

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan wilayah laut yang lebih luas daripada luasnya daratan. Seluruh laut Indonesia berjumlah 3,1 juta km<sup>2</sup> atau 62 persen dari seluruh wilayah Indonesia. Selain itu, Indonesia juga merupakan negara dengan garis pantai terpanjang di dunia dengan jumlah panjang garis pantainya sekitar 81.000 km . Luas laut yang besar ini menjadikan Indonesia unggul dalam sector perikanan dan kelautan (Notji 2005).

Untuk itu pembangunan sektor kelautan dan perikanan sebagai sektor andalan utama pembangunan Indonesia merupakan pilihan yang sangat tepat, hal ini didasarkan atas potensi yang dimiliki dan besarnya keterlibatan sumberdaya manusia yang diperkirakan hamper 12,5 juta orang terlibat dalam kegiatan perikanan (Riyadi 2007)

Bali merupakan salah satu pulau di Indonesia yang dikenal karena memiliki pegunungan berapi yang hijau, terasering sawah yang unik, pantai, dan terumbu karang yang cantik. Terdapat banyak tempat wisata religi seperti Pura Uluwatu yang berdiri di atas tebing. Di Selatan, kota pesisir pantai Kuta menawarkan wisata hiburan malam yang tak pernah sepi, sementara Seminyak, Sanur, dan Nusa Dua dikenal dengan suguhan resort yang populer. Perekonomian Bali sebagian besar ditopang oleh sektor pariwisata. Denpasar merupakan pusat pemerintahan dan perekonomian hingga saat ini. Beberapa kegiatan ekonomi dan kawasan baru telah

dikembangkan untuk mendukung sektor pariwisata, seperti ekonomi kreatif, pariwisata maritim, dan ekowisata di Ubud, Nusa Dua, Seminyak, Jimbaran, dan beberapa tempat lainnya. Negara kepulauan yang sebagian besar luas wilayahnya merupakan perairan. Ikan merupakan salah satu hasil perikanan yang banyak dihasilkan di Indonesia dan merupakan sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat. Ikan mudah didapat dengan harga yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Kandungan protein yang tinggi pada ikan dan kadar lemak yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Pengolahan krupuk kulit ikan tuna yang berupa kulit ikan sudah dikembangkan beberapa daerah. Bali tidak hanya menjual produk ikan mentah tetapi olahan krupuk ikan salah satunya krupuk kulit ikan.

Pengolahan krupuk kulit ikan salah satunya ada di Denpasar, tepatnya di UD Putra Pusila Kecamatan Denpasar Selatan. Saya memilih judul “Strategi Pengembangan Usaha Krupuk Kulit Ikan Tuna Ud Putra Susila Kecamatan Denpasar Selatan” karena usaha krupuk kulit ikan tuna memiliki potensi pertumbuhan yang baik dan juga meningkatnya permintaan konsumen terhadap krupuk kulit ikan tuna, sehingga menjadi peluang untuk dikembangkannya produk krupuk kulit ikan ini. sehingga sangat cocok untuk dilakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Krupuk Kulit Ikan Tuna Putra Susila Denpasar Selatan.

UD putra Susila merupakan suatu tempat usaha yang bergerak dibidang perikanan khusus krupuk kulit ikan tuna. Usaha ini menjual produk hasil olahan dari kulit ikan tuna,krupuk kulit ikan tuna yang memiliki permintaan pasar yang

cukup tinggi dan baik untuk dikonsumsi sendiri maupun dijual kembali. Karena Usaha Krupuk Kulit Ikan Tuna di UD putra Susila ini mempunyai ciri khas yang berbeda yaitu menggunakan bumbu Bali.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat di simpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal pada UD krupuk kulit ikan tuna Putra Susila ?
2. Apa strategi pengembangan usaha krupuk kulit ikan tuna di UD Putra Susila?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) krupuk kulit ikan tuna di UD Putra Susila.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha krupuk kulit ikan tuna di UD Putra Susila

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, wawasan, serta refrensi yang berkaitan dengan stratgi pengembangan krupuk kulit ikan tuna putra susila

2. Penelitian ini juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu yang secara teoritis.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Dari hasil penelitian diharapkan memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan terkait strategi pengembangan krupuk kulit ikan tuna.
2. Sebagai ilmu pengetahuan dibidang pemasaran, khususnya usaha krupukk kulit ikan tuna.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertiana Krupuk Kulit Ikan Tuna**

Salah satu bagian hasil samping ikan tuna yang memiliki potensi untuk Menurut Rinjani (2017) mengungkapkan bahwa kulit ikan tuna merupakan hasil samping yang memiliki kandungan protein yang lebih tinggi daripada hasil samping yang lain seperti jeroan, kepala, dan daging hitam. Kisaran kandungan protein pada kulit tuna adalah sekitar 28,75 %. Data tersebut membuktikan bahwa hasil samping kulit ikan tuna berpotensi dijadikan sebagai sumber protein pada tubuh manusia dan dimanfaatkan dalam pengolahan produk pangan yang mudah diterima masyarakat Indonesia. Salah satu bentuk bahan pangan yang mudah diterima masyarakat Indonesia berdasarkan cara pengolahan dan mengkonsumsi yaitu dalam bentuk produk kerupuk kulit

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasniah Rasyid (2015) dengan judul strategi pengembangan usaha krupuk kulit ikan tuna Kabupaten Pangkep Provinsi Sumatra Selatan. Bagaimanakah Faktor Internal (kekuatan) IFAS yang mempengaruhi pengembangan usaha krupuk kulit ikan tuna yaitu tenaga kerja, kualitas produk, pemasaran yang sudah cukup luas. Faktor internal (kelemahan) yaitu sumber permodalan yang masih kurang , kemasan yang masih sederhana, merek produk yang belum terkenal.

Penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Nofy Ayunda, Asmaul Husna (2021) dengan judul strategi pengembangan usaha krupuk ikan tenggiri cap lang pelangi 2 di Desa Jang. Hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan penentuan harga pokok produksi yang rendah yang menyebabkan penentuan harga jual produk rendah dan berdampak pada laba perusahaan. Oleh karena itu, perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode konvensional saat ini dikatakan masih efektif.

Penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Hammad Akram, Netti Tinaprilla (2020), dengan judul strategi pengembangan usaha krupuk ikan lele di Kecamatan Bogor Barat, Jaewa Barat. Berdasarkan hasil analisis kelayakan aspek non finansial meliputi aspek pasar, aspek manajemen, aspek sosial dan ekonomi, pengembangan usaha krupuk ikan lele layak untuk dijalankan.

### **2.1.1 Proses Pengolahan Krupuk Kulit Ikan Tuna**

proses pengolahan krupuk kulit ikan tuna yaitu :

- ✓ Kulit ikan tuna dicuci bersih
- ✓ Direbus selama 2 menit sambil dibersihkan sisik yang masih melekat
- ✓ Setelah itu direbus lagi selama 30 menit lalu diangkat dan dijemur dibawah sinar matahari
- ✓ Setelah kering dicampurkan racikan bumbu berupa garam,peyedap rasa dan bawang putih dan direndam seikitar 1 menit

- ✓ Dijemur lagi sebelum digoreng
- ✓ Tahap pegepakan dilakukan oleh karyawan dengan mesin yang seadanya.

### **2.1.2 Kandungan Kulit Ikan Tuna**

Menurut Joice Patrecia Kolanus, Suggeng Hadinoto, Syarifuddin Idrus (2019) menjelaskan bahwa kulit ikan tuna merupakan bahan baku yang baik untuk mengisolasi kolagen karena kolagden merupakan penyusunan 80% protein yang terdapat pada kulit ikan tuna yang mengandung kolagen dengan redeem yang bervariasi anatar 11-63%.

### **2.1.3 Manfaat Kulit Ikan Tuna**

Ikan tuna banyak disukai masyarakat dan memiliki nilai yang ekonomis. Ikan tuna (*Thunus albacares*) berpotensi cukup tinggi dengan kandungan protein tinggi  $\pm 26$  g/100g daging dan kadar lemak rendah yaitu  $\pm 2,7$  g/100 daging. Kandungan gizi lain : mineral yaitu fosfor, kalsium, zat besi, sodium, Vit. A dan Vit. B. Ikan tuna memiliki nilai ekonomis cukup tinggi karena dapat diolah menjadi berbagai macam produk : Fillet, bakso, siomay, nugget, sosis, empek-empek dan kerupuk.

## **2.2 Strategi pengembangan**

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha merealisasikannya. Manajemen Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan suatu usaha atau organisasi. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam

mempertimbangkan factor-faktor internal dan eksternal yang di hadapi dalam suatu usaha atau perusahaan (Afridhal, 2017).

## 2.3 Analisis SWOT

### 2.3.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perancangan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*), yang terjadi dalam proyek atau sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam factor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal. (Mashurui dan Nurjannah, 2020. Analisis Swot sebagai strategi meningkatkan daya saing. *Jurnal Perbankan Syariah* Vol.1, No.1 : 97-112

Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisis ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi suatu tempat usaha. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis factor-faktor yang

mempengaruhi Perusahaan, sebagai proses pengambilan Keputusan untuk menentukan strategi (Istiqomah dan Anriyanto, 2017).

### **2.3.2 Faktor-Faktor Dalam Analisis SWOT**

#### **1. Kekuatan (*Strength*)**

Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh Perusahaan atau ketersediaan bagi suatu Perusahaan yang membuat Perusahaan relatif unggul dibandingkan Perusahaan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi Perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pemnelli dan pemaok dan faktor-faktor lain. Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki Perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada kepemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan oleh suatu usaha yang bersangkutan.

#### **2. Kelemahan (*Weakness*),**

Kelemahan merupakan keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu Perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan tersebut bisa terlihat

pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen calon pengguna dan Tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai. Kekuatan dan kelemahan internak merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu Perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/pemasok dapat menjadi peluang bagi Perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu Perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi Perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau diinginkan. Maksudnya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar menawar dari pembeli/pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan penentu strategi untuk memaksimalkan peranan

faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam sebuah perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

### 2.3.3 Analisis Matriks SWOT

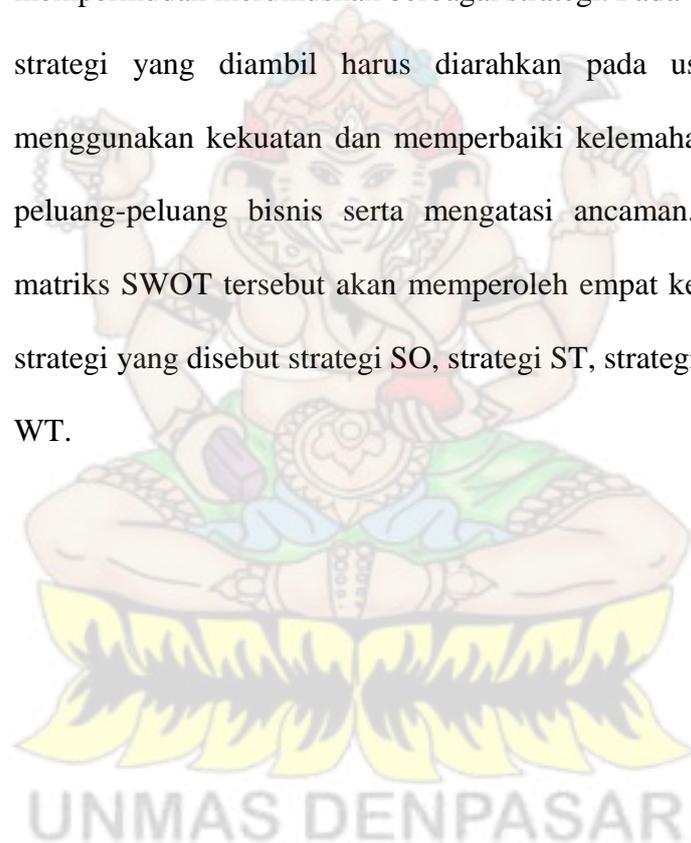
Untuk membuat suatu rencana harus mengevaluasi suatu faktor eksternal maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor yang harus menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh Perusahaan yang bersangkutan.

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor internal dan eksternal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strength* dan *weakness* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam Perusahaan, meliputi semua macam manajemen fungsional pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen.
2. Faktor eksternal ini mempengaruhi *opportunities* dan *threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan

perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry dan lingkungan bisnis makro ekonomi, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal Perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.



### 2.3 Tabel Matriks SWOT

IFAS EFAS	<b>Kekuatan- Strengths(S)</b> Daftar semua kekuatan yang dimiliki	<b>Kelemahan- weakness(W)</b> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<b>Peluang-<i>opportunities</i> (O)</b> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	<b>Strategi SO</b> Gunakan semua kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada	<b>Strategi WO</b> Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang ada
<b>Ancaman- <i>Threats</i>(T)</b> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	<b>Strategi ST</b> Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman	<b>Strategi WT</b> Twkan semua kelemahan dengan cegah semua ancaman

Masing-masing alternatif strategi tersebut adalah:

- a. Strategi SO (*Strenght – Opportunity*) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (*Strenggh- Threath*) Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kuatan yang dimiliki Perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.
- c. Strategi WO (*Weakness- Opportunity*) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- d. Strategi WT (*Weakness- Threath*) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensiif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan Perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran utama yang memiliki strategi yang berbeda untuk masing-masing kuadranya. Gambar diagram kuadran analisis SWOT dan penjelasannya sebagai berikut:



**Gambar 2.4 Kuadran Analisis SWOT**

Sumber Frida Juliamitra,2021 Strategi pengembangan usaha krupuk ikan tenggiri.

Skripsi, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau)

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan tersebut Memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang sudah ada.

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain Pihak, ia menghadapi beberapa kendala/ kelemahan internal.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

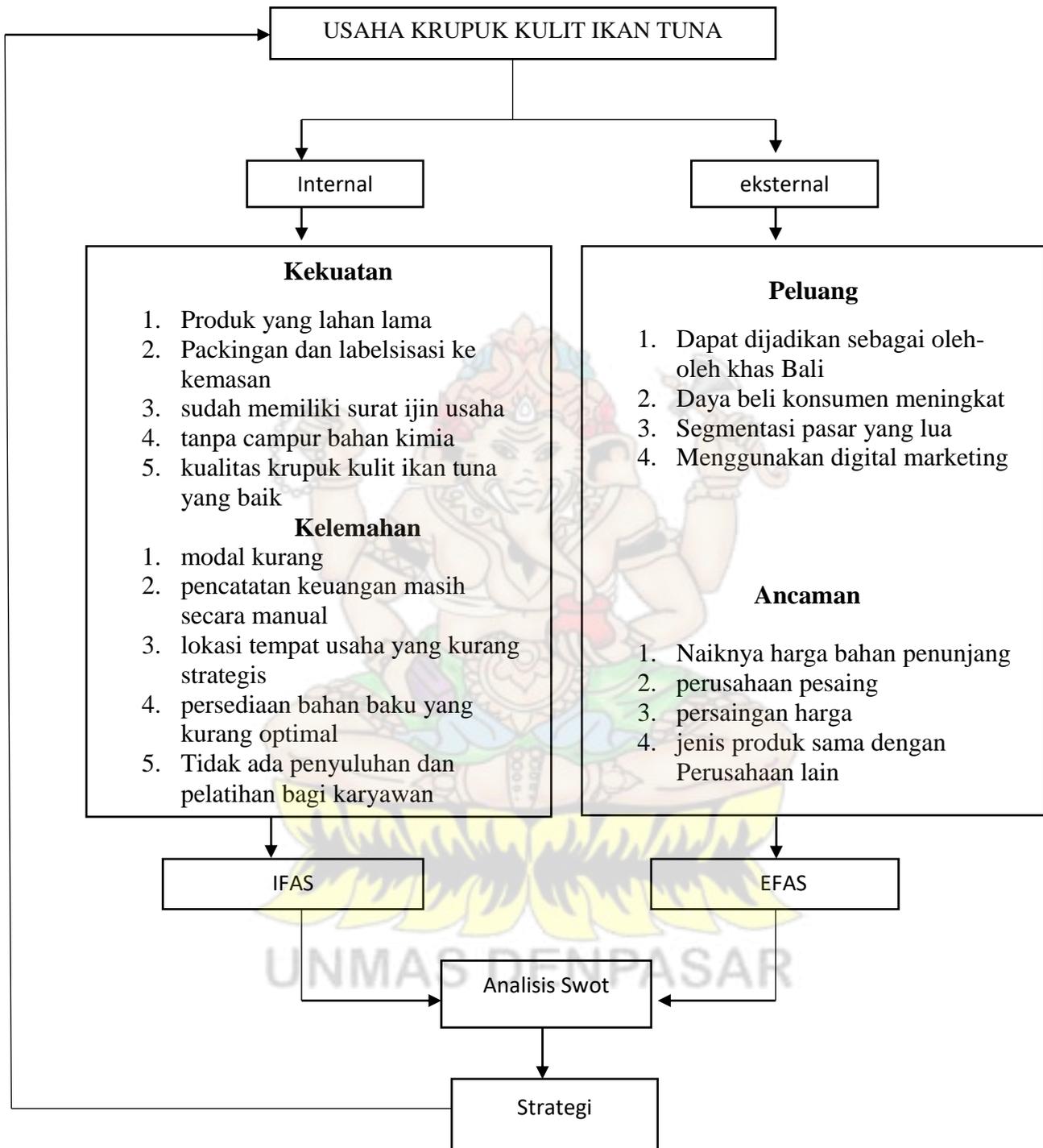
#### **2.4 Kerangka Berpikir**

Usaha krupuk kulit ikan tuna adalah usaha kulit ikan yang bergerak dibidang perikanan yang mempunyai prospek yang baik untuk dikembangkan. Bahan baku yang dipergunakan adalah dari sumber daya alam yaitu kulit ikan tuna. Dalam hal ini pengembangan usaha krupuk kulit ikan tuna diperlukan suatu manajemen strategi guna untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Kondisi internal dan eksternal perlu dilakukan untuk mengatasi kondisi manajemen suatu usaha baik dari segi pengolahan dan pengembangan yang dibutuhkan untuk dalam sebuah usaha. Analisis internal dan eksternal berguna

untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha krupuk kulit ikan tuna. Tahap selanjutnya adalah informasi yang diperoleh kemudian dimasukkan dalam matriks *Ineternal Factor Analisis Summary* (IFAS) Dan *Eksternal Factor Anaalisys Summary* (EFAS) dan setelah itu matriks EFAS dan IFAS dipadukan untuk mengetahui produk krupuk kulit ikan tuna berada pada posisi kuat, sedang atau lemah. Kemudian matriks SWOT yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada UD Putra Susila.





## 2.5 Kerangka Berpikir

## 2.6 Peneliti Terdahulu

**Tabel 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti dan judul penelitian	Metode yang digunakan	Hasil penelitian	Perbedaan dan persamaan
1	Fretes (2013) Strategi pengembangan krupuk ikan bandeng di kota kota Ambon.	Metode analisis swot	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa posisi pariwisata di Kabupaten Letimur Selatan Kota Ambon yaitu strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk dan alternatif strategi yang layak diimplementasikan	Perbedaan dari penelitian ini yaitu komdoti. Sedangkan persamaan yaitu sama-sama menggunakan strategi analisis SWOT.
2	Wahida, dkk (2015) Strategi pengembangan krupuk ikan payus (Elops Hawaiensis)	Metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa potensi dan usahanya cukup mendukung.	Perbedaan dari penelitian ini yaitu objek penelitian dan waktu penelitain. Sedangkan persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif
3	Rahma (2012) Strategi pengembangan krupuk udang.	Metode analisis swot.	Hasil penelitian menunjukan bahwa perkembangan penjualan krupuk udang merek super ekstra mengalami penigkatan besar	Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian dan waktu penelitian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode analisis SWOT
4	Lestari (2018) Strategi pengembangan usaha krupuk bawang.	Metode studi kasus dan metode analisis data, metode swot.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa konsumen krupuk bawang berada pada kriteria	Perbedaan dari penelitian ini yaitu objek penelitian dan tahun. Sedangkan persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode analisis data dan SWOT
5	Nofrizal (2017) Strategi pengembangan usaha krupuk kentang di Kapupaten Solok	Metode deskriptif, matrix SWOT	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa hasil produksi yang berada di bawah rata-rata atau retative lemah secara inernal	Perbedaan penelitian ini yaitu objek penelitian dan waktu penelitian. Sedangkan persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif dan matrix SWOT