

IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DALAM PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH OTAK-OTAK BANDENG BERBASIS POTENSI DAERAH DI KABUPATEN GRESIK

Yayah Atmajawati
Wininatin Khamimah
STIE Indonesia Surabaya

ABSTRAK

Usaha kecil dan menengah (UKM) otak-otak bandeng mempunyai peran penting sebagai salah satu penggerak perekonomian Kabupaten Gresik, karena dapat membantu dalam penyerapan tenaga kerja dan upaya pengentasan kemiskinan. Disisi lain, Usaha kecil dan menengah (UKM) otak-otak Bandeng di Kabupaten Gresik mempunyai banyak permasalahan yang dihadapi antara lain: permodalan, pemasaran, produk tidak bisa tahan lama, proses produksi masih manual.

Tujuan dari diadakan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik UKM otak-otak bandeng di Kabupaten Gresik agar dapat diketahui gambaran atau kondisi aktual yang dihadapi pelaku usaha UKM tersebut. Setelah mendapatkan gambaran atau kondisi aktual, maka dilakukan analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal UKM otak-otak bandeng dan pemilihan beberapa alternatif strategi pengembangannya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah: Faktor-faktor internal yang digunakan dalam mengembangkan UKM Otak-Otak Bandeng di Kabupaten Gresik adalah: Bahan baku ikan bandeng berlimpah, Tanpa menggunakan bahan kimia dalam proses produksi, Produk sudah dikenal di masyarakat, Konsumsi ikan semakin meningkat, Produk tidak tahan lama, Sumber daya manusia masih rendah tingkat pendidikannya, Modal usaha kecil, Proses produksi masih manual, dan Terbatasnya akses pasar. Sedangkan Faktor-faktor eksternal yang digunakan dalam mengembangkan UKM Otak-Otak Bandeng di Kabupaten Gresik adalah: Dukungan kebijakan Pemerintah Daerah, Pertumbuhan jumlah penduduk semakin meningkat, Budaya membeli oleh-oleh, Gresik sebagai kota wisata dan industri, Persaingan produk otak-otak bandeng semakin ketat, Sulit mendapatkan ikan bandeng yang memiliki spesiikasi berat dan panjang yang ditentukan, Harga bahan baku fluktuatif, tetapi harga jual produk tetap, dan Manajemen keuangan belum teratur.

Kata Kunci: UKM, Matriks IFE, EFE, IE, dan Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Kabupaten Gresik yang berada di wilayah pesisir pantai utara Pulau Jawa dengan pantai sepanjang ± 140 Km dan memiliki potensi kekayaan dari sektor perikanan, salah satunya ikan Bandeng. Ikan bandeng adalah salah satu produk akuakultur yang dapat mendukung ketahanan pangan dan gizi di Indonesia (Tama, et al., 2017). Ikan bandeng merupakan komoditi perikanan yang banyak digemari masyarakat, karena rasanya enak, gurih, mengandung protein yang tinggi, rendah kolesterol dan harganya relatif murah. Salah satu

alternatif produk olahan ikan bandeng yang dapat meningkatkan nilai tambah, yaitu otak-otak bandeng, dimana merupakan salah satu unggulan produk olahan sektor perikanan Kabupaten Gresik. Dengan sumberdaya perikanan yang dimiliki, maka produk olahan dari sektor perikanan perlu untuk dikembangkan.

Menurut Venugopal, et al. (1995) menjelaskan bahwa pengembangan produk bernilai tambah dari spesies ikan yang kurang dimanfaatkan dapat berhasil, tergantung pada strategi pasar yang digunakan.

Dengan membuat produk inovatif yang mampu bersaing di pasar dapat meningkatkan pendapatan, selain itu dapat mengurangi masalah sisa pembuangan dan pencemaran lingkungan.

Usaha kecil dan menengah (UKM) otak-otak bandeng mempunyai peran penting sebagai salah satu penggerak perekonomian Kabupaten Gresik. Disisi lain, Usaha kecil dan menengah (UKM) otak-otak Bandeng di Kabupaten Gresik mempunyai banyak permasalahan yang dihadapi antara lain: permodalan, pemasaran, produk tidak bisa tahan lama, proses produksi masih manual, dan kebijakan pemerintah. Menurut Abor and Quartey (2010) menjelaskan bahwa perkembangan UKM di negara Ghana dan South Africa sebagian besar dibatasi oleh sejumlah faktor, seperti kurangnya akses ke teknologi yang tepat; akses terbatas ke pasar internasional, keberadaan hukum, peraturan dan aturan yang menghambat pengembangan sektor; kapasitas kelembagaan yang lemah, kurangnya keterampilan manajemen dan pelatihan, dan yang paling penting keuangan.

Hambatan yang dapat mengakibatkan sebagian besar kinerja UKM di Filipina lemah, yaitu akses ke keuangan, teknologi, dan keterampilan serta adanya kesenjangan informasi dan kesulitan dengan kualitas produk dan pemasaran (Aldaba and Aldaba, 2014). Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi kesuksesan dalam bisnis, maka dapat mengurangi resiko kegagalan dan peluang sukses dapat ditingkatkan (Chittithaworn, et al., 2011).

Strategi pengembangan UKM dapat ditingkatkan dengan lebih banyak perhatian pada pemantauan dan evaluasi hasil intervensi (Hallberg, 2000). Manfaat sistemik untuk kepentingan bersama dapat diciptakan melalui strategi keberlanjutan bagi UKM yang bekerja secara kolaboratif (Moore and Manring, 2009). Strategi yang digunakan untuk mengembangkan dan memberdayakan UKM, yaitu strategi

pemeliharaan atribut kualitas untuk produk unggulan, serta diversifikasi produk untuk memperluas pangsa pasar, daya saing, dan keberlanjutan produk UKM (Hasibuan, 2015).

Dengan berlakunya pasar global, maka persaingan UKM otak-otak Bandeng semakin ketat. Oleh karena itu, strategi dalam mengembangkan UKM otak-otak bandeng yang terintegrasi dengan keunggulan atau potensi daerah diharapkan dapat meningkatkan perekonomian yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing.

Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakan penelitian strategi pengembangan UKM yang terintegrasi dengan potensi daerah, adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dalam menyusun strategi pengembangan UKM otak-otak bandeng berbasis potensi daerah.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dalam menyusun strategi pengembangan UKM otak-otak bandeng berbasis potensi daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dimana data primer didapatkan dengan cara penyebaran kuesioner dan wawancara dengan para ahli yang memiliki kompetensi dibidangnya, sedangkan data sekunder merupakan data penunjang yang didapatkan dari instansi terkait, jurnal cetak maupun jurnal on line. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Internal Factor Evaluation* (IFE) matriks, dan *External Factor Evaluation* (EFE).

HASIL

- a. Internal Factor Evaluation (IFE) Matriks

Matriks IFE merupakan langkah ringkasan audit internal organisasi dengan mempertimbangkan faktor kekuatan dan kelemahan internal utama yang terdaftar,

dibobot, dan diberi peringkat untuk mendapatkan skor bobot total berdasarkan skala peringkat 1 hingga 4. Dengan skor bobot total

2,50 mewakili bagaimana perusahaan rata-rata di industri ini menghadapi lingkungan internal (Capps III and Glissmeyer, 2012).

Tabel 1. Matriks IFE

Faktor Internal		Kode	Bobot	Skor	Skor Bobot
Faktor Kekuatan					
1	Bahan baku ikan bandeng berlimpah	S1	0,171	4	0,684
2	Tanpa menggunakan bahan kimia dalam proses produksi	S2	0,171	4	0,684
3	Produk sudah dikenal di masyarakat	S3	0,158	4	0,632
4	Konsumsi ikan semakin meningkat	S4	0,143	3	0,429
Faktor Kelemahan					
1	Produk tidak tahan lama	W1	0,086	2	0,172
2	Sumber daya manusia masih rendah tingkat pendidikannya	W2	0,071	2	0,142
3	Modal usaha kecil	W3	0,071	2	0,142
4	Proses produksi masih manual	W4	0,058	1	0,058
5	Terbatasnya akses pasar	W5	0,071	1	0,071
Total			1,000		3,014

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 1 diatas, maka dapat diketahui hasil evaluasi faktor internal dengan menggunakan Matriks IFE didapatkan total skor bobot sebesar 3,014. Dimana total skor bobot tersebut diatas rata-rata sebesar 2,5 yang berarti bahwa UKM Otak-Otak Bandeng di Kabupaten Gresik mampu memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang ada.

b. External Factor Evaluation (EFE) Matriks

Matriks EFE merupakan langkah terakhir audit eksternal organisasi dengan mempertimbangkan faktor peluang dan ancaman eksternal yang besar didaftar, dibobot, dan diberi peringkat untuk mendapatkan skor bobot total yang juga didasarkan pada skala peringkat 1 hingga 4 metrik. Dengan skor bobot total 2,50 mewakili bagaimana perusahaan rata-rata dalam industri menangani lingkungan eksternalnya (Capps III and Glissmeyer, 2012).

Tabel 2. Matriks EFE

Faktor Eksternal		Kode	Bobot	Skor	Skor Bobot
Faktor Peluang					
1	Dukungan kebijakan Pemerintah Daerah	O1	0,129	4	0,516
2	Pertumbuhan jumlah penduduk semakin meningkat	O2	0,142	4	0,568
3	Budaya membeli oleh-oleh	O3	0,157	4	0,628
4	Gresik sebagai kota wisata dan industri	O4	0,129	3	0,387
Faktor Eksternal		Kode	Bobot	Skor	Skor

				Bobot	
Faktor Ancaman					
1	Persaingan produk otak-otak bandeng semakin ketat	T1	0,129	3	0,387
2	Sulit mendapatkan ikan bandeng yang memiliki spesiikasi berat dan panjang yang ditentukan	T2	0,1	3	0,3
3	Harga bahan baku fluktuatif, tetapi harga jual produk tetap	T3	0,114	3	0,342
4	Manajemen keuangan belum teratur	T4	0,1	2	0,2
Total			1,000		3,328

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 2 diatas, maka dapat diketahui hasil evaluasi faktor eksternal dengan menggunakan Matriks EFE didapatkan total skor bobot sebesar 3,328. Dimana total skor bobot tersebut diatas rata-rata sebesar 2,5 yang berarti bahwa UKM Otak-Otak Bandeng di Kabupaten Gresik mampu memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari ancaman yang datang.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor internal yang digunakan dalam mengembangkan IKRT Otak-Otak Bandeng di Kabupaten Gresik adalah: Bahan baku ikan bandeng berlimpah, Tanpa menggunakan bahan kimia dalam proses produksi, Produk sudah dikenal di masyarakat, Konsumsi ikan semakin meningkat, Produk tidak tahan lama, Sumber daya manusia masih rendah tingkat pendidikannya, Modal usaha kecil, Proses produksi masih manual, dan Terbatasnya akses pasar.
2. Faktor-faktor eksternal yang digunakan dalam mengembangkan IKRT Otak-Otak Bandeng di Kabupaten Gresik adalah: Dukungan kebijakan Pemerintah Daerah, Pertumbuhan jumlah penduduk semakin meningkat, Budaya membeli oleh-oleh, Gresik sebagai kota wisata dan industri, Persaingan produk otak-otak bandeng semakin ketat, Sulit

mendapatkan ikan bandeng yang memiliki spesiikasi berat dan panjang yang ditentukan, Harga bahan baku fluktuatif, tetapi harga jual produk tetap, dan Manajemen keuangan belum teratur.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Abor, J., & Quartey, P. (2010). Issues in SME development in Ghana and South Africa. *International research journal of finance and economics*, 39(6), 215-228.
- Aldaba, R. M., & Aldaba, F. T. (2014). *Toward Competitive and Innovative ASEAN SMEs: Philippine SME Policy Index 2012 (No. 2014-30)*. PIDS Discussion Paper Series.
- Capps III, C. J., & Glissmeyer, M. D. (2012). Extending the competitive profile matrix using internal factor evaluation and external factor evaluation matrix concepts. *Journal of Applied Business Research*, 28(5), 1059.
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., & Yusuf, D. H. M. (2011). Factors affecting business success of small & medium enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180.
- Hallberg, K. (2000). *A market-oriented strategy for small and medium scale enterprises (Vol. 63)*. World Bank Publications.
- Hasibuan, S. (2015). *SMEs Development Strategy for Competitive and Sustainable*

- Typical Local Snacks of Banten Province. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 5(6), 410-414.
- Moore, S. B., & Manring, S. L. (2009). Strategy development in small and medium sized enterprises for sustainability and increased value creation. *Journal of cleaner production*, 17(2), 276-282.
- Tama, I. P., Eunike, A., Yuniarti, R., & Sugiono, S. (2017). Profit Evaluation of Milkfish Downstream Supply Chain for Local Markets: System Dynamic Approach. *Journal of Environmental Engineering and Sustainable Technology*, 4(2), 90-102.
- Venugopal, V., Shahidi, F., & Lee, T. C. (1995). Value-added products from underutilized fish species. *Critical Reviews in Food Science & Nutrition*, 35(5), 431-453.