

Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Melalui Bantuan Dinas Perikanan dan Kelautan: Studi Kasus Kelompok Olah Pasar Doa Ibu Desa Jaya Mukti Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang

Devi Puspita Sari¹ Enjang Suherman² Laras Ratu Khalida³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,

Universitas Buana Perjuangan Karawang

mn20.devisari@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, enjang.suherman@ubpkarawang.ac.id²,

laras.ratu@mhs.ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

Kelompok olah pasar doa ibu has been around since 1990, founded and chaired by Mr. Kaning. The existing products are marine products. The market sports group has 10 members and has not experienced any changes since its inception until now. The problems that occurred in the Mother's Prayer Market Processing Group were the management of assistance from the fisheries and maritime department, hampered capital circulation, and human resources experiencing problems. This research aims to find out strategies for the development of small and medium industries in the mother's prayer market group. This research method uses the SWOT analysis method to assist research analysis in determining quadrant positions and alternative strategies to be used. The research results obtained are that the market processing group is in quadrant III position with a difference between IFAS, namely -0.24 and the difference between EFAS, namely 0.64. With these results, there is a big opportunity but it has internal weaknesses, so the alternative used is the WO strategy. To minimize internal weaknesses, strategies such as training and coaching are needed for human resources in the market processing group. By implementing this strategy, it is hoped that the market transformation team will gain human capital development and have an impact on the growth of the company they lead.

Keywords: Industry, Small, Intermediate, Development

ABSTRAK

Kelompok olah pasar Doa Ibu sudah berdiri sejak 1990 yang didirikan dan diketuai oleh Bapak Kaning. Produk yang ada merupakan hasil laut. Kelompok olah pasar memiliki 10 anggota dan tidak mengalami perubahan sejak awal berdiri hingga saat ini. Masalah yang terjadi dalam kelompok olah pasar Doa Ibu ini merupakan pengelolaan bantuan dari Dinas Perikanan Dan Kelautan, perputaran modal yang terhambat, dan sumber daya manusia yang mengalami permasalahan. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi untuk perkembangan industri kecil menengah kelompok olah pasar Doa Ibu. Metode penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk membantu analisis penelitian dalam penentuan posisi kuadran dan alternatif strategi yang akan digunakan. Informan pada penelitian yaitu ketua dan anggota kelompok olah pasar yang berjumlah 10 informan. Hasil penelitian yang didapat yaitu kelompok olah pasar berada pada posisi kuadran III dengan selisih IFAS yaitu -0,24 dan selisih dari EFAS yaitu 0,64 dengan hasil tersebut maka peluang yang besar akan tetapi memiliki kelemahan pada internal, maka alternatif yang digunakan yaitu strategi WO. Untuk meminimalisir kelemahan pada internal diperlukan strategi seperti pelatihan dan pembinaan untuk sumber daya manusia yang ada dalam kelompok olah pasar tersebut. Dengan

menerapkan strategi tersebut diharapkan kelompok olah pasar mengalami perkembangan dalam sumber daya manusia dan berdampak pada perkembangan usaha yang dijalankan.

Kata kunci: Industri, Kecil, Menengah, Pengembangan

PENDAHULUAN

Desa Jayamukti merupakan salah satu dari 12 desa yang berada dalam wilayah administratif Banyusari, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Letak astronomis Desa Jayamukti adalah 06.309240 Lintang Selatan dan 107.566510 Bujur Timur. Secara geografis terletak di pesisir utara berbatasan dengan Laut Jawa, dengan ketinggian wilayah 38 meter, serta jarak ke kecamatan 5 Km dan 39 Km ke kabupaten (Rahdiana et al. 2023).

Undang-Undang Perindustrian Nomor 3 Tahun 2014 memberikan dasar yang kuat untuk mendorong pembangunan dan penguatan industri di tingkat nasional, terutama Industri Kecil dan Menengah (IKM). Pengembangan IKM perlu didukung oleh program dari Dinas Perikanan dan Kelautan yang memberikan bantuan yang diperlukan (PERINDUSTRIAN 2023).

Untuk mendukung pengembangan pelaku usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM), Pemerintah Kota Karawang telah menerapkan Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Karawang Nomor 7 Tahun 2022 tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi dan Usaha Mikro. Dalam peraturan daerah tersebut, disebutkan bahwa pemerintah kota Karawang bertanggung jawab atas perlindungan koperasi dan usaha mikro dari segala hal yang dapat menghambat dan merugikan pertumbuhan serta pengembangan koperasi dan usaha mikro. Dalam PERDA tersebut juga dijelaskan upaya pemerintah daerah yaitu dengan melakukan pendampingan, pembinaan, dan pengawasan dengan tujuan untuk pengembangan untuk koperasi dan usaha mikro (Yelvita 2022).

Berdasarkan hasil pra penelitian yang telah dilakukan dengan wawancara kepada ketua Kelompok Olah Pasar Doa Ibu. Adapun tujuan awal pembentukan Kelompok Olah Pasar Doa Ibu yaitu membantu masyarakat sekitar dengan membuat peluang usaha baru selain menjadi buruh tani, diharapkan dengan adanya Kelompok Olah Pasar Doa Ibu dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Karena penjualan ikan terus meningkat lalu dibentuklah kelompok usaha untuk membantu penjualan produk. Setelah itu, Kelompok Olah Pasar Doa Ibu dibawah binaan Dinas Perikanan dan Kelautan Karawang memberikan bantuan berupa alat produksi (3 *freezer* dan 3 kompor) diharapkan bantuan tersebut dapat membantu dalam proses produksi optimal. Berdasarkan fenomena Bantuan yang didapat menurut ketua kelompok masih kurang karena permintaan konsumen tinggi dan terbatasnya pengelolaan sumber daya manusia yang menjadikan usaha tersebut kurang berkembang. Adapun masalah dihadapi oleh Kelompok Olah Pasar Doa Ibu desa Jayamukti Kecamatan Banyusari adalah kurangnya pengelolaan manajemen sumber daya manusia untuk mengembangkan usaha, yang mengakibatkan kelompok olah pasar Doa Ibu ini tidak adanya penambahan anggota dan tidak bisa memenuhi permintaan pasar tinggi.

Tabel 1. Data Anggota Kelompok Olah Pasar Doa Ibu

No	Nama	Umur	Jenis kelamin	Jabatan	Lama bergabung	Alamat
1.	Kaning	60 tahun	L	Ketua	40 tahun	Desa Jayamukti
2.	Dani	19 tahun	L	Anggota	3 tahun	Desa Jayamukti
3.	Tarma	35 tahun	L	Anggota	18 tahun	Desa Jayamukti
4.	Darsih	40 tahun	P	Anggota	27 tahun	Desa Jayamukti
5.	Asman	54 tahun	L	Anggota	30 tahun	Desa Jayamukti
6.	Casti	33 tahun	P	Anggota	18 tahun	Desa Jayamukti
7.	Uju	30 tahun	P	Anggota	14 tahun	Desa Jayamukti
8.	Sami	35 tahun	P	Anggota	15 tahun	Desa Jayamukti
9.	Iwil	50 tahun	P	Anggota	30 tahun	Desa Jayamukti
10.	Uun	55 tahun	P	Anggota	38 tahun	Desa Jayamukti

Dari Data Anggota Kelompok Olah Pasar Doa Ibu di atas terdapat 9 anggota dan 1 ketua kelompok. Perempuan merupakan anggota terbanyak dalam Kelompok Olah Pasar Doa Ibu, adapun usia tertua yaitu bapak Kaning selaku ketua kelompok dan usia termuda yaitu anak bapak Kaning yaitu Dani. Pembagian tugas yang ada pada kelompok olah pasar yaitu 3 orang produksi dan 7 orang sebagai pemasar produk.

Menurut penelitian (Abbas et al. 2023) salah satu penyebab Industri Kecil dan Menengah (IKM) sendiri mempunyai sumber daya manusia yang terbatas adalah karena pengelolaan pada umumnya masih dilakukan dengan cara tradisional dan sifat yang melekat pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah Usaha tradisional sering mengalami keterbatasan dalam hal pendidikan formal, pengetahuan dan keterampilan. Hal ini menyebabkan pengelolaan Industri Kecil dan Menengah (IKM) cenderung sangat praktis dan sederhana sulit untuk dikembangkan secara optimal

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan industri kecil dan Menengah (IKM) melalui bantuan Dinas Perikanan dan Kelautan (Studi Kasus Kelompok Olah Pasar Doa Ibu Desa Jaya Mukti Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang).

TINJAUAN LITERATUR

Pengembangan Industri Kecil Menengah

Pengelolaan dan pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) memerlukan perhatian yang lebih dari berbagai pihak agar UKM dapat menggambarkan potensi untuk maju dan berkembang, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Sesuai dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengembangan dalam bidang sumber daya manusia, seperti yang diatur dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c, dilakukan melalui beberapa cara: memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, serta membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan. Dari ketiga aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa

sumber daya manusia merupakan subjek yang sangat penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Harthi and Triadinda 2022).

Menurut Badan Pusat Statistik, industri kecil didefinisikan sebagai usaha rumah tangga yang melakukan kegiatan mengolah barang dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi, mengubah barang setengah jadi menjadi barang jadi dengan tujuan untuk dijual. Industri kecil juga dapat dikategorikan berdasarkan jumlah pekerja, di mana perusahaan atau industri yang mempekerjakan 1 sampai 19 orang, termasuk pengusaha, termasuk dalam kategori ini. Ini mencakup baik perusahaan atau usaha yang berbadan hukum maupun yang tidak (Handayani et al. 2019).

Strategi pengembangan adalah pola, sasaran, kebijakan, atau rencana umum yang bertujuan meraih tujuan yang telah ditetapkan. Ini dinyatakan dengan mendefinisikan bisnis yang dijalankan atau seharusnya dijalankan oleh perusahaan, industri, atau usaha.(Putri Wahyuni Arnold, Pinondang Nainggolan, and Darwin Damanik 2020). Kualitas sumber daya manusia adalah hal yang sangat penting dalam perkembangan usaha secara keseluruhan (Nabawi and Basuki 2022).

Menurut Jafar Hafsah, pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah tanggung jawab bersama pemerintah dan masyarakat. Pemerintah harus meningkatkan pelatihan dalam berbagai aspek, seperti kewirausahaan, manajemen, dan administrasi, serta memberikan kesempatan bagi IKM untuk menerapkan hasil pelatihan melalui kemitraan rintisan (Hasanah, Muhtar, and Muliastari 2020). Dalam buku strategi pengembangan dan pemasaran UMKM 2023-51:54, aspek-aspek dalam pengembangan usaha meliputi: Pemasaran, Sumber daya manusia, Bidang produksi, dan Bidang permodalan. Dalam konteks sumber daya manusia, ini merujuk kepada individu-individu yang tergabung dalam kelompok atau organisasi, memiliki keahlian dan keunggulan. Jika dikelola dengan baik, sumber daya manusia ini menjadi potensi yang dapat memberikan keuntungan bagi kelompok atau organisasi tersebut. Adapun indikator kualitas sumber daya manusia adalah :

1. Pengetahuan individu meliputi manajemen bisnis, pengetahuan produk atau layanan jasa, pengetahuan konsumen, dan promosi
2. Keterampilan yang berkaitan meliputi keterampilan produksi, komunikasi, kolaborasi, pemantauan, keuangan, dan administrasi.
3. Kemampuan individu untuk menjalankan usaha, mengambil keputusan, memimpin, mengelola, berinovasi, dan mengubah lingkungan bisnis

Adapun tujuan dari pengembangan usaha adalah :

1. Kelestarian dinamis produk: peningkatan volume produksi dan diversifikasi
2. Kelestarian dinamis proses produksi: mengurangi produk gagal, penerapan pencatatan keuangan, dan pengaturan aliran barang.
3. Kelestarian dinamis sumber daya usaha: kontrol kualitas, peningkatan kompetensi tenaga kerja, efisiensi konsumsi bahan baku, dan pengolahan limbah/sampah
4. Kelestarian dimanis peran strategis usaha mengalami peningkatan aset, omset dan tenaga kerja.(fifyan permata Sari et al. 2023)

Peran belanja bantuan sosial dinas perikanan dan kelautan

Menurut Fajrin (2010), pemerintah memiliki dua peran terkait dengan bidang ekonomi dalam pengembangan masyarakat: Sebagai Fasilitator: Pemerintah daerah dapat mempercepat proses pembangunan melalui perbaikan lingkungan di daerahnya, meningkatkan prosedur perencanaan, dan pengaturan penetapan daerah (zoning) untuk memperbaiki kondisi. Sebagai Stimulator: Pemerintah daerah dapat merangsang penciptaan dan pengembangan usaha dengan melakukan tindakan khusus yang mendorong perusahaan-perusahaan untuk berinvestasi di daerah tersebut. (Khalida 2023)

Menurut Soekanto (tahun 2002), peran adalah aspek yang memiliki kedudukan dinamis. Ketika seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya berdasarkan kedudukannya, maka ia telah menjalankan suatu peranan. Sedangkan status adalah hak dan kewajiban yang berkaitan dengan kedudukannya untuk menjalankan fungsinya. (Rumarey Wattimena, Rustadi, and Suadi 2022) Belanja Bantuan Sosial merupakan transfer uang atau barang yang diberikan oleh Pemerintah Pusat/Daerah kepada masyarakat untuk melindungi mereka dari risiko sosial. Berdasarkan Buletin Teknis Nomor 10 Standar Akuntansi Pemerintahan tentang Akuntansi Belanja Bantuan Sosial, transfer uang/barang/jasa dalam belanja bantuan sosial memiliki ketentuan sebagai berikut:

- a. Belanja bantuan sosial dapat langsung diberikan kepada anggota masyarakat dan/atau lembaga kemasyarakatan, termasuk bantuan untuk lembaga non-pemerintah di bidang pendidikan dan keagamaan.
- b. Belanja bantuan sosial dapat bersifat sementara atau berkelanjutan.
- c. Belanja bantuan sosial ditujukan untuk mendanai kegiatan rehabilitasi sosial, perlindungan sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, penanggulangan kemiskinan, dan penanggulangan bencana.
- d. Tujuan belanja bantuan sosial adalah meningkatkan taraf kesejahteraan, kualitas hidup, kelangsungan hidup, dan memulihkan fungsi sosial agar mencapai kemandirian sehingga terlepas dari risiko sosial. (Supit, Manoppo, and Kayadoe 2022)

Menurut Permendagri No. 39 Tahun 2012 Pasal 1, bantuan sosial adalah pemberian bantuan berupa uang atau barang dari pemerintah daerah kepada individu, keluarga, kelompok, dan/atau masyarakat yang tidak bersifat secara terus menerus dan selektif. Pemberian bantuan sosial bertujuan untuk mengurangi risiko sosial yang timbul dari kondisi tertentu. Tujuan dari pemberian bantuan sosial tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 81/PMK.05/2012, yaitu rehabilitasi sosial, perlindungan sosial, pemberdayaan sosial, jaminan sosial, penanggulangan kemiskinan, dan penanggulangan bencana (Natasya and Hardiningsih 2021)

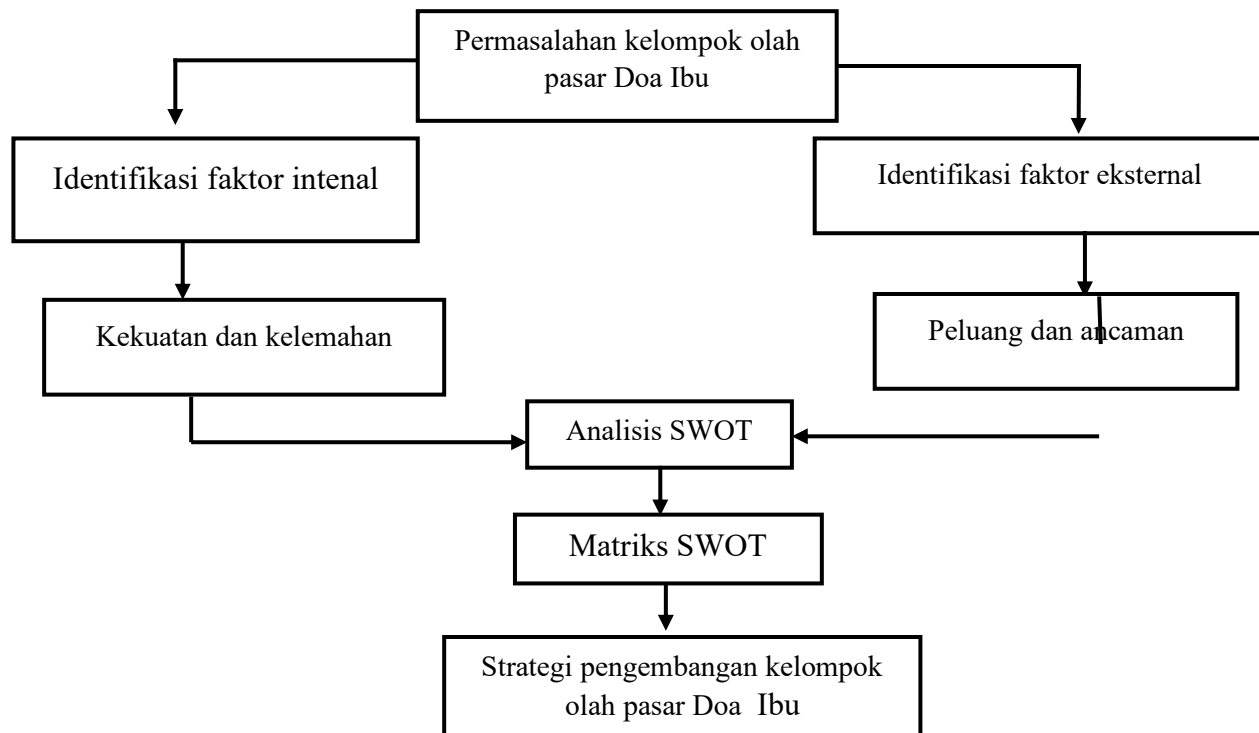
Pemerintah dan Dinas Perikanan Kelautan memiliki peran penting dalam menyediakan bantuan program untuk menunjang pengembangan sektor tersebut. Dukungan ini termasuk peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang mencakup aspek pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, kemitraan,

perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan. Selain itu, pemerintah juga bertanggung jawab untuk mengembangkan sumber daya manusia dengan cara mengelola dengan baik kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis manajerial, serta menyediakan pelatihan untuk meningkatkan pendidikan, motivasi, kreativitas bisnis, dan menciptakan wirausaha baru. Peran pelaku usaha dan masyarakat juga penting dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif.. (Bakhri 2020)

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir menggunakan kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Untuk tujuan memberikan nasihat tentang perencanaan.(Assyakurrohim et al. 2022) Dengan maksud untuk memberi saran mengenai bagaimana strategi untuk mengembangkan industri kecil menengah Doa Ibu di Desa Jayamukti Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. Dengan hal tersebut peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui faktor internal dan eksternal penyebab tidak berkembangnya kelompok olah pasar tersebut menggunakan matriks *IFAS* dan *EFAS*. Matriks *IFAS* dan *EFAS* terdiri dari kolom bobot, *rating*, dan nilai total, yang merupakan hasil kali bobot dan *rating* (Wahyunawati 2023).

Lalu menganalisis data menggunakan analisis *SWOT*. Analisis *SWOT* menggambarkan analisis lingkungan internal usaha atau sebuah organisasi ditinjau dari kekuatan dan kelemahannya, serta mencari lingkungan eksternal termasuk peluang dan ancaman. Tujuannya adalah memperoleh wawasan strategis dan menganalisis fakta dan data untuk mencapai pemahaman yang koheren tentang perencanaan strategis.(Anam and Setyawan 2019) setelah mengetahui faktor internal dan eksternal penyebab tidak berkembangnya kelompok oleh pasar Doa Ibu tersebut setelah itu merencanakan strategi menggunakan matriks *SWOT*. Penulis menggunakan matriks *SWOT* sebagai metode analisis data karena mencakup empat jenis strategi pengembangan bisnis: Strategi *SO*: menggunakan kekuatan untuk menangkap peluang, Strategi *WO*: meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, Strategi *ST*: memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman, Strategi *WT*: meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.(R. P. Sari, Mariam, and Sinaga 2021)



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penulis

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kelompok Olah Pasar Doa Ibu dengan alamat Desa Jayamukti Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. Penelitian merupakan jenis penelitian kualitatif studi kasus. Penelitian kualitatif dipilih karena permasalahan yang diajukan peneliti memerlukan informasi rinci dari informan yang memahami strategi pengembangan industri kecil dan menengah (Alivka 2022). Sumber data dari penelitian menggunakan data primer untuk mengambil hasil dari wawancara, observasi dan kuesioner untuk menentukan *rating*, bobot berdasarkan informan dan sumber data sekunder menggunakan informasi yang sudah ada seperti buku, jurnal terdahulu, dan *website*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik *pusposive sampling*, *Purposive sampling* adalah metode sampling non-random di mana peneliti memilih sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat merespons kasus penelitian dengan lebih baik. (Lenaini 2021). Informan berjumlah 10 orang terbagi menjadi 2 macam yaitu utama dan kunci. Ketua kelompok sebagai informan kunci dan anggota kelompok menjadi informan utama dalam penelitian ini. Teknik pengambilan data pada penelitian ini dengan melakukan observasi, wawancara dan kuesioner untuk menentukan *rating* dan bobot, untuk mendapatkan informasi dari informan yang ada pada penelitian ini. Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Oktober 2023 sampai Januari 2024. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan matriks *IFAS* dan *EFAS* untuk mengetahui masalah internal dan eksternal dalam kelompok olah pasar ini untuk mengembangkan usahanya lalu digunakan analisis *SWOT* Menurut

pakar *SWOT*, Fredy Rangkuti, analisis *SWOT* adalah identifikasi sistematis berbagai faktor untuk membangun strategi bisnis. Analisis ini mengambil situasi dan kondisi sebagai masukan, kemudian dikelompokkan sesuai kontribusinya masing-masing. (Fitri Anggreani 2021)

Setelah melakukan analisis *SWOT* untuk mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan pada kelompok olah pasar Doa Ibu, dilakukan analisis perumusan strategi pengembangan dengan matriks *SWOT*. Hasil analisis faktor eksternal dan internal, termasuk peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan, ditentukan dengan memperhitungkan rangkuman dari Strategic Factor Analysis Internal (IFAS) dan Strategic Factor Analysis External (EFAS).

Ada empat sel kuadran *SWOT* yang mungkin terjadi:

Kuadran I (positif, positif): Menunjukkan bahwa perusahaan kuat dan memiliki peluang. Rekomendasi strategis: strategi agresif. Kuadran II (positif, negatif): Menunjukkan bahwa perusahaan kuat tetapi menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategis: diversifikasi strategis.

Kuadran III (negatif, positif): Menunjukkan bahwa meskipun perusahaan lemah, terdapat peluang besar. Rekomendasi strategis: mengubah makna organisasi. Kuadran IV (negatif, negatif): Menunjukkan bahwa perusahaan lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategis: strategi defensif. (Sonia, Fithriyyah, and Kunci 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kelompok Olah Pasar Doa Ibu adalah kelompok yang berdiri sejak tahun 1990 dan diketuai oleh bapak Kaning. Kelompok olah pasar berada pada Desa Jayamukti Kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang. Pada awal terbentuknya ketua anggota memulai dengan berjualan secara individu seiring bertambahnya jumlah permintaan produk maka mengajak masyarakat sekitar untuk membentuk kelompok olah pasar Doa Ibu. Kelompok olah pasar Doa Ibu memiliki 10 anggota dari awal hingga saat ini terdiri dari 3 orang mengelola produksi dan 7 orang memasarkan produk. Produk yang ada dalam kelompok olah pasar ini yaitu mulai dari ikan mentah seperti ikan pari, bawal, tongkol, bandeng, deles. Untuk produk matang di goreng krispi seperti udang, ikan cue, teri. Dalam sehari pemasar bisa mengambil produk mentah sekitar 10kg - 50kg per orang untuk dijual dan dipasarkan ke wilayah Cikampek, Subang dan Karawang. Dengan hal tersebut pemerintah daerah melihat potensi kelompok olah pasar agar mendapatkan bantuan sosial berupa fasilitas yang dibutuhkan. Bantuan yang diberi sejak 5 tahun ke belakang berupa kompor dan *freezer* itu pun tidak merata pada seluruh anggota.

Diagram 1 *SWOT* kelompok olah pasar doa ibu

Kekuatan	Kelemahan
1. Produk yang diminati pelanggan lebih dari 10 tahun karena sejak berdirinya	

<p>kelompok olah pasar produk yang ditawarkan tetap dan tidak ada pengurangan jenis produk yang diproduksi.</p> <p>2. Ketua dan antar anggota sudah memahami tugas yang dijalankan seperti pemasar tidak bentrok untuk wilayah jual.</p> <p>3. Pemasar sebagai anggota juga mempunyai pelanggan yang memasarkan kembali produk di wilayah yang berbeda</p>	<p>1. Anggota kelompok tidak memiliki pengetahuan lebih mengenai industri kewirausahaan.</p> <p>2. Ketua anggota mengambil keputusan dan pemecahan masalah yang ada di kelompok olah pasar berdasarkan pengalaman dan kekeluargaan.</p> <p>3. Bahan utama tidak setiap waktu didapat dengan mudah karena produk olah pasar doa ibu ini berasal dari laut.</p> <p>4. Kelompok olah pasar menggunakan kemasan yang masih sederhana tidak ada <i>brand</i>, komposisi dan label halal.</p>
<p>Peluang</p> <p>1. Kelompok olah pasar mendapatkan bantuan sosial dari pemerintah daerah berupa alat produksi <i>freezer</i> dan kompor.</p> <p>2. Bantuan yang didapat berguna bagi proses produksi.</p> <p>3. Memiliki pelanggan yang luas karena pemasar menjual produk ke berbagai wilayah yang berbeda.</p> <p>4. Interaksi dengan distributor baik.</p>	<p>Ancaman</p> <p>1. Produk mudah ditiru, dengan bahan pendamping mudah didapat dan cara pengolahan yang mudah maka pesaing dapat meniru produk yang dijual</p> <p>2. Tidak adanya calon tenaga ahli usaha di daerah tersebut yang ingin menjadi anggota kelompok olah pasar dikarenakan terkendala upah yang akan diberikan.</p> <p>3. Pemasar mengambil produk dari pesaing lain.</p> <p>4. Tidak adanya pembinaan dan pelatihan mengenai usaha industri</p>

Tabel 2 Matriks IFAS (Eksternal Faktor Analisis Strategi)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Produk sudah bertahan lama kurang lebih 10 thn	0.10	3	0.31
2	Bahan pendamping mudah dicari	0.14	4	0.55
3	Sumber daya manusia yang mempunyai kerja sama yang kuat	0.14	4	0.55
4	Pengolahan produk sederhana	0.10	3	0.31
	Jumlah kekuatan			1.72
	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Anggota kelompok berpendidikan SD-SMP	0.14	4	0.55

2	Ketua kelompok mengambil keputusan berdasarkan pengalaman	0.10	3	0.31
3	Mengalami kendala mengenai alat produksi	0.14	4	0.55
4	Kemasan produk sederhana	0.14	4	0.55
	Jumlah kelemahan			1.97
	Total	1.00	29.00	-0.24

Tabel 3 Matriks EFAS (Eksternal Factor Analisis Strategi)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Pekerjaan sebelum anggota poklasar yaitu petani dan buruh tani	0.14	4	0.57
2	Bantuan yang didapat sesuai kebutuhan	0.07	2	0.14
3	Penjualan tersebar di pasar Subang-Karawang	0.07	2	0.14
4	Poklasar membutuhkan bantuan selain <i>frezerr</i> dan kompor	0.14	4	0.57
5	Memiliki banyak pelanggan	0.14	4	0.57
	Jumlah peluang			2.00
	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1	Tidak ada pembinaan dari pemerintah mengenai usaha <i>industry</i>	0.07	2	0.14
2	Produk mudah ditiru kompetitor	0.11	3	0.32
3	Bahan utama ikan tergantung cuaca	0.11	3	0.32
4	Tidak ada calon ahli dalam poklasar	0.14	4	0.57
	Jumlah ancaman			1.36
	Total	1.00	28	0.64

Hasil analisis *IFAS* menunjukkan skor kekuatan sebesar 1.72 dan skor kelemahan sebesar 1.97. Dan untuk analisis *EFAS* menunjukkan skor peluang sebesar 2.00 sedangkan skor ancaman yaitu 1.36. Untuk menentukan titik X dan Y dalam grafik matriks *SWOT* dilakukan dengan cara mencari selisih antara *IFAS* dan *EFAS*. Dengan hal tersebut maka selisih dari kekuatan dan kelemahan yaitu -0,24 titik X dan selisih dari peluang dan ancaman yaitu sebesar 0.64 titik Y.

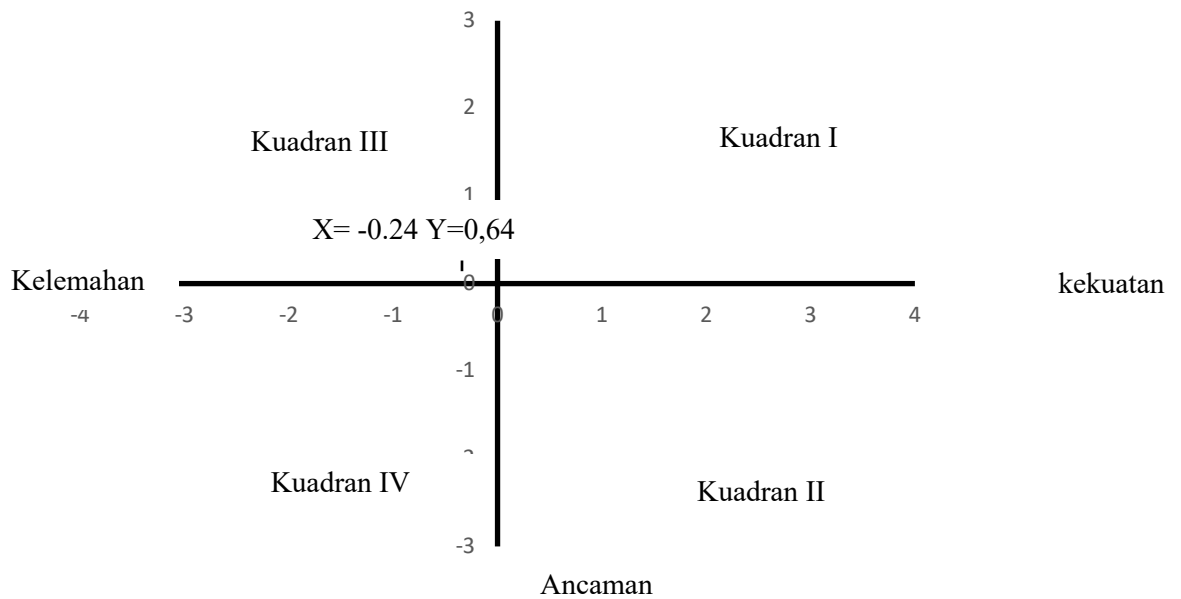


Diagram 2. SWOT Kelompok Olah Pasar Doa Ibu

Dilihat dari hasil titik X dan Y berada pada kuadran III dalam matriks SWOT yang berarti adalah industri kecil menengah kelompok olah pasar ini mempunyai peluang dari pasar seperti mempunyai distributor dan pelanggan yang luas. Akan tetapi memiliki kelemahan dari sumber daya internal. Kondisi seperti ini dibutuhkan strategi yang dapat meminimalkan masalah internal yang ada dalam kelompok olah pasar Doa Ibu dan memaksimalkan peluang yang telah di dapat.

Matriks 1. Kelompok Olah Pasar Doa Ibu

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan (Strengths) a. Produk sudah bertahan lama kurang lebih 10 tahun b. Memiliki sumber bahan yang mudah didapat c. Sumber daya manusia yang mempunyai kerja sama yang kuat d. Proses pengolahan tidak terlalu rumit e. Produk terdapat banyak distributor	Kelemahan (Weakness) a. Wawasan anggota kelompok mengenai bisnis. b. Ketua kelompok mengambil keputusan berdasarkan pengalaman. c. Tidak bisa memenuhi kebutuhan pasar. d. Kemasan produk sederhana.
	Peluang (Opportunities) a. Mengelola bantuan yang didapat b. Bentuk bantuan apakah sesuai yang	Strategi SO 1. Meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan baru 2. Mendorong kinerja karyawan dengan agar

dibutuhkan atau tidak c. Interaksi dengan distributor d. Banyaknya pelanggan	mengalami pengembangan tim dan menjaga komunikasi antar anggota dengan baik.	2. Menerapkan manajemen persediaan bahan baku. 3. Melakukan perbaikan dalam hal produksi 4. Menjaga kualitas rasa, ciri khas produk.
Ancaman (Threats) a. Produk mudah ditiru oleh kelompok usaha lain b. Bahan baku ikan sesuai cuaca/musim Ancaman c. Tidak ada calon tenaga ahli dalam bidang manajemen atau produksi dalam kelompok olah pasar d. Bantuan yang didapat tidak mendukung pengembangan kelompok usaha	Strategi ST 1. Melakukan survei, menjaga kualitas, sehingga mengetahui kelebihan dan kekurangan pesaing. Strategi ST 2. Menjalin komunikasi dengan pemerintahan mengenai bantuan yang akan diberikan.	Strategi WT 1. Menambah wawasan mengenai bidang usaha yang sejenis. Strategi WT 2. Memperbaiki fasilitas yang digunakan agar menunjang proses produksi

Pembahasan

Kelompok olah pasar Doa Ibu dalam diagram *SWOT* terletak pada kuadran III yang berarti mempunyai peluang yang sangat kuat akan tetapi mempunyai kelemahan dalam internal seperti manajemen dan sumber daya manusia. Kelemahan yang ada pada kelompok olah pasar harus diminimalisir atau dikecilkan dampak negatifnya pada kelompok olah pasar agar dapat memperluas peluang yang akan didapatkan. Hal yang dapat dilakukan untuk menyusun strategi dengan menyusun strategi komprehensif. Kuadran III merupakan kuadran Turn around dimana kuadran ini menunjukkan perusahaan dalam keadaan lemah namun mempunyai banyak peluang. Dalam strategi *turnaround*, terdapat 4 teori dasar: Manajemen (pertukaran staf, penanganan motivasi manajemen). Restrukturisasi (perubahan organisasi, produksi, distribusi). Pematangan (penurunan kinerja melalui pemangkasan biaya, pengurangan persediaan). Pertumbuhan (menghidupkan kembali perusahaan melalui pengembangan) (Rahimah and Ahmar 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian (Abbas et al. 2023). Kelompok olah pasar menggunakan teori manajemen karna kurangnya Sumber daya manusia yang ahli dalam bidang usaha dalam kelompok olah pasar tidak ada dan Salah satu penyebab Industri Kecil dan Menengah (IKM) sendiri mempunyai sumber daya manusia yang terbatas adalah karena

pengelolaan pada umumnya masih dilakukan dengan cara tradisional dan sifat yang melekat pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah usaha tradisional. Dalam pengembangan industri kecil menengah terdapat 4 aspek yang menjadi indikator yaitu adapun aspek dalam pengembangan usaha Pemasaran, Sumber daya manusia, Bidang produksi, Bidang pemodal. Dalam 4 aspek tersebut sebagian besar bersumber dari pengelolaan internal dalam usaha tersebut dengan hal itu terdapat penulis merumuskan 5 untuk kelompok olah pasar sebagai berikut Strategi WO (*Weakness-Opportunities*):

1. Mengikuti pembinaan atau pelatihan yang ada dari pemerintahan ataupun pihak swasta. Mengikuti pelatihan dan pembinaan bertujuan agar kelompok olah pasar dapat menambah wawasan mengenai pengelolaan usaha yang benar seperti cara mengatur keuangan, berinovasi produk, meningkatkan kualitas mutu produk, cara pengambilan keputusan agar tidak merugikan usaha. Dengan mengikuti pelatihan atau pembinaan dari pihak pemerintah atau pun swasta kelompok olah pasar dapat memperluas target pasar yang dimiliki juga karena bisa memperkenalkan produk olahan dalam proses pelatihan dan pembinaan yang diikuti.
2. Menerapkan manajemen persediaan bahan baku. Dalam kelompok olah pasar karena bahan utama tergantung angin karena bahan yang diperlukan merupakan bahan dari laut sehingga manajemen persediaan bahan baku diperlukan agar mengetahui jumlah yang harus diproduksi dengan jangka panjang.
3. Mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan anggota agar mengetahui keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha kelompok olah pasar ini. Sehingga kelompok olah pasar Doa Ibu dapat memperbaiki kelemahan yang ada dan mempertahankan kekuatan yang sudah ada dalam anggota agar mendukung perkembangan usaha. Mempertahankan keunggulan dalam usaha sehingga dapat melakukan inovasi produk ataupun ciri khas dari produk. Melakukan survei pada usaha sejenis dapat memberikan informasi mengenai keunggulan dan kelemahan usaha lain tersebut sehingga usaha kelompok olah pasar Doa Ibu dapat melakukan evaluasi dalam produk, kinerja anggota dan hasil produk. Menjaga kualitas dan mempertahankan keunggulan dapat menjadi poin penting agar pelanggan yang sudah bertahan lama lebih memilih produk dari kelompok olah pasar dibanding produk serupa.
4. Memanfaatkan teknologi untuk cara pemasaran kepada pelanggan, seperti pemanfaatan grup whatsapp khusus untuk pembeli di daerah tertentu agar lebih dipersiapkan apa saja yang diinginkan oleh pelanggan dan grup tersebut dapat dipantau langsung oleh ketua kelompok olah pasar tersebut.
5. Menjalin komunikasi dengan pemerintahan mengenai bantuan yang akan diberikan. Komunikasi disini merupakan kelompok olah pasar memberitahukan atau mengevaluasi apa yang dibutuhkan kepada penyelenggara bantuan agar bantuan yang diberikan lebih berguna dan bermanfaat bagi perkembangan usaha tersebut, karena berdasarkan hasil wawancara bantuan yang diberikan kurang mendukung perkembangan usaha karena bantuan yang diberikan tidak merata,

waktu pemberian bantuan yang hanya sekali dan tidak sesuai apa yang dibutuhkan oleh Ketua Dan Anggota Kelompok Olah Pasar Doa Ibu tersebut.

KESIMPULAN

Identifikasi alternatif strategi pengembangan bisnis ini menggunakan analisis *SWOT*. Hasil ifas efas yang ada adalah ifas -0.24 dan efas 0.64 yang menunjukkan bahwa analisis kuadran *SWOT* berada pada kuadran 3 yang berarti usaha kelompok olah pasar doa ibu mempunyai masalah internal yang mengakibatkan bisnis tersebut tidak mengalami perkembangan dari sisi produksi, MSDM, pemasaran dan bidang permodalan dan mempunyai peluang eksternal yang sangat besar. Sehingga disusun strategi *turnaround*.

Dengan menerapkan strategi *turnaround* pada kelompok olah pasar, ketua dan anggota kelompok olah pasar berupaya agar usaha yang dijalankan lebih berkembang. Strategi *turnaround* dalam kelompok olah pasar yaitu berfokus pada manajemen produksi, manajemen bahan baku dan manajemen sumber daya manusia yang harus dicari dengan mengikuti pelatihan maupun pembinaan yang di adakan oleh pemerintah atau swasta. Bisa juga dengan mengikuti kemitraan dalam usaha dapat wawasan baru bagi pelaku usaha bisnis.

Dengan meminimalkan kelemahan internal dan melihat peluang yang sangat besar pada kelompok olah pasar doa ibu menggunakan strategi *trundarround* ini diharapkan dapat mengembangkan usaha dengan memperkuat peluang yang sudah ada dan bisa membuka peluang baru bagi kelompok pasar doa ibu untuk menambah keuntungan yang dapat dijadikan penambahan modal dalam usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Bakhtiar et al. 2023. "Manajemen Mutu Dan Pengelolaan Sentra Ikm Efforts To Improve Human Resources And Competitiveness Of Small And Medium Enterprise Through Quality Management Training And Management Of Sme Centers." 2(4): 205–10.
- Alivka, A C. 2022. "Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah (Ikm) Di Dusun Barambing Kecamatan Suli." http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4743/1/SKRIPSI_CINDY_TURNITIN_FIX.pdf.
- Anam, A Khoirul, and M Setyawan. 2019. "Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Pada Sentra Kawasan Industri Rotan Di Kabupaten Jepara." *MANDAR (Management Development and Applied Research Journal)* 1(2): 1–8.
- Assyakurrohim, Dimas, Dewa Ikhram, Rusdy A Sirodj, and Muhammad Win Afgani. 2022. "Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer* 3(01): 1–9.
- Bakhri, Syaeful. 2020. "Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan

- (Industri Kecil Menengah).” Penerbit K-Media: 182.
[http://repository.syekhnrjati.ac.id/3965/1/Membangun
Ekonomi
Masyarakat.pdf](http://repository.syekhnrjati.ac.id/3965/1/Membangun%20Ekonomi%20Masyarakat.pdf).
- Fitri Anggreani, Tuti. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2(5): 619–29.
- Handayani, Novia et al. 2019. “Strategi Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Kota Banjarmasin Dalam Pengembangan Industri Kecil Menengah.” *At-Taradi: Jurnal Studi Islam* X: 142–56.
<http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/25020>.
- Harthi, Muhammad Farid, and Dexi Triadinda. 2022. “Optimalisasi Pengelolaan Ukm Di Desa.” : 1258–68.
- Hasanah, Nuramalia, Saparuddin Muhtar, and Indah Muliasari. 2020. *MUDAH MEMAHAMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. Uwais Inspirasi Indonesia.
https://books.google.co.id/books?id=AjQhEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Khalida, L R. 2023. “... Ukm Sebagai Penunjang Perekonomian Masyarakat Di Desa Babatan Kecamatan Kadugede Kabupaten Kuningan Jawa Barat.” *Abdimas Jurnal Pengabdian ...* 2(2): 7178–83.
<https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/download/4647/3338>.
- Lenaini, Ika. 2021. “Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling.” *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* 6(1): 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>.
- Mahfud, Mohamad Harisudin. 2020. “Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis SWOT.” *AGRISAINTELIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* 3(2): 113.
- Natasya, Vina, and Pancawati Hardiningsih. 2021. “Kebijakan Pemerintah Sebagai Solusi Meningkatkan Pengembangan UMKM Di Masa Pandemi.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 5(1): 141.
- PERINDUSTRIAN, KEMENTERIAN. 2023. “Tingkatkan Potensi Ekonomi Daerah, Kemenperin Revitalisasi Sentra IKM.” <https://www.kemenperin.go.id/>.
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/24168/Tingkatkan-Potensi-Ekonomi-Daerah,-Kemenperin-Revitalisasi-Sentra-IKM>.
- Putri Wahyuni Arnold, Pinondang Nainggolan, and Darwin Damanik. 2020. “Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari.” *Jurnal Ekuilnomi* 2(1): 29–39.

- Rahdiana, Nana, Afif Hakim, Muhammad Revan Koesno, and Nur Rahma Anwar. 2023. "Pendampingan Penerbitan Nomor Induk Berusaha (Nib) Untuk Para Pelaku Umkm Desa Jayamukti , Karawang : Desa Gempol Kolot : Desa Pamekaran Sebelah Timur : Kabupaten Subang." : 1647–57.
- Rahimah, Laila Nur, and Nurmala Ahmar. 2022. "Expense Retrenchment Dan Corporate Turnaround: Sebuah Kajian Literatur." *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* Vol 6, No.(3): 634–42.
- Rumarey Wattimena, Zarita Kaulika, Rustadi Rustadi, and Suadi Suadi. 2022. "Peran Dinas Perikanan Dalam Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga Nelayan (Studi Pada Kampung Nelayan Di Kecamatan Bula, Kabupaten Seram Bagian Timur, Provinsi Maluku)." *Jurnal Ketahanan Nasional* 28(1): 51.
- Sari, fifian permata et al. 2023. *Strategi Pengembangan Dan Pemasaran UMKM (Teori Dan Studi Kasus)*. eds. Efitra and Sepriano. PT Sonpedia Publishing Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/STRATEGI_PENGEMBANGAN_PE_MASARAN_UMKM.
- Sari, Ratih Puspita, Iis Mariam, and Mawarta Onida Sinaga. 2021. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks SWOT Pada Startup MakananHalal.Id." *Journal of Management and Business Review* 18(3): 630–39.
- Sonia, Novi, Mustiqowati Ummul Fithriyyah, and Kata Kunci. 2023. "Strategi Penanggulangan Banjir Oleh Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang (PUPR) Di Kota Pekanbaru: Dalam Tinjauan Analisis SWOT." 5(2): 93–99. <http://ejournal.stia-lk-dumai.ac.id/index.php/>.
- Supit, Charly Jofi, Lefrand Manoppo, and Mariana E Kayadoe. 2022. "Peranan Dinas Perikanan Minahasa Tenggara Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Pesisir Di Desa Ponosakan Kecamatan Belang." *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Perikanan Tangkap* 7(1): 57.
- Wahyunawati, Sri. 2023. "Penggunaan Matriks SWOT Dan QSPM Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Kompetensi Karyawan PT Ketapang Subur Lestari." *Mamen* 2(1): 44–59. <https://irai.co.id/pengembangan-sumber-daya-manusia/>.