



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI IKAN  
ASIN DI KELURAHAN PASAR BELAKANG  
KOTA SIBOLGA**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang  
Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

**Oleh:**

**NANDA APRILIA  
NIM: 17 402 00099**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

**2022**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI IKAN  
ASIN DI KELURAHAN PASAR BELAKANG  
KOTA SIBOLGA**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang  
Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

**OLEH :**

**NANDA APRILIA  
NIM: 17 402 00099**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Nofinawati, S.E.I., M.A  
NIP: 198211162011012003**

**PEMBIMBING II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M  
NIP: 198411302018012001**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2022**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **NANDA APRILIA**  
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, April 2022  
Kepada Yth :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **NANDA APRILIA** yang berjudul "**Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin Di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah konsentrasi Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Nofinawati, S.E.I., M.A**  
NIP. 19821116 201101 2 003

**PEMBIMBING II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:


Nama : NANDA APRILIA  
NIM : 17 402 00099  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin Di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 20 April 2022  
Yang menyatakan,



  
NANDA APRILIA  
NIM. 17 402 00099

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : NANDA APRILIA  
NIM : 17 402 00099  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin Di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiaris sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 12 Mei 2022  
Saya yang Menyatakan,



  
NANDA APRILIA  
NIM. 17 402 00099



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022


---

---

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : NANDA APRILIA  
**NIM** : 17 402 00099  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
**JUDUL SKRIPSI** : Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin Di  
Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga

**Ketua**




**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si**  
NIP. 19790525 200604 1 004

**Sekretaris**




**Hamni Fadillah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001


**Anggota**




**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si**  
NIP. 19790525 200604 1 004



**Hamni Fadillah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001



**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si**  
NIDN. 2013018301



**Windari, S.E., M.A**  
NIP. 19830510 201503 2 003

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Kamis/12 Mei 2022  
**Pukul** : 14.00 WIB – Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus/70 (B)  
**Index Prestasi Kumulatif** : 3,75  
**Predikat** : PUJIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

## **PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI IKAN ASIN DI  
KELURAHAN PASAR BELAKANG KOTA SIBOLGA**

**NAMA : NANDA APRILIA**  
**NIM : 17 402 00099**

Telah dapat diterima untuk memenuhi saalah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 12 Mei 2022  
Dekan,



**Dr. Harahap, S.H.I., M.Si.**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** : Nanda Aprilia  
**Nim** : 17 402 00099  
**Judul Skripsi** : Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin di  
Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga

Pengembangan merupakan hal sangat penting dalam mengembangkan usaha terutama dalam pengembangan produksi. Permasalahan dalam penelitian ini adalah tingkat permintaan ikan asin setiap harinya meningkat akan tetapi pengusaha ikan asin belum dapat memenuhi permintaan tersebut dikarenakan produksi ikan asin masih menggunakan sinar matahari dalam proses pengeringan ikan asin. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pengembangan produksi ikan asin dan Bagaimana hasil dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produksi yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan produksi ikan asin dan untuk mengetahui hasil dari matriks IFE dan EFE dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengertian, fungsi dan jenis strategi, pengertian, unsur-unsur dan tahapan pengembangan produksi, strategi pengembangan produksi dalam perspektif Islam, pengertian dan cara pembuatan ikan asin, pengertian dan tujuan analisis SWOT, model SWOT (IFE dan EFE) serta matriks SWOT yang terdiri dari strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini adalah 7 informan yang terdiri dari beberapa pengusaha dan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga dengan pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi. Sementara teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis SWOT. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui yaitu dengan total skor hasil dari matriks IFE yaitu 4,00, sedangkan total nilai skor yang diperoleh dari matriks EFE yaitu 3,69. Selanjutnya setelah IFE, dan EFE, maka di dapatkan matriks SWOT yaitu dengan strategi SO dengan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan terjamin agar permintaan masyarakat terhadap usaha ikan asin ini meningkat. Strategi WO yaitu meningkatkan jumlah modal agar wilayah pemasaran usaha ikan asin lebih luas, menjaga kualitas produk. Strategi ST mengembangkan teknologi agar produk yang diciptakan mudah dipasarkan. Strategi WT yaitu melakukan penambahan modal untuk menandingi pesaing dan melakukan inovasi terhadap usaha ikan asin sehingga dapat menyaingi pesaing.

**Kata Kunci** : Strategi, Pengembangan Produksi, Analisis SWOT



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian **“Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr.

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M. Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M, Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, ibu Rini Hayati Lubis, M.P selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Terima kasih kepada Lurah Kelurahan Pasbel Kota Sibolga yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk dapat meneliti

usaha ikan asin di Kelurahan Pasbel, Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Sibolga, serta pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga yang telah bersedia dan membantu kelancaran penelitian ini.

7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Afrizal Tanjung dan Ibunda Dahliarni Mandailing beserta kedua saudara peneliti yakni Ahmad Reza dan Desi Fiolita S.kom, yang paling berjasa dan paling berharga dalam hidup peneliti, serta telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat sekolah dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidempuan. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat dan teman-teman peneliti Indah Eka Lestari, Rizky Amaliyah, Nila Elviani, Yulva Sulistia S.E, Annisa Dewi Lestari S.E, Affrini Nasution S.E, Rina Febriana, Siti Nurhayani S.E, Endah Sulistia S.E, Dewi Tarihoran S.H, Fitri Wahyuni, Bitu Nurhandayani S.E, Tasha Agustina, dan para sahabat dan teman-teman lain yang tidak dapat peneliti ucapkan namanya satu-persatu yang telah membantu dan memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada teman peneliti Nila Elviani, Desi Fiolita S. kom, dan Syarif Abdillah Pasaribu yang turut memberikan motivasi dan mendampingi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017 khususnya Program Studi Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis-2) dan rekan-rekan Asrama Putri IAIN Padangsidempuan khususnya Asrama

D&E yang telah berjuang bersama-sama untuk meraih gelar S.E (Sarjana Ekonomi), semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

11. Teman-teman KKL-DR di Kabupaten Tapanuli Tengah, Kecamatan Pandan Kelurahan Hajoran dan tak lupa juga teman-teman Magang Mandiri di Kelurahan Aek Muara Pinang Kota Sibolga terima kasih atas saran dan doa yang diberikan.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, April 2022

Peneliti

**NANDA APRILIA**

**NIM. 17 402 00099**



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	ء	Komat erbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ‘..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

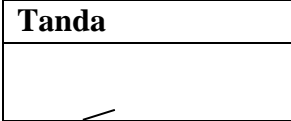
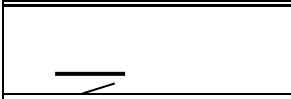

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau

harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dommah</i>	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
ي.....	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
و.....	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **4. Syaddah (Tsaydid)**

*Syaddah* atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

#### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.



## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi ArabLatin*. Cetekan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan masalah .....	6
C. Batasan Istilah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Kegunaan Penelitian.....	9
G. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
1. Strategi .....	11
a. Pengertian Strategi .....	11
b. Fungsi Strategi .....	12
c. Jenis-Jenis Strategi .....	14
d. Pengembangan Produksi .....	16
e. Faktor-Faktor Produksi .....	17
f. Unsur-Unsur Pengembangan Produksi .....	18
g. Strategi Pengembangan Produksi Dalam Perspektif Islam .....	19
2. Bisnis Ikan Asin .....	22
a. Pengertian Ikan Asin .....	22
b. Cara Produksi Ikan Asin .....	24
3. Analisis SWOT .....	26

a.	Pengertian Analisis SWOT .....	26
b.	Model Analisis SWOT .....	28
c.	Lingkungan Internal .....	34
d.	Lingkungan Eksternal .....	36
B.	Penelitian Terdahulu .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>48</b>
A.	Waktu Dan Lokasi Penelitian .....	48
B.	Jenis Penelitian.....	48
C.	Subyek Penelitian.....	49
D.	Sumber Data Penelitian.....	50
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
F.	Teknik Analisis Data.....	52
G.	Teknik Keabsahan Data .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>55</b>
A.	Gambaran Umum Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.....	55
1.	Letak Geografis .....	55
2.	Kondisi Sosial Ekonomi.....	55
3.	Proses Produksi Ikan Asin .....	56
B.	Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin Di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.....	58
C.	Hasil Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga .....	59
1.	Lingkungan Internal .....	59
a.	Pemasaran .....	59
b.	Produksi Dan Operasi .....	60
c.	Keuangan.....	61
2.	Lingkungan Eksternal .....	63
a.	Pesaing .....	63
b.	Ekonomi .....	63
c.	Teknologi .....	64
d.	Pemasok .....	65
D.	Hasil Analisis Penelitian .....	65
1.	Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) .....	66
2.	Matriks EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> ) .....	68
3.	Hasil Kuadran SWOT .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>77</b>
A.	Kesimpulan .....	77
B.	Saran.....	78

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel II.1 Matriks IFE.....	29
Tabel II.2 Matriks EFE .....	31
Tabel II. 3 Matriks SWOT .....	34
Tabel II. 4 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel IV. 1 Hasil Matriks IFE.....	67
Tabel IV. 2 Hasil Matriks EFE .....	69
Tabel IV. 3 Hasil Matriks SWOT .....	73



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar I. 1 Produksi Penjualan Ikan Asin di Kota Sibolga.....	2
Gambar II.1 Kuadran SWOT .....	27
Gambar IV. 1 Hasil Kuadran SWOT .....	71

## **BAB I**

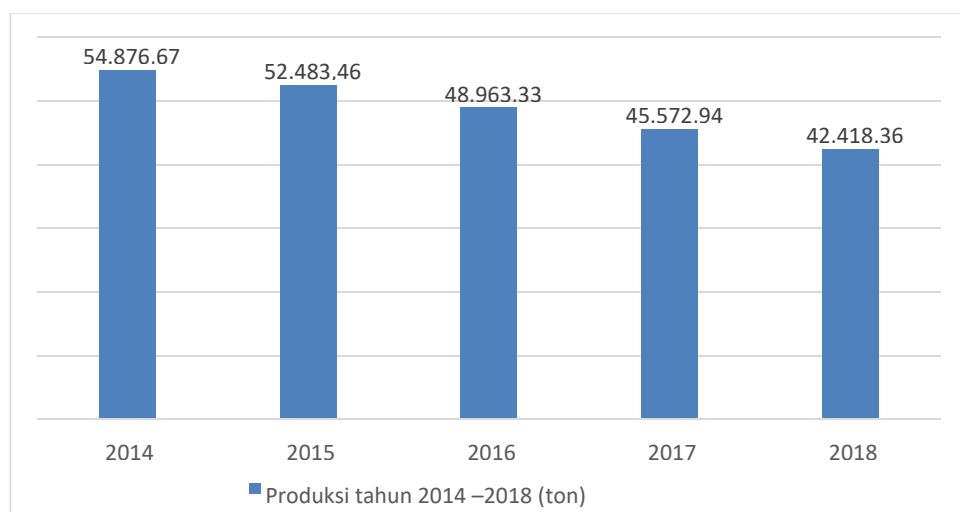
### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kondisi persaingan usaha salah satunya dalam bidang produksi di era globalisasi sangat berkembang sehingga membuka pikiran kita untuk mampu memproduksi suatu barang atau jasa, agar hasil dari produksi tersebut semakin berkembang dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Dalam pengembangan produksi ketekunan dan kerja keras harus ada dalam diri seseorang untuk mencapai titik kesuksesan dan menjadi seorang wirausaha yang sukses meskipun seringkali banyak menghadapi kendala-kendala. Maka dari itu perlu suatu strategi untuk mengembangkan produksi supaya usaha yang dijalani dapat bertahan lama dan tidak bangkrut.

Sebagian besar wilayah Indonesia terdiri atas lautan. Di dalamnya terdapat ribuan hingga jutaan jenis hewan laut yang dapat dimanfaatkan. Wilayah nusantara juga terkenal dengan beragam ikan, mulai dari hias, tawar, hingga untuk konsumsi. Maka bukan lagi rahasia umum bila di sinilah tempat yang tepat membangun bisnis. Salah satu bisnis olahan laut yang tidak ada matinya dari dulu hingga saat ini yaitu ikan. Meskipun zaman terus berkembang, namun makanan ini masih menjadi favorit sebagian besar masyarakat dan itu juga dinobatkan sebagai lauk favorit yang disantap dengan sambal, sayur hijau, hingga aneka protein nabati lainnya seperti tahu dan tempe.

Di Indonesia produksi ikan asin memang masih dibawah, bahkan pengolahan ikan masih mendominasi pemanfaatan hasil perikanan Indonesia yaitu sekitar 31,6% dari 6,26 ton ikan produksi Indonesia pada tahun 2018. Suatu jumlah yang sangat besar mengingat pemindangan (menempati urutan ke 2) tidak lebih dari 5,8% saja. Padahal dalam upaya pemenuhan gizi masyarakat, ikan asin bukan pilihan yang tepat. Ikan asin memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama untuk persediaan protein bagi masyarakat, lebih-lebih dengan kandungan asam lemak essensialnya yang dapat memberikan efek baik bagi kesehatan. Dilihat dari segi penerima konsumen, ikan asin mudah diterima dan mudah diolah melalui proses pengolahan yang sederhana.



Gambar I.1. Produksi Penjualan Ikan Asin di Kota Sibolga tahun 2014 – 2018 (ton)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Dinas Perikanan Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Sibolga, *Buku Statistik Perikanan Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Sibolga*.

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa produksi penjualan ikan asin di Kota Sibolga selama lima tahun terakhir mengalami penurunan. Belum optimalnya pemanfaatan potensi dan sarana yang mendukung dalam kegiatan penangkapan dan budidaya menjadi faktor utama yang menyebabkan rendahnya jumlah produksi perikanan di Kota Sibolga.

Howara mengungkapkan ikan adalah salah satu hewan laut yang mempunyai protein tinggi yang hidupnya tidak lama. Kelompok ini sering busuk dan mati sehingga membutuhkan pengolahan yang baik, seperti dapat membuatnya menjadi ikan asin.<sup>2</sup> Dalam produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang sudah dikembangkan oleh sebagian masyarakat untuk usaha mereka sehari-hari, dengan mengolah ikan tersebut menjadi salah satu lauk yang enak untuk di makan yaitu ikan asin. Mengolah ikan segar menjadi ikan asin agar ikan tersebut dapat bertahan lama dan tidak menimbulkan bakteri masuk dan berkembang biak, karena proses pengawetan ikan asin yaitu dengan cara dijemur. Mengawetkan ikan asin, mengeringkan dan mengolahnya dengan baik dapat menghasilkan ikan asin yang mempunyai kualitas tinggi dan berdaya jual. Pengawetan ikan dapat dilakukan dengan cara seperti pengeringan, penggaraman, pengasapan, pendinginan dan pemindangan.

Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga merupakan wilayah yang identik dengan ikan asin. Masyarakat di Sibolga sangat menyukai ikan asin sebagai santapan mereka untuk makanan sehari-hari. Di Kota Sibolga ikan

---

<sup>2</sup> Howara D, "Strategi Pengembangan Pengolahan Hasil Perikanan Di Kabupaten Donggala," *Jurnal Agroland* 20, no. 1 (2013): hlm. 75-81.

asin menjadi salah satu produk unggulan terutama di Kelurahan Pasar Belakang. Pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasbel memasarkan produk ikan asin tersebut bukan hanya di Kota Sibolga saja tetapi memasarkannya ke luar kota. Hal ini menyebabkan terjadinya tingkat permintaan setiap harinya akan tetapi belum dapat memenuhi permintaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang mengatakan sebenarnya permintaan ikan asin dari luar kota tiap tahunnya meningkat akan tetapi mereka tidak dapat memenuhi permintaan ikan asin tersebut dikarenakan proses produksi ikan asin mereka masih menggunakan cara tradisional dan masih memanfaatkan matahari untuk proses pengeringan ikan asin tersebut, dan juga kurangnya sarana dan prasarana dalam proses pengolahan ikan asin tersebut. Pengawetan ikan asin secara tradisional bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam tubuh ikan. Dari observasi awal ada beberapa jenis ikan yang dapat dijadikan ikan asin adalah ikan tenggiri (*Scomberomorus*), ikan kerapu (*Serranidae*), ikan kembung (*Resterelliger sp*), ikan ekor kuning (*Caesionidae*) dan lain sebagainya.<sup>3</sup>

Selain itu, dalam pengembangan produksi ikan asin tidak selalu berjalan dengan lancar pasti dijumpai kesulitan atau kekurangan yang menyebabkan proses pengembangan ikan asin tersebut menjadi terhambat untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis. Maka dari itu perlu adanya suatu

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Akhiruddin selaku salah satu Pengusaha Ikan Asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga, 22 September 2021.

strategi pengembangan produksi yang menjadi faktor penarik dalam pengembangan suatu usaha tersebut.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat dan berkembang, dan untuk menghadapi permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha ikan asin yaitu belum dapat memenuhi permintaan konsumen tiap tahunnya dikarenakan belum optimalnya pemanfaatan potensi dan sarana yang mendukung dalam kegiatan penangkapan dan budidaya ikan tersebut, dan produksi ikan asin tersebut masih menggunakan cara tradisional, sehingga ikan tersebut tidak dapat bertahan lebih lama dan sehingga dapat memperbaharui mutu ikan asin yang selama ini belum memuaskan, yakni penampilannya kurang menarik, banyak luka, terkelupas, daging retak, warna agak kecoklatan, berbau sedikit tengik, sehingga menyebabkan harga ikan menjadi rendah dan jangkauan pemasarannya sangat terbatas, maka peneliti menganggap bahwa perlu adanya perubahan dalam produksi ikan asin tersebut.

Untuk mengembangkan produksi ikan asin tersebut diperlukan sebuah strategi, sehingga dapat memperbesar usaha, dapat memenuhi permintaan konsumen dan juga dapat meningkatkan omset penjualan ikan asin tersebut. Strategi-strategi tersebut dianalisis dengan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam sistem agribisnis ikan asin agar mempercepat terjadinya pencapaian pengembangan produksi ikan asin yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang yang peneliti kemukakan, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang masalah strategi pengembangan produksi ikan asin yang belum dapat melakukan pengembangan produksi. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian terkait permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.**

## **B. Batasan Masalah**

Diperlukan batasan-batasan masalah atau fokus masalah dalam penelitian ini agar lebih terarah pada ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu seputar strategi pengembangan produksi ikan asin yang di analisis melalui analisis SWOT di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

## **C. Batasan Istilah**

Guna menghindari kesalahpahaman dalam istilah-istilah yang ada didalam proposal ini, maka penulis merasa perlu membuat penjelasan-penjelasan istilah seperti berikut ini:

1. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin) yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>4</sup> Strategi yang dimaksud oleh peneliti disini

---

<sup>4</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), hlm. 11.

adalah seputar strategi pengembangan produksi ikan asin secara menyeluruh atau kompleks yang sudah disusun secara sistematis dalam pengembangan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

2. Pengembangan produksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang maupun organisasi untuk menambah skala usaha, menciptakan inovasi produk, dan memperluas pasar. Pengembangan yang dimaksud oleh penulis disini adalah tindakan yang dilakukan oleh pedagang ikan asin yang ada di Kelurahan Pasar Belakang tersebut dalam pengembangan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.
3. Ikan asin disebut juga sebagai ikan kerinng dikarenakan memiliki tahapan seperti penggaraman dan pengeringan. Dalam produksi ikan asin menjadikan ikan tersebut memiliki kadar air yang rendah disebabkan pengasapan oleh panas dan penyerapan oleh garam.
4. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*), peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*treat*). SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strength* dan *weakness* serta lingkungan ekstenal *opportunity* dan *treat* yang dihadapi dunia bisnis.



#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan produksi yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga?
2. Bagaimana hasil dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga?
3. Bagaimana hasil dari matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang hendak dicapai seorang peneliti dalam proses penelitian. Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produksi yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

3. Untuk mengetahui bagaimana hasil dari matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha ikan asin di Sibolga agar dapat mengembangkan produksinya untuk memenuhi permintaan para konsumennya.
2. Bagi Akademisi untuk menambah pengetahuan dan wawasan, dan sebagai mahasiswa yang membawa agen perubahan agar dapat memberikan kontribusi yang solutif dan permasalahan yang dihadapi masyarakat lewat karya tulis dengan memanfaatkan ilmu yang didapat selama dibangku kuliah.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Bab I pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah/fokus masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

Bab II landasan teori, dari penelitian. Sesuai dengan judul maka pembahasan ini berisi mengenai strategi, pengembangan produksi, bisnis ikan asin, analisis SWOT, matriks IFE dan EFE dan penelitian terdahulu.

Bab III metode penelitian meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

Bab IV hasil penelitian yang membahas mengenai gambaran umum, letak geografis, kondisi sosial ekonomi dan proses pembuatan ikan asin, strategi pengembangan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga, deskripsi hasil analisis lingkungan internal dan eksternal produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga dan hasil analisis penelitian (analisis matriks IFE, analisis matriks EFE, analisis SWOT dan kuadran SWOT).

Bab V penutup, yang memuat kesimpulan yaitu hasil pengamatan peneliti selama melakukan penelitian dan saran-saran untuk membangun peneliti selama melakukan penelitian.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin) yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Menurut Clausewitz, strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.<sup>5</sup>

Ada beberapa defenisi strategi menurut para ahli yaitu:<sup>6</sup>

- 1) Menurut Pearce dan Robinson strategi adalah rencana main suatu perusahaan, strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan dan dengan maksud dan tujuan untuk apa.
- 2) Menurut Morrisey startegi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misnisnya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa dan pasarnya di masa depan.

---

<sup>5</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), hlm. 11.

<sup>6</sup> M. Manullang, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016), hlm 18-

3) Menurut WF Glueck dan LR Jauch dalam buku manajemen strategis dan kebijakan perusahaan mendefenisikan strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Dari beberapa pengertian strategi menurut beberapa ahli maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi merupakan pendekatan secara penuh yang berhubungan dengan pelaksanaan ide atau gagasan perencanaan dan pelaksanaan ide atau gagasan perencanaan dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi agar lebih baik harus memiliki koordinasi tim kerja, mempunyai identifikasi faktor pendukung yang sama dengan prinsip-prinsip rencana untuk kedepannya yang dibuat oleh perusahaan dan di implementasikan dalam proses organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

#### **b. Fungsi Strategi**

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Berikut ini fungsi dari strategi diantaranya:<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm 5-6.

- 1) Mengkomunikasikan suatu maksud atau visi yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan tentang apa yang akan dikerjakan, untuk siapa dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapasitas organisasi dengan faktor lingkungan, dimana kapabilitas tersebut akan digunakan.
- 2) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang lingkungannya.
- 3) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membandingkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, khususnya sumber dana dan sumber-sumber lainnya yang diolah atau digunakan dengan dihasilkannya sumber-sumber daya yang nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- 5) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.

- 6) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan aktivitas pendukungnya.

### **c. Jenis- Jenis Strategi**

#### 1) Strategi Integrasi

Strategi ini lebih mengarahkan perusahaan agar lebih mengawasi distributor, pemasok, serta para pesaing. Strategi integrasi dibagi beberapa macam, yaitu:

- a) Integrasi ke depan, merupakan strategi untuk mendapat kepemilikan atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.
- b) Integrasi ke belakang merupakan strategi untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok.
- c) Integrasi horizontal merupakan strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali atas perusahaan pesaing.

#### 2) Strategi Intensif

Dalam strategi ini membutuhkan upaya-upaya yang intensif dalam meningkatkan posisi persaingan melalui produk perusahaan.

- a) Penetrasi Pasar (*market penetration*) berupaya meningkatkan pangsa pasar atas produk dan jasa yang tersedia di pasar melalui usaha pemasaran yang lebih besar.
- b) Pengembangan Pasar (*market development*) merupakan upaya memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan ke wilayah geografis yang baru.
- c) Pengembangan Produk (*product development*) merupakan strategi meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini.

### 3) Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi terbagi menjadi dua, yaitu diversifikasi terkait dan diversifikasi tidak terkait.

- a) Diversifikasi terkait merupakan upaya menambah produk atau jasa yang baru namun masih saling keterkaitan.
- b) Diversifikasi tidak terkait merupakan upaya menambah produk atau jasa yang baru namun tidak terkait dengan pelanggan yang sudah ada.

### 4) Strategi Defensif

Strategi ini merupakan upaya perusahaan dalam proses penyelamatan perusahaan melalui langkah-langkah tertentu supaya perusahaan terlepas dari kerugian yang lebih besar yang nantinya dapat membawa kebangkrutan pada perusahaan.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Selemba Empat, 2016), hlm. 252-267.



#### d. Pengembangan Produksi

Menurut Anoraga pengembangan merupakan tanggung jawab bagi setiap wirausaha maupun pengusaha yang membutuhkan kreativitas, motivasi serta pandangan maju ke depan. Jika hal ini dapat diaplikasikan pengusaha dalam usahanya, maka keinginan mengembangkan usaha yang mulanya skala kecil menjadi usaha yang lebih berskala besar dapat terwujud.<sup>9</sup>

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan sedangkan usaha merupakan suatu aktivitas yang mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mendapatkan yang diinginkan, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) agar memperoleh tujuan, jadi pengembangan usaha adalah suatu perbuatan pengembangan yang menentukan kekuatan, kemampuan otak atau tubuh agar tercapainya tujuan.<sup>10</sup>

Jadi pengembangan yaitu persiapan proses analisis dan mengenai tugas peluang potensial pertumbuhan, tapi tidak masuk tentang keputusan strategi, implementasi dari peluang pertumbuhan bisnis dukungan, peluang pertumbuhan usaha, pemantauan pelaksanaan. Pengembangan usaha merupakan upaya dalam proses persiapan tentang kesempatan pertumbuhan potensial, dukungan

---

<sup>9</sup> Wayan Wijaya, "Strategi Pengembangan Usaha CV. Steba Advertising Semarang Dalam Meningkatkan Pendapatan," *Jurnal Mahasiswa Manajemen, Universitas Pendaran Semarang* 3, no. 3 (2017): hlm. 3.

<sup>10</sup> "Kamus Besar Bahasa Indonesia".

serta pemantauan pelaksanaan kesempatan pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang berskala besar terutama dibidang industri pengembangan usaha lebih mengarah pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain.

Istilah produksi digunakan dalam organisasi yang menghasilkan keluaran *output* berupa barang maupun jasa. Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Pengertian produksi hanya dimaksudkan sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi atau setengah jadi, barang industri maupun komponen-komponen penunjang. Dengan pengertian ini produksi dimaksudkan sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik. Hasil-hasil produksinya dapat berupa barang konsumsi maupun barang industri.<sup>11</sup>

#### **e. Faktor-Faktor Produksi**

##### 1) Manusia atau tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang diakui setiap sistem ekonomi terlepas dari kecenderungan idiologi mereka, kualitas dan kuantitas produksi sangat ditentukan oleh tenaga kerja.

##### 2) Sumber daya alam

---

<sup>11</sup> M. Fuad, dkk. *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 142.

Allah menciptakan alam semesta ini begitu kompleks dan banyak kekayaan yang terkandung didalamnya. Bumi, air, udara, dan cahaya. Manusia berkewajiban memanfaatkannya untuk kesejahteraan umat manusia.

### 3) Modal

Modal dalam literatur fiqih disebut *ra'sul mal* yang merujuk pada arti uang dan barang. Modal merupakan kekayaan yang menghasilkan kekayaan lain. Pemilik modal harus berupaya memproduktifkan modalnya.

### 4) Organisasi

Keberadaan pimpinan adalah suatu keharusan dalam Islam, dalam konteks manajemen sebuah perusahaan, seorang manajer bertugas bukan hanya menyusun strategi yang diarahkan pada pencapaian profit yang bersifat material tetapi juga spritual.

## **f. Unsur-Unsur Pengembangan Produksi**

Adapun dalam pengembangan produksi memiliki dua unsur yaitu:<sup>12</sup>

### 1) Unsur yang berasal dari dalam (Pihak internal)

- a) Memiliki keinginan atau niat dari wirausaha untuk mengembangkan bisnis agar lebih berkembang.

---

<sup>12</sup> Abdul Mutalib, "Pola Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Mataram," *Jurnal JISIP* 1, NO. 2 (2016), hlm 173.

- b) Mengetahui teknis produksi produk seperti mengetahui cara apa yang digunakan untuk mengembangkan produk serta berapa banyak produk yang harus di produksi.
  - c) Membuat pembukuan anggaran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak pengeluaran dan pemasukan.
- 2) Unsur dari pihak luar (Pihak eksternal)
- a) Mengikuti perkembangan usaha dari luar usaha.
  - b) Mendapatkan anggaran dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti melakukan pinjaman dari luar.
  - c) Mengetahui keadaan lingkungan sekitar apakah cocok atau baik serta kondusif untuk usaha.
  - d) Harga dan kualitas yaitu unsur strategi yang sangat umum di jumpai strategi ini bisa dipakai untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas prima dan harga yang sesuai untuk menghasilkan produk yang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah.
  - e) Cakupan jajaran produk, suatu jajaran barang yang memiliki berbagai macam atau bervariasi memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja.

**g. Strategi Pengembangan Produksi dalam Perspektif Islam**

Prinsip dasar ekonomi Islam adalah keyakinan kepada Allah SWT. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan rasullulah SAW sendiri pun telah

menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezki adalah melalui pintu berdagang. Artinya, melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akandapat dibuka, sehingga karunia Allah SWT, terpancar dari padanya. Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya kaum adam yang mempunyai tanggungan sebagai kepala keluarga yang harus bekerja agar dapat menafkahi istri dan anak-anaknya. Bekerja adalah salah satu sebab pokok yang menjadikan manusia mempunyai harta kekayaan. Bekerja merupakan bagian dari ibadah dan jihad jika seorang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Allah berfirman dalam Al-Quran Surah Al-Jumu'ah ayat 10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ  
وَأَذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi. Dan carilah karunia Allah dan ingat Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung (QS. Al-Jumu'ah 62: Ayat 10)<sup>13</sup>

Inilah salah satu ajaran yang menjadi ciri khas dalam prinsip ekonomi Islam yaitu keseimbangan antara keperluan kehidupan akhirat dan dunia. Inti dari ayat di atas adalah masalah pembagian

---

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Penerbit CV Diponegoro, 2005), hlm. 256.

waktu shalat dan waktu usaha. Allah memberikan keleluasan dalam mencari penghidupan dengan jalan perniagaan yang diridhai-Nya. Menjemput rezeky dengan penuh kesadaran untuk selalu mengingat Allah dalam hati dan pemenuhan kewajiban melakukan perniagaan yang halal.<sup>14</sup>

#### 1. Prinsip-Prinsip Bisnis Dalam Islam<sup>15</sup>

##### a) *Customer Oriented*

Dalam bisnis, Rasulullah selalu menerapkan prinsip *customer oriented*, yaitu prinsip bisnis yang menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis.

##### b) *Transparansi*

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. *Transparansi* terhadap konsumen adalah ketika seorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen.

##### c) *Persaingan yang Sehat*

---

<sup>14</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 79.

<sup>15</sup> Matnin, Aang Kunaifi, *Manajemen Lembaga Keuangan dan Bisnis Islam* (Lengkoh Barat Bangkes Kadur Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 3.

Islam melarang persaingan bebas menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islam. Islam memerintahkan ummatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dengan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dihindari.

d) *Fairness*

Terwujudnya keadilan adalah misi para Rasul. Setiap ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis. Kejujuran adalah hal yang paling penting sehingga konsumen akan merasa lebih senang dalam melakukan jual beli.

## **2. Bisnis Ikan Asin**

### **a. Ikan Asin**

Ikan asin disebut juga sebagai ikan kering dikarenakan memiliki tahapan seperti penggaraman dan pengeringan. Dalam proses pembuatan ikan asin menjadikan ikan tersebut memiliki kadar

air yang rendah disebabkan pengasapan oleh panas dan penyerapan oleh garam. Ikan yang termasuk dapat diawetkan menjadi ikan asin yaitu ikan tenggiri, tongkol, layang, teri, kembung, mujair, kakap, dan lain sebagainya.

Ikan asin memiliki rasa gurih karena teksturnya kering. Jenisnya juga tergantung dari ikan yang diolah, ada yang tipis, tebal namun sedikit empuk, hingga berukuran kecil. Apapun bentuknya, olahan tersebut cocok dinikmati baik pagi, siang hingga malam.

Dibandingkan produk pengolahan lainnya pengolahan ikan asin adalah salah satu pengolahan yang sederhana dan tradisional. Proses pengawetan ikan asin melalui dengan cara penggaraman dan pengeringan. Dengan melakukan proses pengeringan akan mengurangi kadar air ikan 20-35%, agar bakteri tidak dapat berkembang biak. Produksi ikan asin akan berkembang melalui tempat produksi perikanan seperti tangkahan, pendaratan ikan, pelabuhan perikanan dan juga pelelangan ikan.<sup>16</sup>

Bisnis merupakan suatu usaha barang dan jasa yang saling menguntungkan satu sama lain dan dapat menghasilkan uang dan memberikan manfaat bagi keduanya. Dan juga bisnis dapat diartikan suatu usaha yang memberikan keuntungan atas produk barang dan jasa yang dipasarkannya. Suatu barang yang dimaksud adalah dapat

---

<sup>16</sup> Irzal Effendi dan Wawan Oktariza, *Manajemen Agribisnis Perikanan* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2006), hlm 29.



digunakan oleh konsumen dan jasa yang dimaksud adalah suatu perbuatan yang dapat dirasakan oleh konsumen manfaatnya.<sup>17</sup>

#### **b. Cara Produksi Ikan Asin**

Dalam tahapan produksi ikan asin ada beberapa cara yang harus dilakukan yaitu:<sup>18</sup>

##### 1) Penyiangan

Cara penyiangan yaitu dengan cara memilih ikan yang bertubuh besar dan dipisahkan dengan isi perutnya kemudian dipisahkan dengan sisiknya dan terakhir dipotong. Ikan tongkol dan ikan salem mempunyai ciri khusus yang diharuskan dipisahkan dengan kepalanya. Dalam cara penyiangan yang dilakukan oleh pengusaha ikan asin mempunyai cara penyiangan ikan asin yang berbeda-beda, tetapi perbedaan tersebut hanya sedikit.

##### 2) Pencucian

Dengan cara pencucian ikan asin harus menggunakan air yang mengalir dan juga air bersih agar tidak terdapat kotoran yang menempel didaging ikan asin tersebut seperti kotoran sisik dan bekas darah yang menempel. Dalam penangkapan ikan dikapal sering kali memakai garam yang dilarutkan yang mempunyai kadar garam yang rendah untuk ikan tersebut dapat bertahan dan

---

<sup>17</sup> Veithzal Rivai, Nurudidin Amiur dan Arfa Faisar Ananda, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 11.

<sup>18</sup> Antoni, S., "Analisa Kandungan Formalin pada Ikan Asin dengan Metode Spektrofotometri di Kecamatan Tampan Pekan Baru."(Pekan Baru, Universitas Islam Negeri Syarif Kasim, Pekan Baru, 2010), hlm. 36.

tidak mati mendadak. Ketika sedang berlayar ditengah laut maka proses penggaraman menggunakan pencucian dengan air laut.

### 3) Penggaraman

Dalam proses penggaraman tradisional yaitu hanya memakai kristal garam yang ditaburkan disekitar ikan dan bisa juga menggosoknya memakai garam yang dilarutkan dengan garam laut dan setelah itu garam kristal dan garam laut disatukan. Sedangkan dalam proses penggaraman yang modern memakai mesin untuk melarutkan garam tersebut kedalam tubuh ikan.

### 4) Pengeringan dan Pengepakan

Apabila proses penggaraman sudah siap maka selanjutnya proses penjemuran atau pengerikan ikan dengan cara manual. Dalam proses penjemuran ini mempunyai tujuan agar tidak terlalu banyak kadar air sehingga ikan asin tersebut tidak terlihat mengeluarkan air. Ikan yang dijemur tidak sampe kering. Setelah melalui proses tersebut maka ikana asin siap untuk di packing dan dipasarkan. Persyaratan ikan asin yang bermutu baik adalah jika memenuhi syarat Standar Industri Indonesia (SII), yaitu :

- a) Mempunyai bau, rasa, dan warna normal, serta bentuk yang baik;
- b) Berkadar air paling tinggi 25 %;
- c) Berkadar garam (NaCl) antara 10 % ~ 20 %;

- d) Tidak mengandung logam jamur, juga tidak terjadi pemerahan bakteri.

### **3. Analisis SWOT**

#### **a. Pengertian Analisis SWOT**

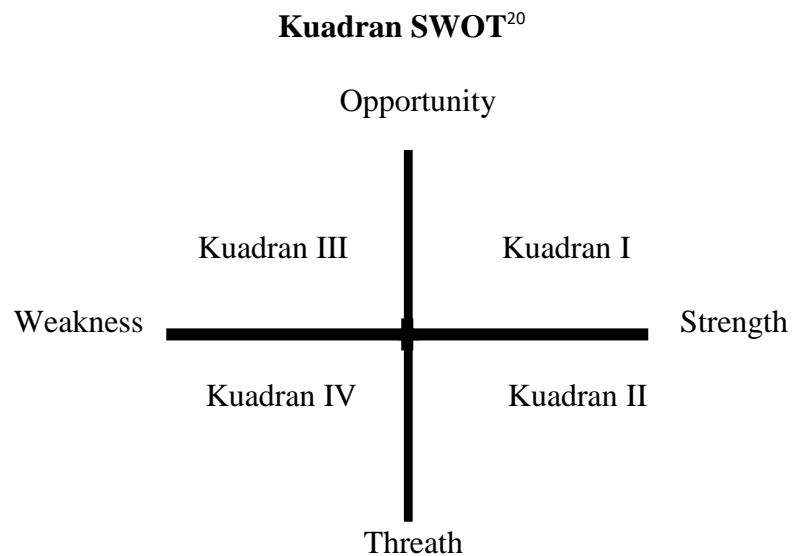
Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), treat (ancaman). Seacara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktornya. Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk peencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).<sup>19</sup>

Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil wajib diarahkan pada usaha-usaha untuk memakai kekuatan serta memperbaiki kelemahan, menggunakan peluang-peluang bisnis dan mengestimasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan diperoleh 4 kelompok alternatif strategi yang diucap dengan strategi SO, strategi WO, strategi ST, serta strategi WT.

#### **Gambar II.1**

---

<sup>19</sup> Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 8.



- 1) Kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).
- 2) Kuadran II meskipun menghadapi berbagai ancaman, strategi ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa).
- 3) Kuadran III strategi menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan

---

<sup>20</sup> M. Afif dan Agus B Siswanto, *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner* (Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2019), hlm 13.

masalah-masalah internal strategi sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

- 4) Kuadran IV kondisi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, strategi tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

## **b. Model Analisis SWOT**

### **1) Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)**

Matriks IFE (*internal factor evaluation*) dipakai untuk menganalisis lingkungan internal. Sedangkan matriks EFE (*exsternal factor evaluation*) dapat digunakan dalam menganalisis lingkungan eksternal. Terdapat perbedaan diantara kedua matriks tersebut yaitu unsur-unsur yang dimunculkan seperti kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan tersebut.<sup>21</sup>

Langkah-langkah yang harus dilaksanakan dalam pembuatan matriks IFE yaitu:

- a) Menganalisis faktor sukses kunci internal sebanyak 5-10 faktor. Kemudian membagi faktor-faktor tersebut menjadi dua bagian yakni kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut.

---

<sup>21</sup> Sulasih, "Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT, Dan QSPM Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Keser Notog Patik Raja Banyumas," *Jurnal E-BIS* 3, no. 1 (2019), hlm. 30.

- b) Memberikan bobot dengan angka 0 sampai dengan 1. Angka 0 di artikan sebagai faktor yang tidak penting, sedangkan angka 1 diartikan sebagai faktor yang paling penting.
- c) Setelah memberi bobot maka selanjutnya memberikan ranking dengan ketentuan sebagai berikut: angka 1 untuk kelemahan utama, angka 2 untuk bukan kelemahan utama, angka 3 untuk kekuatan minor, angka 4 untuk kekuatan utama.
- d) Setelah terisi bobot dan *rating*, maka selanjutnya adalah mengalikan keduanya dan menaruh hasilnya pada kolom skor bobot tertimbang.
- e) Terakhir jumlahkan skor tertimbang pada setiap faktor untuk menentukan total skor tertimbang perusahaan.

**Tabel II.1 Matriks IFE<sup>22</sup>**

<b>Faktor Internal Kunci</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Skor Bobot x Rating</b>
<b>Kekuatan:</b> 1. 2. 3.			
<b>Kelemahan:</b> 1. 2. 3.			
<b>Total</b>			

---

<sup>22</sup> Jose Nunes, "Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berorientasi Pasar Modern (Studi Kasus Kelompok Tani Liudiak Desa Liurai Distrik Aileu Timor Leste)," hlm. 5.

## 2) Matriks EFE (*Enternal Factor Evaluation*)

Matriks EFE (*eksternal faktor evaluation*) merupakan salah satu matriks yang membantu perusahaan dalam menganalisis faktor lingkungan eksternal. Terdapat dua kunci faktor didalam lingkungan eksternal yakni peluang dan ancaman dalam matriks EFE. Dalam matriks EFE mempunyai wadah dalam membuat strategi, merangkum, dan mengevaluasi informasi-informasi dari luar perusahaan.

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam pembuatan matriks EFE yaitu:<sup>23</sup>

- a) Mengumpulkan faktor-faktor eksternal yang telah dianalisis dengan hasil audit eksternal sebanyak 5 sampai 10. Peluang dan ancaman tergolong dalam faktor eksternal tersebut, dan kemudian faktor-faktor tersebut dijelaskan lebih detail menggunakan data kuantitatif seperti persentase, rasio dan data komparatif.
- b) Berilah bobot pada masing-masing faktor yang telah diidentifikasi tersebut dengan memberikan nilai 0 sampai 1. Angka 0 untuk faktor yang tidak penting sedangkan 1 untuk faktor yang sangat penting. Biasanya peluang akan mendapatkan bobot yang lebih besar daripada ancaman.

---

<sup>23</sup> Sulasih, "Implementasi Matriks EFE, Matriks IFE, Matriks SWOT, Dan QSPM Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Keser Notog Patik Raja Banyumas," *Jurnal E-BIS* Vol. 3, no. 1 (2019), hlm. 31.

Namun hal itu bisa saja berbalik jika perusahaan memang sedang benar-benar dalam keadaan terancam.

- c) Langkah selanjutnya setelah diberikan bobot adalah dengan memberikan *rating*. *Rating* dinilai dengan angka antara 1 sampai 4. *Rating* tersebut menunjukkan *rating* perusahaan dalam merespon faktor-faktor eksternal. *Rating* 4 berarti respon yang superior, 3 berarti respon diatas rata-rata, 2 respon rata-rata, dan terakhir 1 yang berarti respon yang kurang. Jika bobot dinilai dari sisi industri maka *rating* dinilai dari sisi perusahaan
- d) Kemudian mengalikan keduanya yaitu nilai dengan peringkat, dan meletakkan hasilnya pada kolom tertimbang.
- e) Terakhir yaitu dari semua faktor ancaman ataupun peluang dijumlahkan pada skor tertimbang.

**Tabel II. 2 Matriks EFE<sup>24</sup>**

Faktor eksternal kunci	Bobot	Peringkat	Skor Bobot x <i>Rating</i>
<b>Peluang:</b> 1. 2. 3.			
<b>Ancaman:</b> 1. 2. 3.			
<b>Total</b>			

<sup>24</sup> Jose Nunes, "Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berorientasi Pasar Modern (Studi Kasus Kelompok Tani Liudiak Desa Liurai Distrik Aileu Timor Leste)," hlm. 5.



### 3) Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah suatu pengenalan sebagian aspek secara terstruktur agar menjellaskan suatu strategi pilihan. Analisis ini bersumber pada pemaksimalan faktor kunci kekuatan dan peluang serta meminimalkan faktor kelemahan dan ancaman.

Dalam matriks SWOT mempunyai langkah-langkah dalam pembuatannya. Tahap pertama dan kedua adalah mencatat aspek peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Tahap ketiga dan keempat adalah mencatat kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan berikutnya membandingkan keempat aspek tersebut satu sama lain dengan berpasang-pasangan. Dimana hasil pasangan strateginya berupa S-O, W-O, S-T, W-T.

Dari penjelasan diatas mempunyai maksud yaitu:

- a) Strategi S-O : strategi ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan-kekuatan yang ada dalam lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada dalam lingkungan eksternal. contohnya yaitu ada peluang pengembangan usaha dan perusahaan juga sedang menghadapi keuntungan yang cukup besar.
- b) Strategi W-O : strategi ini bertujuan untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dalam lingkungan internal dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada dari lingkungan eksternal. Contohnya yaitu permintaan produk

sangat besar kapasitas produksi perusahaan tidak memadai. Dari contoh diatas strategi yang dapat dilaksanakan yaitu menambah mesin atau melaksanakan kerja sama dengan perusahaan lain.

- c) Strategi S-T : strategi ini menggunakan dan memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang ada untuk mengurangi dampak ancaman-ancaman dari lingkungan eksternal. Contohnya plagiasi produk, dalam masalah itu perusahaan dapat menuntut hak cipta yang dimiliki dari produk tersebut.
- d) Strategi W-T : strategi ini merupakan taktik atau cara yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan-kelemahan dalam lingkungan internal serta menghindari ancaman-ancaman yang datang dari lingkungan eksternal. Adapun model yang dibentuk matriks SWOT dapat dilihat pada tabel berikut ini:<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Sulasih, "Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT, Dan QSPM Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Keser Notog Patik Raja Banyumas," hlm. 31-34.

**Tabel II. 3 Matriks SWOT**

IFE EFE	Strength (tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	Weakness (tentukan 5-10 faktor kelemahan internal)
Opportunity (tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada.	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
Treat (tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

### c. Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang berada didalam organisasi tersebut dan secara normal memiliki implikasi yang langsung dan khusus pada perusahaan. Analisis lingkungan internal perusahaan didefenisikan sebagai suatu proses perencanaan strategi yang mengkaji bidang pemasaran, dan distribusi perusahaan, penelitian dan pengembangan, produksi dan operasi, sumber daya dan karyawan perusahaan, serta faktor kekuatan dan kelemahan dari masing-masing divisi tersebut sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang paling efektif dan

dapat mengatasi ancaman.<sup>26</sup> Menurut David pendekatan fungsi bisnis berupaya mengidentifikasi serta menilai faktor-faktor internal yang melingkup kemampuan perusahaan, dan keterbatasan yang biasanya dikategorikan sebagai berikut:

#### 1) Manajemen

Manajemen yaitu proses perencanaan, pengorganisasian dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan.<sup>27</sup> Manajemen merupakan suatu tingkatan sistem pengaturan organisasi yang melingkup sistem produksi, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan. Fungsi manajemen terbagi menjadi beberapa bagian aktivitas dasar yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penunjukkan karyawan dan pengendalian.

#### 2) Pemasaran

Pemasaran yaitu proses mengantisipasi, menetapkan, menciptakan serta memberikan barang dan jasa apa yang dibutuhkan para pelanggan. Beberapa fungsi dasar pemasaran yaitu analisis pelanggan, penjualan barang/jasa, perencanaan produk dan jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang.

---

<sup>26</sup> M. Afif dan Agus B Siswanto, *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner* ( Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2019), hlm. 13.

<sup>27</sup> Samuel Batlajery, "Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Pada Aparatur Pemerintah Kampung Tambat Kabupaten Merauke," *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial* 7, no. 2 (2016), hlm 138.

### 3) Keuangan

Keadaan keuangan merupakan salah satu penyebab untuk menentukan keadaan persaingan serta keadaan keuangan mampu menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang kita jalankan, penetapan kelemahan dan kekuatan finansial perusahaan perlu agar bisa memformulasikan strategi secara efektif.

### 4) Produksi dan Operasi

Produksi serta operasi pada sebuah perusahaan menjadikan seluruh kegiatan yang dapat merubah input menjadi output yang berupa produk dan jasa. Manajemen produksi dan operasi sangat erat hubungannya pada input, proses dan output.

#### **d. Lingkungan Eksternal**

Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang merupakan kekuatan yang berada diluar organisasi, dimana organisasi tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap kehidupan suatu bisnis, perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja institusi dalam suatu hubungan yang timbal balik.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm 110.

Lingkungan yang berhubungan dengan operasional organisasi dan bagaimana kegiatan operasional ini bisa bertahan, pada kegiatan operasional, perusahaan berhadapan dan senantiasa berusaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan-lingkungan yang terkait langsung atau lingkungan mikro perusahaan dan lingkungan yang terkait langsung atau lingkungan makro.<sup>29</sup> Lingkungan mikro perusahaan terdiri dari:

1) Pesaing (*competitor*)

Pesaing yaitu perusahaan lain yang memiliki usaha yang serupa dengan perusahaan yang kita buat atau miliki dikarenakan usaha yang sedang dibuat serupa, maka pesaing merupakan sebuah tantangan (sekaligus ancaman) yang dihadapi perusahaan dalam meraih atau menarik para pelanggan. Jika pelanggan lebih tertarik untuk memperoleh apa yang menjadi kebutuhan dari pesaing, maka secara otomatis pelanggan tidak akan mendapatkannya dari perusahaan kita. Apabila pembeli sudah tidak ingin membeli produk dari perusahaan bisnis yang dimiliki, ini berakibat bagi kegiatan perusahaan dan apabila berkepanjangan untuk jangka panjang maka akan berdampak buruk bagi perusahaan bisnis dan gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan serta menerapkan

---

<sup>29</sup> Ernie Tisnawati Sule and Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, hlm. 132.

fungsi usahanya. Satu yang harus diingat bahwa persaingan merupakan kunci sukses sebuah perusahaan, oleh sebab itu kompetisi atau persaingan sangat dibutuhkan karena bisnis tanpa kompetisi akan membuat atau menjadikan bisnis yang kita jalankan itu kurang efisien dan inovatif. Disini perusahaan mendefenisikan pesaing sebagai perusahaan yang sama-sama ingin memuaskan kebutuhan konsumen yang sama ataupun sekelompok pelanggan yang sama.<sup>30</sup>

#### 2) Ekonomi

Ekonomi adalah suatu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.

#### 3) Teknologi

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan hidup manusia.

#### 4) Pemasok (*supplier*)

Pemasok merupakan pihak atau orang yang tertarik secara langsung terhadap gerakan usaha dari sebuah perusahaan dan terkhususnya usaha yang menjalankan sebuah pembuatan barang jadi dari bahan baku pemasok bisa

---

<sup>30</sup> Nembah Hartimbul, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm 242.

memanfaatkan kekuatan negosiasinya untuk setiap anggota industri dengan meningkatkan harga atau kualitas barang atau jasa yang dijualnya diturunkan.

Kekuatan negosiasi orang yang menyalurkan barang/jasa mempengaruhi keadaan tingkatan persaingan pada industri, khususnya disaat ada sejumlah besar penyalur barang/jasa, ketika hanya ada sedikit produk substitusi yang lumayan baik, pada saat anggaran untuk merubah bahan baku yang besar.

## B. Penelitian Terdahulu

Ada sepuluh penelitian terdahulu yang diambil oleh peneliti, penelitian tersebut relevan dengan yang akan diteliti, yaitu:

**Tabel II. 4 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Lisma Yunandar	Analisis Keuntungan dan Strategi Pengembangan Usaha Ikan Asin di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat <sup>31</sup>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mengalami keuntungan rata-rata sebesar Rp 4.596.434 per bulan. Dari analisis matrik SWOT usaha ikan asin mengalami kendala Internal dalam hal penyediaan input berupa kurangnya bahan baku dan kendala eksternal dalam hal persaingan produk
2.	Talim Sumarno, Tri Winarni Agustini, Azis Nur Bambang	Strategi pengembangan mutu ikan asin jambal roti (ikan manyung) di Karangsong	Analisis SWOT dan QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning</i> )	Hasil dari penelitian ini didasarkan dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

<sup>31</sup> Lisma, Yunandar, "Analisis Keuntungan Dan Strategi Pengembangan Usaha Ikan Asin Di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat."ETD Unsyiah, 2021.



		Kabupaten Indramayu. (Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia, Vol. 23 No. 2, Juni 2020) <sup>32</sup>	Matrix)	
3.	Kiki Mariya Dewi, Aida Vitayala S Hubeis, dan Sapta Raharja	Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Salina ( <i>Oreochromis sp.</i> ) Sebagai Varietas Baru Budidaya Perikanan. (Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, Vol. 3 No. 1, April 2018) <sup>33</sup>	Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan analisis kelayakan finansial, usaha budidaya Salina dinyatakan layak. Pengembangan usaha Salina dipengaruhi beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang menjadi kekuatan dan faktor eksternal yang menjadi peluang
4.	Indah Setiawati	Strategi Pengembangan Usaha Garam Rebus Di Kabupaten Brebes. ( <i>Journal of Multi Disciplinary Sciences</i> , Vol. 1, No. 01, Agustus 2020) <sup>34</sup>	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kegiatan usaha garam rebus di Kabupaten Brebes merupakan sector penting untuk dikembangkan karena memiliki daya dukung internal yang mencakup usia produktif, status kepemilikan usaha, keterampilan dan pengalaman usaha serta daya dukung eksternal yang mencakup ketersediaan bahan baku, tren minat garam sehat, dan pelatihan dan pendampingan dari dinas terkait

<sup>32</sup> Talim Sumarno, Tri Winarni Agustini, and Azis Nur Bambang, "Strategi Pengembangan Mutu Ikan Asin Jambal Roti (Ikan Manyung) di Karangsong Kabupaten Indramayu," *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia* 23, no. 2 (2020): hlm. 196–205.

<sup>33</sup> Dewi, Kiki Mariya, Aida Vitayala S. Hubeis, and Sapta Raharja, "Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Salina (*Oreochromis sp.*) Sebagai Varietas Baru Budidaya Perikanan," *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 13, no. 1 (2018): hlm. 66–74.

<sup>34</sup> Indah Setiawati, "Strategi Pengembangan Usaha Garam Rebus Di Kabupaten Brebes," *KOLANO: Journal of Multi-Disciplinary Sciences* 1, no. 1 (2020): hlm. 104–11.

5.	Rukiah, SE., M.Si	Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global. ( <i>At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam</i> , Vol. 1 No. 2, 2015) <sup>35</sup>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang harus dilakukan dalam menghadapi MEA untuk jangka panjang adalah pemerintah diharapkan melakukan hal berikut yaitu mendukung berdirinya lembaga pendidikan yang konsentrasi terhadap lembaga keuangan syariah, mengoptimalkan muncul nya peraturan-peraturan dan regulasi mengenai SDM, dan sosialisasi dan edukasi ekonomi dan perbankan syariah kepada masyarakat.
6.	Anggita Tri Putri Rambe	Bauran Pemasaran Ikan Asin Di Desa Okumel Kecamatan Liang Kabupaten Banggai Kepulauan. (E-Jurnal Ilmu Pertanian Vol. 9 No. 1, Februari 2021) <sup>36</sup>	Deskriptif Kualitatif	Hasil yang diperoleh yaitu sebagai berikut: (1)Produk ikan asin mempunyai kualitas yang bagus. (2)Harga produk ikan asin dapat dijangkau konsumen. (3)Tempat yang dipakai masih dirumah pengusaha tersebut. (4)Promosi dilaksanakan degan mengurangi potongan harga 5%. (5)Proses pemasaran dilakukan di desa okumel, dan dari pengusaha sampai kepada pembeli tidak memperdulikan merek dan kemasan.

<sup>35</sup> Rukiah, SE., M.Si, "Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global," *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Vol 1 no. 2 (2015), hlm 105-121.

<sup>36</sup> Rambe, Anggita Tri Putri, Max Nur Alam, and Lien Damayanti, "Bauran Pemasaran Ikan Asin Di Desa Okumel Kecamatan Liang Kabupaten Banggai Kepulauan," *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian* 9, no. 1 (2021): hlm. 48–58.

7.	Muhammad Afridhal	Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. (Jurnal Sains Pertanian Vol. 1 No. 3, Maret 2017) <sup>37</sup>	Analisis SWOT dan QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> )	Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia.
8.	Miftakhurriz Al Kurniawan, Novi Haryati	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. (Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri Vol.6 No. 2, Juli 2017) <sup>38</sup>	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwasannya kondisi UKM minuman sari buah sirsak adalah lemah dan tidak strategis. Strategi yang cocok diterapkan adalah <i>damage control</i> (mengendalikan kerugian)
9.	Utari Evy Cahyani	Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami. (At-tijarah: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 2, No. 1, Juni 2016) <sup>39</sup>	Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan ketika membahas peraian bisnis secara islami yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan, dan produk yang dipersaingan.

<sup>37</sup> Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen." *Jurnal Sains Pertanian* Vol 1 no. 3 (2017).

<sup>38</sup> Kurniawan, Miftakhurrizal, and Novi Haryati, "Analisis strategi pengembangan usaha minuman sari buah sirsak," *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri* 6, no. 2 (2017): hlm. 97–102.

<sup>39</sup> Utari Evy Cahyani, "Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami," *At-tijarah: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol 2 no. 1 (2016), hlm 56-70.

10.	Sri Ayu Kurniati Dan Jumanto	Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Di Kabupaten Kuantan Singingi Propinsi Riau. (Jurnal Agribisnis Vol.19 No. 1, Juni 2017) <sup>40</sup>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menyatakan bahwa skala usaha umumnya skala kecil yang dikelola oleh pengusaha sendiri, dengan jumlah modal awal dan penggunaan tenaga kerja sedikit. Strategi pengembangan usaha ikan nila menyatakan bahwa usaha ini berada pada kuadran ketiga sehingga dapat menjalankan strategi WO
-----	------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Berdasarkan kesepuluh penelitian terdahulu diatas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yunandar Lisma dengan judul Analisis Keuntungan dan Strategi Pengembangan Usaha Ikan Asin di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha ikan asin dan sama-sama menggunakan metode analisis SWOT dalam penelitian, sedangkan perbedaannya yaitu dari segi metode penelitian, metode penelitian yang digunakan oleh Yunandar Lisma adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif .
2. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Talim Sumarno, Tri Winarni Agustini, Azis Nur Bambang dengan judul Strategi pengembangan mutu ikan asin jambal roti (ikan manyung) di Karangsong Kabupaten

---

<sup>40</sup> Kurniati, Sri Ayu, and Jumanto, "Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Di Kabupaten Kuantan Singingi Propinsi Riau," *Jurnal Agribisnis* 19, no. 1 (2017): hlm. 13–25.

Indramayu yaitu sama-sama menggunakan metode analisis SWOT dan juga sama-sama meneliti tentang ikan asin, sedangkan perbedaannya yaitu dari segi metode penelitian, metode penelitian yang digunakan oleh Talim Sumarno, Tri Winarni Agustini, Azis Nur Bambang yaitu menggunakan dua metode penelitian yaitu metode analisis SWOT dan metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), sedangkan peneliti hanya menggunakan metode analisis SWOT.

3. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Kiki Mariya Dewi, Aida Vitayala S Hubeis, dan Sapta Raharja dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Salina (*Oreochromis sp.*) Sebagai Varietas Baru Budidaya Perikanan yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha, sedangkan perbedaannya yaitu dari segi metode penelitian yang digunakan oleh Kiki Mariya Dewi, Aida Vitayala S Hubeis, dan Sapta Raharja menggunakan metode deskriptif kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.
4. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Indah Setiawati dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Garam Rebus Di Kabupaten Brebes yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha dan juga sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu dari segi usahanya, usaha yang diteliti oleh Indah Setiawati yaitu pengembangan usaha garam rebus, sedangkan peneliti pengembangan usaha ikan asin.

5. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rukiah, SE., M.Si dengan judul Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan, sedangkan perbedaannya yaitu dari segi pengembangannya, usaha yang diteliti oleh Rukiah, SE., M.Si yaitu pengembangan SDM syariah, sedangkan peneliti pengembangan usaha ikan asin.
6. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Anggita Tri Putri Rambe dengan judul Bauran Pemasaran Ikan Asin Di Desa Okumel Kecamatan Liang Kabupaten Banggai Kepulauan yaitu sama-sama menggunakan metode analisis SWOT dalam penelitian dan juga sama-sama meneliti tentang ikan asin, sedangkan perbedaannya dari segi yg pembahasannya, pembahasan yang diteliti oleh Anggita Tri Putri Rambe membahas tentang bauran pemasaran ikan asin, sedangkan peneliti membahas tentang strategi pengembangan usaha ikan asin.
7. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afridhal dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen yaitu sama-sama menggunakan metode analisis SWOT dan juga sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan usaha, sedangkan perbedaannya dari segi metode penelitian, metode penelitian yang digunakan oleh Muhammad Afridhal metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), sedangkan peneliti hanya menggunakan metode analisis SWOT dan juga

perbedaannya dari segi usahanya, usaha yang diteliti oleh Muhammad Afridhal pengembangan usaha roti, sedangkan peneliti pengembangan usaha ikan asin.

8. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Miftakhuriz Al Kurniawan, Novi Haryati dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan usaha, sedangkan perbedaannya dari segi usahanya, usaha yang diteliti oleh Miftakhuriz Al Kurniawan, Novi Haryati pengembangan usaha minuman sari buah sirsak, sedangkan peneliti pengembangan usaha ikan asin.
9. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Utari Evy Cahyani dengan judul Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya dari segi pembahasannya, pembahasan yang diteliti oleh Utari Evy Cahyani membahas tentang strategi berbisnis, sedangkan peneliti membahas tentang strategi pengembangan.
10. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sri Ayu Kurniati dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Ikan Nila Di Kabupaten Kuantan Singingi Propinsi Riau yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan juga sama-sama meneliti tentang

strategi pengembangan usaha, sedangkan perbedaanya dari segi pembahasannya, pembahasan yang diteliti oleh Sri Ayu Kurniati pengembangan usaha ikan nila, sedangkan peneliti pengembangan usaha ikan asin.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga dan ada empat Kecamatan di Kota Sibolga, di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga inilah yang terdapat pengolahan produksi ikan asin, sehingga menjadikan daerah tersebut menjadi daerah penelitian. Waktu penelitian yang saya lakukan pada bulan Januari 2021- 2022.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dan peneliti berfungsi sebagai instrumen kunci.<sup>41</sup> Penelitian ini tidak menggunakan hitungan statistik tetapi memanfaatkan data melalui observasi serta wawancara dengan menggambarkan pengembangan produksi ikan asin yang terdapat di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan secara mendalam.

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (*human instrumen*). Dalam hal ini penelitalah yang menjadi instrumen kunci. Penelitalah yang menetapkan fokus penelitian,

---

<sup>41</sup> Boedie Abdullah dan Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), hlm. 49.

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (*human instrumen*). Dalam hal ini penelitalah yang menjadi instrumen kunci. Penelitalah yang menetapkan fokus penelitian memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, dan membuat kesimpulan atas temuannya.<sup>42</sup>

### C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang membagikan reaksi atas sesuatu perlakuan yang diberikan kepadanya. Dalam golongan penelitian kualitatif, sebutan responden ataupun subyek penelitian disebut dengan sebutan informan, ialah orang yang berikan data tentang informasi yang diinginkan peneliti yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.<sup>43</sup>

Adapun sebagai subjek penelitian ini adalah individu atau kelompok yang dapat memberikan informasi sekitar objek penelitian. Pada penelitian kualitatif informan sering disebut sebagai subjek penelitian. Adapun dalam penelitian ini peneliti mengambil 7 informan yang terdiri dari pengusaha ikan asin dan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga. Peneliti mengambil hanya 7 informan dikarenakan pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang sudah banyak yang tidak beroperasi lagi dikarenakan akibat dari covid-19 sehingga banyak pengusaha ikan asin yang gulung tikar.

---

<sup>42</sup> Eko Sugiarto, *Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis* (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), hlm. 8-9.

<sup>43</sup> Albi Anggito Setiawan Johan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: CV Jejak Publisher, 2018), hlm. 7-8.

Metode pengambilan ilustrasi didasarkan pada pertimbangan subjektif dari penulis. Penetapan subjek penelitian dengan metode *purposive sampling*. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dikarenakan metode *purposive sampling* dalam pengambilan sampelnya dengan pertimbangan tertentu berdasarkan penilaian peneliti dalam memilih anggota populasi dengan ciri-ciri, sifat-sifat, dan karakteristik tertentu.

#### **D. Sumber Data Penelitian**

##### **1. Data Primer**

Umi Narimawati mendefinisikan data primer adalah data yang didapatkan dari sumber pertama yaitu melalui narasumber atau responden yang dijadikan sebagai narasumber untuk mendapatkan informasi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dan observasi langsung secara mendalam dengan para informan penelitian yaitu 7 informan yang terdiri dari pengusaha ikan asin dan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung dilakukan melalui penelitian terhadap data-data terkait yang diperoleh melalui dokumen penelitian yang berasal dari instansi terkait atau hasil dari kajian literatur serta hasil penelitian yang

berkaitan dengan objek masalah yang sama.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi informasi sekunder yaitu data dari kantor perikanan Kota Sibolga dan dokumen, jurnal, buku dan gambar yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu kegiatan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan suatu gambaran yang riil.

### **2. Wawancara**

Wawancara adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab dengan dapat beratapapan muka secara langsung maupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan para informan peneliti yaitu yang terdiri dari pengusaha ikan asin dan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti ialah melakukan tanya jawab sekitar bagaimana cara pelaku pengusaha dalam melakukan kegiatan bisnisnya mulai dari proses produksinya, pemasarannya, serta bagaimana upaya rencan-rencana pengusaha dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

---

<sup>44</sup> Raja Parno Riansyah, Edi Irawan, Fitriah Permata Cita, "Strategi Pengembangan Usaha Bumdes Sahabat Desa Semamung Kecamatan Moyo Hulu," *Nusantara Journal of Economics (NJE)* Vol. 2 no. 2 (Desember 2020), hlm. 24.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sebgaiian besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Data tersebut berbentuk catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh dari hasil catatan kejadian selama proses berlangsungnya penelitian, baik catatan berbentuk tulisan maupun catatan berbentuk gambar. Adapun dokumentasi berbentuk tulisan dalam penelitian ini adalah seperti catatan-catatan hasil wawancara dengan para informan serta catatan dokumentasi yang berbentuk gambar atau foto kondisi lapangan penelitian baik itu foto produk, proses produksi, serta foto saat kegiatan wawancara dengan para informan.

## **F. Teknik Analisis Data**

### 1. Reduksi data

Reduksi data merupakan merangkum, memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang berarti, dicari tema serta memilahnya dan membuang yang tidak perlu.

---

<sup>45</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV. Pustaka Baru Press, 2021), hlm. 31-34.

## 2. Penyajian data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data penyajian data dalam penelitian ini, dipaparkan bersifat teks dan bersifat deskriptif atau penjelasan.

## 3. Penarikan kesimpulan

Dalam penelitian ini kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara serta akan berganti apabila ditemui bukti-bukti yang kokoh yang menunjang pada sesi pengumpulan informasi selanjutnya. Namun apabila kesimpulan yang hendak dikemukakan pada sesi awal didukung oleh bukti-bukti yang valid serta tidak berubah-ubah disaat riset kembali kelapangan hingga kesimpulan yang dikemukakan ialah kesimpulan yang kredibel.<sup>46</sup>

## G. Teknik Keabsahan Data

Metode pemeriksaan keabsahan informasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan triangulasi. Triangulasi merupakan data atau informasi dari satu pihak dan diperiksa kebenarannya dengan cara memperoleh informasi dari sumber lain.. Triangulasi pada prinsipnya ialah model pengecekan informasi untuk memastikan apakah suatu informasi memang tepat menggambarkan fenomena pada suatu penelitian.<sup>47</sup> Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data yaitu memperoleh data

---

<sup>46</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 121.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 178.

dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Peneliti menggunakan 7 informan yang terdiri dari pengusaha ikan asin dan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga dengan teknik wawancara dan pertanyaan yang sama.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga**

##### **1. Letak Geografis**

Kelurahan Pasar Belakang Kecamatan Sibolga Kota adalah sering disebut juga sebagai kampung KB percontohan di tingkat Kota Sibolga. Kelurahan Pasar Belakang dipimpin oleh Ibu Lurah Darnita Hutagalung, S.Pi dan memiliki luas wilayah 8,7 hektar secara administratif memiliki 4 lingkungan yaitu lingkungan I mempunyai kepling Irsan Efendi Hutagalung, lingkungan II mempunyai kepling Ameldaati Tarihoran, lingkungan III mempunyai kepling Muara Nauli Simatupang, dan lingkungan IV mempunyai kepling Cut Sri Agustina dengan masing-masing perbatasan wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan kelurahan pasar baru
- b. Sebelah timur berbatasan dengan kelurahan kota baringin
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan teluk tapian nauli
- d. Sebelah barat berbatasan dengan kelurahan pancuran gerobak

##### **2. Kondisi Sosial Ekonomi**

Menurut data di Kelurahan Pasar Belakang terdapat 1.268 kepala rumah tangga yang berdomisili di Kelurahan Pasbel. Total dari keseluruhan jiwa masyarakat Kelurahan Pasar Belakang adalah 4.989 jiwa dengan masing-masing pembagian keluarga yang memiliki balita 212, keluarga yang memiliki lansia 234, keluarga yang memiliki remaja



569, dan jumlah remaja 1.477. Ditinjau dari segi mata pencaharian masyarakat Kelurahan Pasar Belakang sebagian besar masyarakat bekerja dan bermata pencaharian sebagai nelayan dikarenakan lokasi tempat tinggal masyarakat yang mayoritas berada di pinggir laut.<sup>48</sup>

### 3. Proses Produksi Ikan Asin

Kegiatan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang merupakan kegiatan usaha yang dilakukan 3 kali dalam seminggu. Bahan baku utama dalam pengolahan produksi ikan asin adalah ikan segar yang diperoleh dengan cara membeli di TPI (Tempat Pelelangan Ikan). Jenis ikan yang digunakan antara lain yaitu ikan palupalu, ikan perak, ikan dendeng jabung, ikan kerong, dan ikan baledang. Bahan baku yang digunakan harus berupa ikan segar karena hal ini akan mempengaruhi kualitas produksi ikan asin. Produksi pengolahan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang umumnya dilakukan secara alami yaitu menggunakan sinar matahari dalam proses pengeringan. Langkah-langkah dalam proses produksi ikan asin dapat dijabarkan sebagai berikut :<sup>49</sup>

- a. Ikan segar yang telah dibeli kemudian dibelah, dibersihkan isi perutnya, dan dibuang kepalanya. Proses pembelahan ikan sangat dibutuhkan keterampilan agar diperoleh bentuk ikan asin yang baik dan menarik.

---

<sup>48</sup> Rosida Marbun, "Wawancara dengan Staff Kantor Kelurahan Pasar Belakang Kecamatan Sibolga Kota," (Kota Sibolga, 19 Januari 2022).

<sup>49</sup> Afdal Jambak, "Wawancara dengan Pengusaha Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang." (Kota Sibolga, 20 Januari 2022).

- b. Ikan yang sudah dibelah kemudian dicuci dengan air bersih untuk menghilangkan sisa-sisa isi perut atau kotoran yang lainnya.
- c. Proses selanjutnya adalah penggaraman. Ikan digarami dan direndam dalam tong plastik selama satu hari. Pada saat perendaman sebaiknya ikan ditata dengan rapi agar ikan yang sudah dibelah tidak kembali menutup.
- d. Setelah satu hari ikan direndam, ikan dicuci kembali menggunakan air bersih agar tidak ada sisa-sisa garam menempel pada ikan.
- e. Ikan yang telah bersih dicuci, kemudian ditata rapi diatas widig, lalu dijemur selama 1-2 hari. Jika ikan asin telah kering, ikan asin dapat dikemas agar dapat langsung dijual.

Adapun alat- alat yang dibutuhkan dalam pembuatan ikan asin yaitu sebagai berikut:<sup>50</sup>

- 1) Tong Plastik

Alat ini digunakan pada saat pencucian. Ikan yang telah dibelah kemudian dicuci menggunakan ember yang telah diisi dengan air. Selain itu tong plastik juga berfungsi sebagai wadah ikan saat proses penggaraman.

- 2) Keranjang

Alat ini digunakan sebagai tempat ikan yang sudah digarami untuk dibawa ketempat penjemuran.

---

<sup>50</sup> Hayati Pakpahan, “Wawancara dengan Pengusaha Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang,.” (Kota Sibolga, 21 Januari 2022).

3) Kereta Sorong

Alat ini digunakan untuk membawa ikan yang sudah kering ke gudang untuk dipisah- pisahkan sesuai jenis ikannya lalu dikemas.

4) Plastik

Alat ini digunakan untuk menutup ikan pada saat penjemuran kalau cuaca sedang tidak baik atau hujan.

5) Widig

Alat ini terbuat dari anyaman bambu yang digunakan untuk menjemur ikan yang sudah digarami.

**B. Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa strategi pengembangan produksi yang dilakukan pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga adalah tetap mempertahankan kualitas ikan asin baik dari segi kebersihan, pengemasan dan kesegaran ikan asin. Pengusaha ikan asin selalu menawarkan kualitas ikan asin yang segar kepada konsumen atau pelanggannya, seperti ikan asin yang baru diolah yang mempunyai daging yang tidak retak dan tidak berbau busuk. Selain itu pengusaha ikan asin juga menjaga kebersihan ikan asin sebelum diberikan kepada konsumen, seperti menghindari ikan asin tersebut dari

serangga dan memastikan ikan asin tersebut terjaga kualitasnya dan setelah itu baru dikemas.<sup>51</sup>

Sebagian pengusaha ikan asin dalam memenuhi permintaan konsumen atau pelanggan di sekitar Kota Sibolga akan diantar langsung oleh karyawannya, hal ini membuat pelanggan menjadi loyal terhadap pelayanan yang diberikan. Untuk mempromosikan ikan asin ini, selain menawarkan ikan asin secara langsung sebagian pengusaha ikan asin juga sudah memanfaatkan media sosial seperti facebook di *Market Place* Sibolga untuk memperluas pemasaran.<sup>52</sup>

### **C. Hasil Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga**

#### **1. Lingkungan Internal Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga**

##### **a. Pemasaran**

Pemasaran ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang dilakukan sendiri secara langsung tetapi ada juga yang melalui pedagang perantara. Pembeli biasanya datang langsung ke produsen baik yang sudah berlangganan maupun yang belum berlangganan. Selain itu pemasaran ikan asin tersebut juga dikirim ke beberapa kota seperti Pekanbaru, Balige, Tarutung, Nias, Padang, Jakarta, Tanjung Balai. Biasanya pedagang luar Kota Sibolga memesan ikan

---

<sup>51</sup> Enidawati Siregar, "Wawancara dengan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang." (Kota Sibolga, 02 Juni 2022).

<sup>52</sup> Rinaldi Pasaribu, "Wawancara dengan Pengusaha Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang." (Kota Sibolga, 20 Januari 2022).

asin tersebut melalui via telepon jika harga sudah cocok maka selanjutnya ikan asin dikirim ke kota tersebut.

Pemasaran ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang juga tidak jarang didatangi langsung oleh konsumen dari luar kota contohnya konsumen dari Jawa yang sedang berkunjung ke Kota Sibolga sehingga membeli ikan asin sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang. Sebagian pengusaha ikan asin juga memasarkan ikan asin menggunakan media sosial contohnya menggunakan *faceebook* di *Market Place* Sibolga. Luasnya pemasaran dapat menjadi peluang besar dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

#### b. Produksi dan Operasi

Bahan baku utama yang digunakan dalam usaha pengolahan ikan asin adalah ikan segar seperti ikan palupalu, ikan perak, ikan dendeng jabung, ikan kerong, dan ikan baledang. Ikan segar hasil tangkapan nelayan yang baru diturunkan dari kapal kemudian dilelang kepada para pengolah.<sup>53</sup> Para pengolah membeli bahan baku hanya untuk 1 kali produksi karena jika ikan yang digunakan tidak segar akan mempengaruhi kualitas produksi ikan asin. Produksi pengolahan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang umumnya dilakukan secara alami yaitu menggunakan sinar matahari

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Pengusaha Ikan Asin Rinaldi Pasaribu, 20 Januari 2022.

dalam proses pengeringan sehingga menjadi ancaman ketika cuaca buruk atau musim penghujan.

Lokasi usaha ikan asin terletak di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga. Lokasi usaha ikan asin ini cukup strategis dikarenakan di Kelurahan Pasar Belakang tersebut adalah pasar yang khusus menjual ikan asin saja tidak seperti pasar pada umumnya yang dalam pasar tersebut terdapat para penjual sembako, pakaian, makanan dan lain-lain. Lokasi usaha ikan asin ini juga terletak ditengah-tengah kota sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen untuk datang langsung ke tempat usaha.<sup>54</sup> Lokasi yang strategis menjadi kekuatan dalam usaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

#### c. Keuangan

Pada aspek keuangan dalam produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga yang dimana modalnya berasal dari uang pribadi sendiri baik yang melakukan pengolahan produksi ikan asin maupun yang hanya membeli ikan asin yang sudah jadi yang siap untuk dijual. Modal yang berasal dari uang pribadi sendiri menjadikan suatu kelemahan dalam usaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang dikarenakan modal yang digunakan sangat terbatas. Biaya perbulan yang dikeluarkan oleh pengusaha ikan asin yang melakukan pengolahan produksi ikan asin sebesar

---

<sup>54</sup> Sri Rahma Yanti, "Wawancara dengan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang." (Kota Sibolga, 02 Juni 2022)

Rp15.107.543,00. Biaya bahan baku utama ikan, besarnya per bulan rata-rata Rp4.956.667,00. Jenis ikan yang digunakan untuk bahan baku pembuatan ikan asin terdiri dari berbagai macam ikan dengan harga yang bervariasi, yaitu ikan palu-palu (Rp4000/Kg), ikan perak (Rp4000/Kg), ikan dendeng jabung (Rp21.000/Kg), ikan kerong (Rp3000/Kg), dan ikan baledang (Rp2000/Kg). Bahan pelengkap yang digunakan dalam produksi pengolahan ikan asin adalah garam.

Besarnya biaya bahan pelengkap (garam) yang dikeluarkan rata-rata per bulan adalah Rp357.500. Garam sebagai bahan pelengkap digunakan untuk mengasinkan ikan. Garam yang digunakan pada usaha pengolahan ikan asin dibeli dengan harga Rp1.500/Kg. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh produsen rata-rata per bulan sebesar Rp1.446.800,00. Rata-rata biaya transportasi yang dikeluarkan oleh produsen digunakan untuk biaya transportasi dalam pembelian bahan baku ikan. Jenis transportasi yang digunakan oleh produsen adalah becak dan *pick up*.<sup>55</sup>

Biaya tenaga kerja yaitu sebesar Rp8.270.620,00 yang terbagi dalam tenaga kerja pembelahan sebesar Rp3.387.200,00, tenaga kerja penggaraman dan pencucian sebesar Rp1.269.020,00, tenaga kerja penjemuran sebesar Rp2.135.600,00 dan untuk tenaga kerja pengemasan sebesar Rp1.478.800,00. Rata-rata biaya tenaga kerja tertinggi yang dikeluarkan pada usaha pengolahan ikan asin

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan Pengusaha Ikan Asin Saddam Siregar , (Kota Sibolga, 21 Januari 2022).

dalam satu bulan adalah biaya tenaga kerja pembelahan. Sedangkan, rata-rata biaya tenaga kerja terendah dalam satu bulan adalah biaya tenaga kerja penggaraman dan pencucian.<sup>56</sup>

## **2. Lingkungan Eksternal Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga**

### **a. Pesaing**

Pesaing adalah usaha yang bergerak di bidang yang sama dengan usaha yang kita miliki dan menyediakan barang seperti yang kita sediakan. Persaingan dalam usaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga ini adalah sangat ketat dikarenakan di pasar tersebut khusus menjual ikan asin jadi pedagang yang ada di pasar tersebut hanya menjual ikan asin. Pengusaha ikan asin harus memiliki keunggulan dalam produk ikan asin yg dimilikinya agar dapat bersaing dengan pengusaha ikan asin yang lain sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli ikan asin tersebut.

### **b. Ekonomi**

Ditinjau dari segi mata pencaharian masyarakat Kelurahan Pasar Belakang sebagian besar masyarakat bekerja dan bermata pencaharian sebagai nelayan dikarenakan lokasi tempat tinggal masyarakat yang mayoritas berada di pinggir laut dan menjadikan sumber penghasilan ekonomi sehingga menjadi kekuatan dalam produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

---

<sup>56</sup> Saddan Siregar, "Wawancara dengan Pengusaha Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang." (Kota Sibolga, 21 Januari 2022).



Masyarakat di Kelurahan Pasar Belakang juga tidak semua bermata pencaharian sebagai nelayan, ada juga yg sebagai buruh, pedagang, dan di sektor formal seperti PNS, Pemerintah Daerah, Honorer, Guru, dan Tenaga Medis.

c. Teknologi

Kondisi teknologi dalam menjalankan produksi ikan asin ini sangat berdampak pada perubahan cuaca, hal ini dikarenakan proses produksi ikan asin masih menggunakan sinar matahari dalam pengeringan dan penjemurannya. Cuaca yang buruk seperti hujan deras disertai angin kencang menjadi hambatan bagi nelayan untuk melaut sehingga ketersediaan ikan segar berkurang. Keadaan seperti itu akan berdampak pada proses produksi pengolahan ikan asin yang berakibat produksi ikan asin tidak dapat berlangsung dengan baik. Jika sedang musim penghujan maka proses pengolahan ikan asin terhambat dan dapat menyebabkan ikan asin berjamur dan mengeluarkan bau busuk. Dalam hal ini perubahan iklim atau cuaca menjadi ancaman bagi pengusaha ikan asin.<sup>57</sup>

Hal inilah yang menjadi salah satu kelemahan pihak pengelola produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga ialah tidak adanya mesin tepat guna untuk proses produksi ikan asin. Umumnya para tenaga kerja pada usaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang dalam setiap bekerja harus

---

<sup>57</sup> Lamsiar Tanjung, “Wawancara dengan Pengusaha Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang.” (Kota Sibolga, 21 Januari 2022).

mengandalkan tenaga secara maksimal karena tidak adanya alat berbasis teknologi dalam membantu proses produksi ikan asin.

d. Pemasok

Pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga mendapatkan ikan segar dari pemasok yg berada di TPI (Tempat Pelelangan Ikan) dan kemudian dibawa atau diangkut menggunakan motor, *pick up*, becak yang sudah menjadi langganan para pengolah. Ikan segar di TPI tidak selalu ada tergantung hasil tangkapan nelayan sehingga menjadikan kelemahan dalam produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang. Pembayaran dilakukan di muka secara tunai oleh para pengolah. Pembayaran dilakukan secara tunai di TPI setelah para pengolah mendapatkan ikan segar yang dilelang tersebut.

#### **D. Hasil Analisis Penelitian**

Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sebuah perusahaan maka dilakukan tiga analisis melalui analisis matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *External Factor Evaluation* (EFE) dan analisis SWOT yaitu sebagai berikut:

### **1. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)**

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) diperoleh dari hasil identifikasi faktor-faktor yang berasal dari internal ataupun dari dalam perusahaan itu sendiri. Faktor-faktor yang dimaksud merupakan faktor-faktor yang terdiri dari kekuatan serta kelemahan yang terdapat dalam perusahaan. Adapun dalam penelitian ini faktor-faktor internal yaitu faktor-faktor yang merupakan kekuatan serta kelemahan dari produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga. Terdapat 5 faktor kekuatan serta 4 faktor kelemahan dalam produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang. Faktor-faktor tersebut telah diberi nilai bobot serta rating dan telah diperingkatkan sebagai berikut:

**Tabel IV. 1**  
**Hasil Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)**

Faktor-faktor	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan:</b>			
1. Produk ikan asin menjadi salah satu produk unggulan sebagai oleh-oleh Kota Sibolga	0,15	5	0,75
2. Letak usaha yang strategis	0,13	4,6	0,59
3. Kualitas produk yang dihasilkan terjamin	0,16	5,4	0,86
4. Sebagai sumber penghasilan atau ekonomi	0,11	3,8	0,41
5. Harga produk yang terjangkau	0,10	3,6	0,36
<b>Total Kekuatan</b>	<b>0,66</b>		<b>2,97</b>
<b>Kelemahan:</b>			
1. Kurangnya fasilitas pengolahan perikanan	0,09	3,75	0,33
2. Hasil ikan yang didapat tergantung pada hasil tangkap nelayan	0,08	3,5	0,28
3. Jumlah modal dalam mengembangkan produksi ikan asin terbatas	0,07	3	0,21
4. Kualitas ikan asin yang dihasilkan tergantung pada cuaca	0,07	3	0,21
<b>Total Kelemahan</b>	<b>0,31</b>		<b>1,03</b>
<b>Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan = 2,97 - 1,03 = 1,94</b>			

*Sumber: Hasil Dari Wawancara (diolah dengan bantuan Mixrosoft Excel)*

Berdasarkan data pada tabel total bobot x rating dalam faktor internal perusahaan diperoleh sebesar 4,00. Tabel IFE menunjukkan bahwa kekuatan utama pada produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang ialah kualitas produk yang dihasilkan terjamin dengan total nilai 0,86. Kekuatan selanjutnya ialah produk ikan asin menjadi salah satu produk unggulan sebagai oleh-oleh Kota Sibolga dengan total nilai 0,75.

Faktor kelemahan pada produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang berdasarkan tabel diatas ditunjukkan pada permasalahan iklim dan cuaca. Kualitas ikan asin yang dihasilkan tergantung cuaca,

faktor tersebut berada pada nilai total 0,21. Jumlah modal dalam mengembangkan produksi ikan asin terbatas merupakan salah satu kelemahan yang utama dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang dengan nilai total 0,21.

## **2. *Matriks External Factor Evaluation (EFE)***

*Matriks External Factor Evaluation (EFE)* diperoleh dari hasil identifikasi faktor-faktor yang berasal dari eksternal ataupun dari luar perusahaan itu sendiri. Faktor-faktor yang dimaksud merupakan faktor-faktor yang terdiri dari peluang serta ancaman terhadap perusahaan. Adapun dalam penelitian ini faktor-faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang merupakan peluang serta ancaman yang dihadapi usaha ikan asin dalam proses produksi di Kelurahan Pasar Belakang. Terdapat 5 faktor yang menjadi peluang untuk mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang serta 4 faktor yang merupakan ancaman yang diperoleh dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang. Faktor-faktor tersebut telah diberi nilai bobot serta *rating* dan telah diperingkatkan sebagai berikut:

**Tabel IV. 2**  
**Hasil Matriks External Factor Evaluation (EFE)**

Faktor-faktor	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang</b>			
1. Luasnya daerah pemasaran	0,13	4,2	0,54
2. Anggapan masyarakat baik terhadap produksi ikan asin	0,12	3,8	0,45
3. Permintaan pasar yang tinggi terhadap ikan asin	0,15	4,8	0,72
4. Perkembangan teknologi dan informasi	0,11	3,6	0,39
5. Memiliki hubungan baik dengan para pemasok	0,11	3,6	0,39
Total Peluang	0,62		2,49
<b>Ancaman</b>			
1. Cuaca buruk	0,08	3,25	0,26
2. Banyaknya pesaing	0,07	2,75	0,19
3. Kurangnya populasi ikan	0,11	4,50	0,49
4. Murahannya harga ikan asin ketika ikan asin sedang banyak	0,08	3,25	0,26
Total Ancaman	0,34		1,20
Selisih Total Peluang - Total Ancaman = 2,49 – 1,20 = 1,29			

*Sumber: Hasil Dari Wawancara (diolah dengan bantuan Mixrosoft Exel)*

Berdasarkan data pada tabel total bobot x *rating* dalam faktor eksternal perusahaan diperoleh sebesar 3,69. Tabel EFE menunjukkan bahwa peluang utama pada produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang ialah permintaan pasar yang tinggi terhadap ikan asin dengan nilai total 0,72. Permintaan pasar yang tinggi terhadap ikan asin menjadi peluang besar bagi pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang untuk mengembangkan produksi ikan asin. Sedangkan ancaman yang di hadapi dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang adalah banyaknya pesaing dengan total 0,19. Banyaknya pesaing dikarenakan di Kelurahan Pasar Belakang tersebut merupakan pasar yang khusus menjual ikan asin saja, jadi pesaing-pesaing yang berada di pasar tersebut menjual produk yang sama yaitu

ikan asin sehingga menjadi ancaman bagi pengusaha ikan asin untuk mengembangkan produksi ikan asin dalam usahanya.

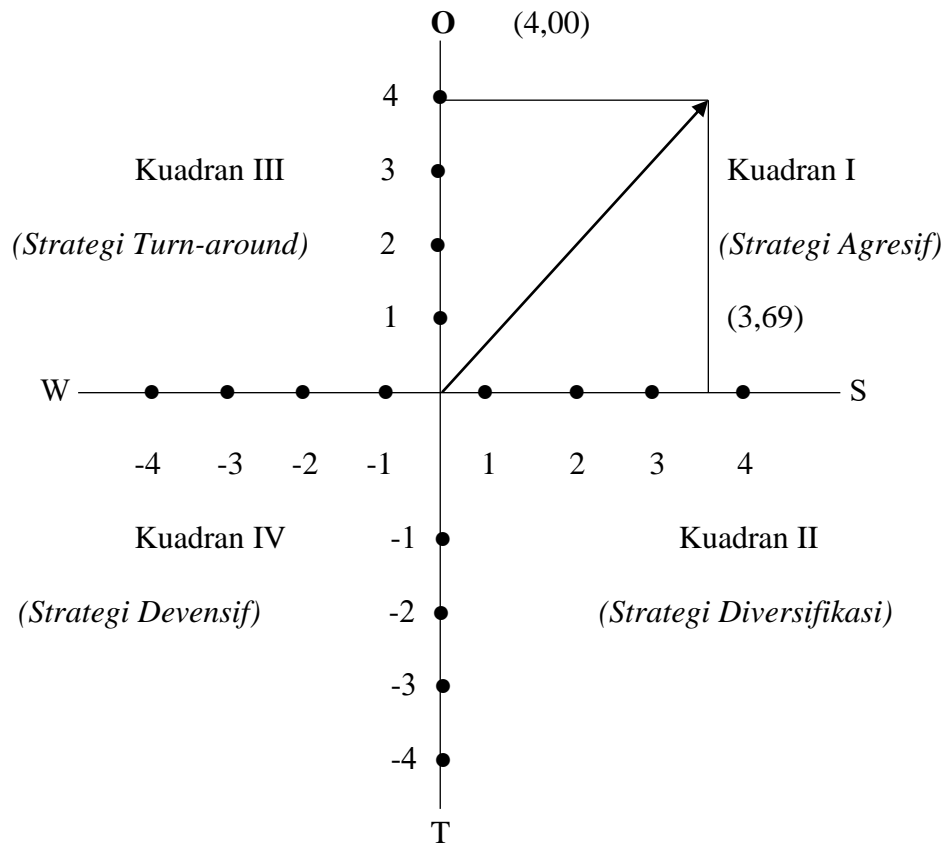
### **3. Hasil Kuadran SWOT**

Berdasarkan hasil evaluasi faktor internal dan eksternal dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga maka perlu dihitung selisih antara faktor internal dan eksternal produksi ikan asin tersebut yaitu  $4,00 - 3,69 = 0,31$  keadaan ini menunjukkan faktor internal produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang lebih mendukung daripada faktor eksternal produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

Berdasarkan nilai selisih yang diperoleh selanjutnya dibuat matriks posisi produksi ikan asin Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga untuk mengetahui posisi kuadran perusahaan. Adapun matriks produksi ikan asin Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga:

**Gambar IV. 1**

**Hasil Kuadran SWOT**



Berdasarkan matriks tersebut produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga berada pada posisi kuadran I yaitu strategi agresif yang menunjukkan bahwa posisi produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang pada posisi kuat yang mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga. Pemanfaatan kekuatan tersebut ialah mempertahankan kualitas produk ikan asin yang dihasilkan dan terjamin. Sedangkan pemanfaatan peluang dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang harus dapat memenuhi



permintaan pasar yang tinggi terhadap ikan asin, dalam hal ini menjadi peluang besar untuk mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

Setelah diketahui posisi produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga, maka langkah selanjutnya adalah menentukan beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga untuk lebih berkembang. Salah satu cara menentukan alternatif strategi adalah dengan melalui analisis SWOT. Matriks SWOT telah menjelaskan bahwa strategi yang harus dilakukan untuk mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga adalah strategi dengan menguatkan faktor kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan faktor peluang yang ada.

Analisis matriks ini menghasilkan empat jenis strategi utama yaitu strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T. Berikut adalah gambaran faktor-faktor dalam mengembangkan produksi ikan asin dan strategi-strategi alternatif untuk mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

**Tabel IV. 3**  
**Hasil Matriks SWOT**

<p>IFE EFE</p>	<p><b>STRENGTH (S)</b> Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Produk yang dihasilkan terjamin</li> <li>2. Harga produk yang terjangkau</li> <li>3. Letak usaha yang strategis</li> <li>4. Sebagai sumber penghasilan atau ekonomi</li> <li>5. Produk ikan asin menjadi salah satu produk unggulan oleh-oleh Kota Sibolga</li> </ol>	<p><b>WEAKNESS (W)</b> Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah modal dalam mengembangkan produksi ikan asin terbatas</li> <li>2. Kualitas ikan asin yang dihasilkan tergantung pada cuaca</li> <li>3. Hasil ikan yang ditangkap tergantung pada hasil tangkap nelayan</li> <li>4. Kurangnya fasilitas pengolahan perikanan</li> </ol>
<p><b>OPPORTUNITY (O)</b> Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Luasnya daerah pemasaran</li> <li>2. Anggapan masyarakat baik terhadap produksi ikan asin</li> <li>3. Perkembangan teknologi dan informasi</li> <li>4. Permintaan pasar yang tinggi terhadap ikan asin</li> <li>5. Memiliki hubungan baik dengan para pemasok</li> </ol>	<p><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan terjamin agar permintaan masyarakat terhadap ikan asin ini meningkat</li> <li>2. Mempertahankan harga produk yang terjangkau dalam meningkatkan permintaan masyarakat terhadap ikan asin ini</li> <li>3. Menambahkan variasi produk untuk menarik minat konsumen</li> </ol>	<p><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan jumlah modal agar wilayah pemasaran ikan asin ini lebih luas</li> <li>2. Menjaga kualitas produk</li> <li>3. Mengusahakan untuk mendapatkan bahan baku agar bisa memenuhi permintaan pasar</li> </ol>
<p><b>TREAT (T)</b> Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya populasi ikan</li> <li>2. Cuacaburuk</li> <li>3. Banyaknya pesaing</li> <li>4. Murahnya harga</li> </ol>	<p><b>STRATEGI ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dalam pengembangan produksi ikan asin ini</li> <li>2. Membangun</li> </ol>	<p><b>STRATEGI WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan penambahan modal untuk menandingi pesaing</li> <li>2. Mensetarakan harga dengan</li> </ol>

ikan asin ketika ikan asin banyak	kepercayaan pelanggan 3. Mengembangkan teknologi agar produk yang diciptakan mudah dipasarkan	kualitas yang dimiliki 3. Melakukan inovasi terhadap produksi ikan asin sehingga bisa menyaingi pesaing
-----------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Berdasarkan matrik SWOT diatas dapat dirumuskan alternative strategi yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga yaitu:

a. Strategi *Strength- Opportunity* (SO)

Strategi SO merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapaun strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan terjamin agar permintaan masyarakat terhadap ikan asin ini meningkat.
- 2) Mempertahankan harga produk yang terjangkau dalam meningkatkan permintaan masyarakat terhadap ikan asin ini.
- 3) Menambahkan variasi produk untuk menarik konsumen.

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

Merupakan strategi dalam meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa strategi yang diterapkan dalam pengembangan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan jumlah modal agar wilayah pemasaran ikan asin lebih luas.
- 2) Menjaga kualitas produk.
- 3) Mengusahakan untuk mendapatkan bahan baku agar bisa memenuhi permintaan pasar.

c. Strategi *Strength-Treat* (ST)

Merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghadapi ancaman yang datang dari luar perusahaan, strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga antara lain:

- 1) Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dalam mempertahankan pengembangan produksi ikan asin ini.
- 2) Membangun kepercayaan pelanggan.
- 3) Mengembangkan teknologi agar produk yang diciptakan mudah dipasarkan.

d. Strategi *Weakness-Treat* (WT)

Merupakan strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan serta ancaman yang ada dalam pengembangan produksi ikan asin strategi yang dapat diterapkan pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga adalah:

- 1) Melakukan penambahan modal untuk menandingi pesaing.
- 2) Mensetarakan harga dengan kualitas yang dimiliki.

- 3) Melakukan inovasi terhadap produksi ikan asin sehingga bisa menyaingi pesaing.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan peneliti, maka dari itu dapat disimpulkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga dari hasil pencocokan matriks internal dan eksternal strategi yang didapatkan berada pada kuadran I yaitu strategi agresif yang menunjukkan bahwa posisi produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang pada posisi kuat yang mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki usaha ikan asin. Posisi ini merupakan posisi yang sangat menguntungkan, dalam hal ini produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
2. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 4,00, dimana produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga ini memiliki kekuatan internal yaitu memiliki kualitas produk yang dihasilkan terjamin dengan total nilai 0,86. Sedangkan kelemahan pada matriks ini adalah permasalahan iklim dan cuaca. Kualitas ikan asin yang dihasilkan tergantung cuaca, faktor tersebut berada pada nilai total 0,21.
3. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,69. Tabel EFE menunjukkan

bahwa peluang utama pada produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang ialah permintaan pasar yang tinggi terhadap ikan asin dengan nilai total 0,72. Sedangkan ancaman dalam produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang adalah banyaknya pesaing dengan total 0,19. Banyaknya pesaing dikarenakan di Kelurahan Pasar Belakang tersebut merupakan pasar yang khusus menjual ikan asin saja, jadi pesaing-pesaing yang berada di pasar tersebut menjual produk yang sama yaitu ikan asin sehingga menjadi ancaman bagi pengusaha ikan asin untuk mengembangkan produksi ikan asin nya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan demi kemajuan produksi ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengolah Ikan Asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga
  - a. Diharapkan pengolah dapat mempertimbangkan untuk beralih dari metode produksi secara tradisional ke metode produksi yang lebih modern agar produksi ikan asin tidak terlalu bergantung terhadap sinar matahari.
  - b. Membuat variasi produk baru untuk menarik minat konsumen dan dapat menyaingi pesaing di pasaran.
  - c. Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan untuk mempertahankan usaha ikan asin.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Produksi.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Albi Anggito Setiawan Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Boedie Abdullah dan Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah*. Penerbit CV Diponogoro, 2005.
- Dinas Perikanan Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Sibolga. *Buku Statistik Perikanan Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Sibolga*. Sibolga: DPKPP Kota Sibolga, 2018.
- Dwi Suwiknyo. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Eddy Yunus. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016.
- Eko Sugiarto. *Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media, 2015.
- Ernie Tisnawati Sule and Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2010.
- Fajar Nur'aini Dwi Fatimah. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Farida Nugrahani. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Fred R. David. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Selemba Empat, 2016.
- Irzal Effendi dan Wawan Oktariza. *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Jakarta: Penebar Swadaya, 2006.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- M. Afif dan Agus B Siswanto. *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*. Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2019.
- M. Manullang. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016.
- Matnin, Aang Kunaifi. *Manajemen Lembaga Keuangan dan Bisnis Islam*. Lengkoh Barat Bangkes Kadur Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020.

- Nembah Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Alfabeta, 2008.
- Sofjan Assauri. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Veithzal Rivai, Nurudidin Amiur dan Arfa Faisar Ananda. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Wahyu Purhantara. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Pustaka Baru Press, 2021.

**Sumber Jurnal:**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : Nanda Aprilia  
Tempat/Tanggal Lahir : Sibolga, 16 Juli 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Anak Ke : 3 dari 3 Bersaudara  
Status : Mahasiswi  
Alamat Lengkap : Jln Aso-aso No. 42 Kota Sibolga  
Nomor HP / Email : 082298867564/  
nandaaprilialia210@gmail.com

### DATA ORANG TUA / WALI

Nama Orang Tua/Wali Ayah : Afrizal Tanjung  
Ibu : Dahliarni Mandailing  
Pekerjaan Orang Tua/Wali Ayah : Supir  
Ibu : Ibu rumah tangga  
Alamat Orang Tua/Wali : Jln Aso-aso No. 42 Kota Sibolga

### Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005-2011 : SD Negeri 081228 Sibolga  
Tahun 2011-2014 : SMP Negeri 5 Sibolga  
Tahun 2014-2017 : SMA Negeri 3 Sibolga  
Tahun 2017-Sekarang : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi  
Syariah IAIN Padangsisimpuan

### Pengalaman Organisasi

Anggota Genbi Sibolga Komisariat IAIN Padangsidimpuan (Generasi Baru Indonesia)

Anggota *Center Of Student Entrepreneurship* (CSE)

### Motto Hidup

Jika mereka bisa, maka saya pasti bisa, doa adalah modal terbaik untuk meraih kesuksesan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 32 /ln.14/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2021  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

00 Januari 2021

Yth. Ibu;

1. Nofinawati : Pembimbing I
2. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nanda Aprilia  
NIM : 1740200099  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Konsentrasi : Manajemen Bisnis  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Produksi Ikan Asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga.

Untuk itu, diharapkan kepada Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4.5 Sihatang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Nomor : 2908 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/11/2021  
Hal : Mohon Izin Riset

29 Nopember 2021

Yth. Lurah Pasbel Kota Sibolga


Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Nanda Aprilia  
NIM : 1740200099  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Strategi Pengembangan Usaha Ikan Asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KOTA SIBOLGA  
**KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jalan S. Parman No. 54 Sibolga  
Telp. (0631) 21467

**SURAT PEMBERITAHUAN PENELITIAN  
(SPP)**

Nomor : 070 - 99 IKPII/2022

Sehubungan dengan surat dari Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam  
ri Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor :  
/ln.14/G.1/G.4c/TL.00/11/2021 Tanggal 29 November 2021, Hal Mohon Izin Riset.

Setelah kami teliti, Pihak kami tidak merasa keberatan atas pelaksanaan kegiatan penelitian,  
ncara dan pengumpulan data yang dilaksanakan oleh :

N a m a : Nanda Aprilia  
NIM : 1740200099  
Tempat Penelitian : Kota Sibolga.  
Lamanya Penelitian : 19 Januari s/d 25 Januari 2022.  
Judul : "Stategi Pengembangan Usaha Ikan Asin di Kelurahan Pasbel  
Kota Sibolga"  
Peserta : 1 (satu) orang.  
Penanggung Jawab : Abdul Nasser Hasibuan

n melaksanakan Penelitian dan Pengumpulan Data dengan ketentuan sebagai berikut :

Selama melakukan Penelitian yang diperlukan, yang bersangkutan harus mematuhi dan  
mentaati Peraturan dan Perundang-undangan serta Ketentuan yang berlaku di Kota Sibolga.

Menjaga kerahasiaan data-data yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait.

Menjaga keamanan dan ketertiban umum selama Penelitian lapangan.

Setelah melaksanakan Penelitian tersebut, supaya yang bersangkutan melaporkan hasilnya ke  
Walikota Sibolga Cq. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Sibolga.

Apabila berlaku surat pemberitahuan ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan Penelitian  
belum selesai, perpanjangan harus diajukan kepada instansi terkait.

Surat pemberitahuan ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata  
pemegang surat pemberitahuan tidak mentaati / mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti  
tersebut diatas.

Demikian Pemberitahuan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Sibolga, 18 Januari 2022

KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN  
POLITIK KOTA SIBOLGA,



**SANGGARAJA SITOMPUL, SH**

PeMBINA T.k I

NIP. 19640604 199703 1 002

in :  
apak Walikota Sibolga ( sebagai laporan ) ;

a. Bappeda Kota Sibolga ;

amat Sibolga Kota ;

arah Pasar Belakang Kota Sibolga ; Padangsidimpuan ;





**PEMERINTAH KOTA SIBOLGA  
KECAMATAN SIBOLGA KOTA  
KELURAHAN PASAR BELAKANG**  
Jalan S. Parman No. 102 Sibolga  
Telp. (0631) Kode Pos 22523

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 070 / 35 / 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Kelurahan Pasar Belakang, Kecamatan Sibolga Kota, Kota Sibolga dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Nanda Aprilia**  
NIM : 1740200099  
Tempat Penelitian : Kota Sibolga  
Lama Penelitian : 19 Januari s/d 25 Januari 2022  
Judul : "Strategi Pengembangan Usaha Ikan Asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga"  
Peserta : 1 (satu) orang  
Penanggung Jawab : Abdul Nasser Hasibuan

Benar telah melakukan penelitian sesuai surat pemberitahuan penelitian dari Kantoratuan Bangsa dan Politik Kota Sibolga Nomor : 070-99/KP/II/2022 tanggal 18 Januari 2022 Kelurahan Pasar Belakang, Kecamatan Sibolga Kota, Kota Sibolga.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan perlunya.

Sibolga, 25 Januari 2022  
KELURAHAN PASAR BELAKANG,  
KELURAHAN PASAR BELAKANG  
DARNITA HUTAGALUNG, S.PI  
PENATA  
NIP. 19850524 201101 2 012



PEMERINTAH KOTA SIBOLGA  
KANTOR KELURAHAN PASAR BELAKANG  
Jalan S. Parman No. 102 Sibolga  
Telp. (0631) 22523

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah lurah Kelurahan Pasbel Kota Sibolga dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Nanda Aprilia  
Nim : 17 402 00099  
Fakultas/ Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah

Benar telah melakukan penelitian pada usaha ikan asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga mulai 19 Januari s/d 25 Januari 2022 untuk memperoleh data dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Ikan Asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan agar dipergunakan seperlunya.

SIBOLGA, 26 JANUARI 2022  
LURAH PASAR BELAKANG,



DERMIA HUTAGALUNG, S.Pi

PEMANTAU  
19850524 201101 2 012



### **Daftar Nama Informan**

1. Nama : Afdal Jambak

Alamat : Jln. Pasar Belakang Gang Bagan Kota Sibolga

Umur : 61 Tahun

2. Nama : Hayati Pakpahan

Alamat : Jln. Kota Beringin Kota Sibolga

Umur : 53 Tahun

3. Nama : Rinaldi Pasaribu

Alamat : Jln. Pasar Belakang Gang Pulau Rembang Kota Sibolga

Umur : 57 Tahun

4. Nama : Saddan Siregar

Alamat : Jln. Tenggiri Kota Sibolga

Umur : 46 Tahun

5. Nama : Lamsiar Tanjung

Alamat : Jln. Kuda Laut Kota Sibolga

Umur : 62 Tahun

6. Nama : Enidawati Siregar

Alamat : Jln. Baru Kota Sibolga

Umur : 55 Tahun

7. Nama : Sri Rahma Yanti

Alamat : Jln. Balam Kota Sibolga

Umur : 41 Tahun

## Daftar Wawancara Penelitian

### Pertanyaan wawancara kepada para pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga.

#### Wawancara terstruktur I:

1. Apakah usaha ikan asin bapak/ibu ini selama ini mengalami kenaikan atau penurunan?
2. Jenis ikan asin apa saja yang bapak/ibu jual?
3. Kemana saja ikan asin ini dipasarkan?
4. Usaha ikan asin bapak/ibu miliki ini sudah berapa lama berdiri?
5. Dari mana bapak/ibu mendapatkan ikan asin ini ?
6. Apakah bapak/ibu ini memasarkan ikan asin ini hanya di pasar ini atau juga melalui sosial media?
7. Ikan asin apa yang paling laris atau yang paling diminati oleh konsumen?
8. Berapa harga ikan asin per kilonya?
9. Apa saja target yang ingin dicapai dalam hal pengembangan ikan asin dimasa yang akan datang?
10. Upaya apa saja yang telah bapak/ibu lakukan untuk mencapai target tersebut?
11. Apa saja yang menjadi kekuatan pada usaha ikan asin milik bapak/ibu ini?
12. Apa saja yang menjadi kelemahan pada usaha ikan asin milik bapak/ibu ini?
13. Apa saja yang menjadi peluang pada usaha ikan asin milik bapak/ibu ini?
14. Apa saja yang menjadi ancaman pada usaha ikan asin milik bapak/ibu ini?
15. Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai produk ikan asin di Pasar Belakang ini?
16. Apakah produk ikan asin yang sudah bapak/ibu beli dijual kembali atau untuk dikonsumsi?
17. Apakah lokasi yang terletak di Pasar Belakang ini menurut bapak/ibu strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen atau pelanggan?
18. Olahan apa saja yang bapak/ibu buat dari produk ikan asin?
19. Apa saja saran atau masukan bapak/ibu untuk pengusaha ikan asin di Pasar Belakang agar produksi ikan asin lebih berkembang?

#### Wawancara terstruktur II

##### a. Aspek Pemasaran

1. Apakah bapak/ibu ini memasarkan ikan asin ini hanya di pasar ini atau juga melalui sosial media?
2. Kemana saja ikan asin ini dipasarkan?
3. Siapa saja pangsa pasar ikan asin ini?

4. Apa saja kendala dalam memasarkan ikan asin ini?

## b. Aspek Produksi Dan Operasi

1. Jenis ikan asin apa saja yang bapak/ibu jual?
2. Apakah pengolahan ikan asin ini menggunakan mesin atau masih menggunakan cara tradisional?
3. Apakah fasilitas dalam produksi memadai?
4. Apa saja kendala dalam memproduksi ikan asin?

## c. Aspek Keuangan

1. Bagaimana cara pembayaran yang bapak/ibu terapkan dalam usaha ikan asin yang bapak/ibu miliki?
2. Berapa harga ikan asin per kilonya?
3. Berapa pendapatan bapak/ibu per harinya dalam menjual ikan asin ini?
4. Apakah dalam 3 tahun ini usaha ikan asin yang bapak/ibu miliki ini mengalami kenaikan atau penurunan?

## e. Aspek Ekonomi

1. Apakah kondisi ekonomi yang terjadi seperti sekarang ini (pandemi covid\_19) menjadi ancaman bagi pengusaha ikan asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga?
2. Apakah dengan merosotnya perekonomian masyarakat berpengaruh terhadap daya beli ikan asin di Kelurahan Pasbel Kota Sibolga?

## f. Teknologi

1. Apakah pengolahan ikan asin ini menggunakan mesin atau masih menggunakan cara tradisional?
2. Apakah promosi yang dilakukan menggunakan jaringan internet/teknologi informasi ?

## g. Pesaing (Competitor)

1. Bagaimana strategi yang bapak lakukan agar dapat bersaing dengan usaha ikan asin yang lain?
2. Apa keunggulan yang dimiliki usaha ikan asin milik bapak/ibu dibandingkan pesaing?

## h. Aspek Pemasok

1. Dari mana bapak/ibu mendapatkan ikan asin ini ?
2. Ada berapa banyak pemasok yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?
3. Apakah setiap harinya bapak/ibu belanja ke TPI (Tempat Pelelangan Ikan)?

**CONTOH PERHITUNGAN NILAI BOBOT DAN RATING DARI  
WAWANCARA MATRIKS IFE DAN EFE**

**1. Contoh Perhitungan Matriks IFE**

- a. Perhitungan jumlah untuk faktor kekuatan pada No 1 di dapat dari total jawaban 5 responden yaitu  $4+3+4+4+4+3+3 = 25$
- b. Total IFE di dapat dari total jumlah jawaban 5 responden dari faktor kekuatan dan kelemahan. Perhitungannya adalah :  
 $25+23+27+19+18+15+14+12+12 = 165$
- c. Perhitungan total bobot untuk faktor kekuatan No 1 di dapat dari total jawaban 7 responden dibagi dengan total IFE perhitungannya adalah  
 $\text{Bobot} = 25 : 165 = 0.15$
- d. Perhitungan rating untuk faktor kekuatan pada No 1 di dapat dari total jumlah 7 responden dibagi dengan jumlah faktor kekuatan. Perhitungannya adalah,  $\text{Rating} = 25 : 5 = 5$
- e. Perhitungan bobot x rating untuk faktor kekuatan No 1 di dapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya adalah :  $\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0.15 \times 5 = 0.75$
- f. Total penjumlahan bobot x rating untuk Matriks IFE di dapat dari penjumlahan bobot x rating pada faktor-faktor kekuatan dan kelemahan. Perhitungannya adalah :  
 $0.75+0.59+0.86+0.41+0.36+0.33+0.28+0.21+0.21 = 4.00$

## 2. Contoh Perhitungan Matriks EFE

- a. Perhitungan jumlah untuk faktor peluang pada No 1 di dapat dari total jawaban 7 responden yaitu  $3+3+4+4+3+2+2 = 21$
- b. Total EFE di dapat dari total jumlah jawaban 7 responden dari faktor peluang dan ancaman. Perhitungannya adalah  $21+19+24+18+18+13+11+18+13 = 155$
- c. Perhitungan total bobot untuk faktor peluang No 1 di dapat dari total jawaban 7 responden dibagi dengan total EFE perhitungannya adalah sebagai berikut :  $\text{Bobot} = 21 : 155 = 0.13$
- d. Perhitungan rating untuk faktor peluang pada No 1 di dapat dari total jumlah 7 responden dibagi dengan jumlah faktor peluang. Perhitungannya adalah:  $\text{rating} = 21 : 5 = 4.2$
- e. Perhitungan bobot x rating untuk faktor peluang No 1 di dapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya adalah :  $\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0.13 \times 4.2 = 0.54$
- f. Total penjumlahan bobot x rating untuk Matriks EFE di dapat dari penjumlahan bobot x rating pada faktor-faktor peluang dan ancaman. Perhitungannya adalah :  $0.54+0.45+0.72+0.39+0.39+0.26+0.19+0.49+0.26 = 3.69$

## JAWABAN RESPONDEN

### A. Faktor Kekuatan dan Kelemahan

<b>Kekuatan</b>	Afdal Jambak (P1)	Hayati Pakpahan (P2)	Rinal di Pasari bu (P3)	Saddan Siregar (P4)	Lamsiar Tanjung (P5)	Enidawati Siregar (K1)	Sri Rahama Yanti (K2)	Jumlah
Kualitas produk yang dihasilkan terjamin	4	3	4	4	4	3	3	25
Harga produk yang terjangkau	4	4	3	4	2	3	3	23
Letak usaha yang strategis	4	4	4	4	4	4	3	27
Sebagai sumber penghasilan atau ekonomi	3	3	2	3	4	2	2	19
Produk ikan asin menjadi salah satu produk unggulan sebagai oleh-oleh Kota Sibolga	3	3	3	4	3	1	1	18
<b>Kelemahan</b>								
Jumlah modal dalam mengembangkan usaha terbatas	3	1	3	2	1	3	2	15
Kualitas ikan asin yang dihasilkan tergantung pada cuaca	3	2	1	1	1	3	3	14
Hasil ikan yang didapat tergantung pada hasil tangkap nelayan	1	1	2	1	2	3	2	12



## DOKUMENTASI

Dokumentasi dengan pengusaha dan pelanggan ikan asin di Kelurahan Pasar Belakang Kota Sibolga:









Dokumentasi produk ikan asin yang dijual di Pasar Belakang Kota Sibolga





