 3,080 = 0,687$. Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) didapatkan hasil koordinat $Y = 4,203 - 2,578 = 1,625$.

Setelah hasil dari sumbu (X,Y) maka akan dibuat kuadran untuk menentukan posisi kuadran. Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X dan sumbu Y. Dengan nilai $X = 0,687$ dan $Y = 1,625$. Hasil kedua nilai tersebut sama-sama positif hal ini menandakan posisi ibu-ibu pengolah produk Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) berada pada posisi kuadran I. Diagram Kuadran SWOT dapat dilihat Gambar 10. dibawah ini.



Berdasarkan hasil analisis diagram kuadran SWOT dapat diperoleh sumbu X dan Y. Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi Kuadran I. Kuadran I ialah situasi yang menguntungkan dimana kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strenght Opportunitiesi* untuk mengembangkan usaha olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) di Perairan Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Grrowth Oriented Startegey*. Rekomendasi alternatif strategi perusahaan, meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman dilihat dari faktor internal dan eksternal yang di analisis melalui matriks SWOT.

IV. KESIMPULAN

1. Berbagai produk olahan dari Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) sebagai berikut : Teri Balado, Bakwan Teri , dan Rempyek Teri.
2. Tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal. Sumbu horizontal (X) sebagai faktor (internal kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat $X = 4,60 - 2,15 = 2,45$. Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor (internal peluang dan ancaman) didapatkan hasil koordinat $Y = 3,85 - 1,90 = 1,95$. Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X dan sumbu Y. Dengan nilai $X = 2,45$ dan $Y = 1,95$. Hasil kedua nilai tersebut sama-sama positif hal ini menandakan posisi ibu-ibu pengolah produk Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) berada pada posisi kuadran I. Berdasarkan hasil analisis diagram kuadran SWOT dapat diperoleh sumbu X dan Y. Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi Kuadran I.

Kuadaran I ialah situasi yang menguntungkan dimana kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strenght Opportunitiesi* untuk mengembangkan usaha olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) di Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Grrowth Oriented Startegey*. Rekomendasi alternatif strategi, meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman dilihat dari faktor internal dan eksternal yang di analisis melalui matriks SWOT.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2007).** Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi, Jakarta: Rieneka Cipta.
- Heruwati, E. S. (2002).** Pengolahan Ikan Secara Tradisional : Prospek dan Peluang Pengembangan. Jurnal Penelitian Perkembangan Pertanian, Vol. 21 (3) : 92-99.
- Hidayah, N. (2021).** *Sejarah Nagari Air Bangis Tahun 1950-2018*. Diploma Thesis, Universitas Andalas.
- Pemerintahan Kabupaten Pasaman Barat. Profil Nagari Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, (2020)**
- Rangkuti, F., (2000).** Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus bisnis, Jakarta, gramedia.
- Rangkuti, F., (2001).** Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F.. (2016).** Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Zaelanie K, Nurdiani R, Dayuti S. (2004).** Teknologi Hasil Perikanan I. Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Malang.