

**Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu
(Studi Kasus: Kota Makassar)**



AYU WIDYARZIH

L041181311



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu (Studi Kasus: Kota Makassar)

AYU WIDYARZIH

L041181311



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu
(Studi Kasus: Kota Makassar)**

AYU WIDYARZIH

L041181311

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agrobisnis Perikanan

pada

**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DIMSUM TETELAN KERAPU
(STUDI KASUS: KOTA MAKASSAR)****AYU WIDYARZIH****L041181311**

Skripsi,

Telah dipertahankan di depan panitia ujian sarjana pada tanggal dan dinyatakan telah
memenuhi syarat kelulusan

Pada



Program Studi Agrobisnis Perikanan
Departemen Perikanan
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:

Pembimbing Tugas Akhir,



Prof. Dr. Ir. Mardiana E Fachry., M.S.
NIP. 195907071985032002

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si.
NIP. 197209262006042001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu (Studi Kasus: Kota Makassar)" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Prof. Dr. Ir. Mardiana E Fachry., M.S. sebagai pembimbing utama. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 14 Oktober 2024



Yuyu Widyarzi
NIM. L041181311

Ucapan Terima Kasih

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kami kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Salawat dan salam tercurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa cahaya ilmu pengetahuan yang terus berkembang hingga kita merasakan nikmatnya hidup di zaman ini.

Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya saya hantarkan kepada Ibu Prof. Dr. Ir. Mardiana E Fachry., M.S. sebagai pembimbing, karena penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan sukses dan skripsi ini dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi, dan arahnya. Penghargaan yang tulus juga saya sampaikan kepada Ibu Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si sebagai penguji 1, dan Bapak Dr. Firman, S.Pi., M.Si. sebagai penguji 2, atas kritik, saran, serta masukan yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin atas bantuan dan ilmu yang telah diberikan selama masa studi saya. Penghargaan yang tinggi juga saya sampaikan kepada Ibu Arie Hijriyah selaku ketua Kelompok Usaha yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan penelitian dilokasi.

Akhirnya, kepada kedua orang tua tercinta Usman dan Kasmirah, saya mengucapkan limpah terima kasih dan sembah sujud atas doa, pengorbanan dan motivasi mereka selama saya menempuh pendidikan. Penghargaan yang besar juga saya sampaikan kepada saudara tercinta Rahman Fitrawan, Sitti Rafika Nur, dan Zulkhaerani serta seluruh keluarga atas motivasi dan dukungan yang tak ternilai. Terima kasih juga kepada sahabat saya A. Hazra Yuliana Amir L., Nurfadillah, dan Rizky Dwi Anggraeni atas dukungan, motivasi dalam hal apapun. Terima kasih kepada sahabat dan teman seperjuangan saya A. Nadia Mughisita Sani, Villa Abiyany S, dan Ayu Dwi Saputri Wahab yang telah memberikan semangat dan dukungan selama masa perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga kepada teman teman satu kost saya Nur arfadillah, Devi Safitri, Riska Yulianti, Ismul Musyawwirah dan Erna atas dukungan semangat yang diberikan selama ini.

Penulis



Ayu Widyazih

ABSTRAK

AYU WIDYARZIH. **“Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu (Studi Kasus: Kota Makassar)”** (dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Mardiana E Fachry., M.S.).

Usaha Dimsum Tetelan Kerapu adalah sebuah kelompok usaha bersama yang mengubah Tetelan Ikan Kerapu Expor menjadi produk siap konsumsi. Usaha ini mempunyai keunggulan yang penting dalam pengembangan bisnisnya di Makassar, terutama dalam melakukan inovasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha Dimsum Tetelan Kerapu di Kota Makassar serta kendala yang dihadapi dalam pengembangannya. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juli 2024 di jalan KH. Abd. Jabbar Ashiry, Kelurahan Pai, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuisioner, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah skala likert dengan sistem skoring untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha serta analisi SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Dimsum Tetelan Kerapu mengalami kendala pada proses produksi, tenaga kerja, dan saluran pemasaran serta indikator penjualan yang cukup terkendala. Dan strategi pengembangan yang disarankan yaitu strategi SO dengan menggunakan ketersediaan bahan baku yang mudah didapatkan dan inovasi produk dari limbah untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi dan Memanfaatkan harga yang kompatibel dengan konsumen dan dukungan penyuluh perikanan untuk memperluas pasar.

Kata kunci: Tetelan Kerapu, Strategi Pengembangan, Usaha, SWOT, Kota Makassar

ABSTRACT

AYU WIDYARZIH. **"Business Development Strategy for Dimsum Tetelan Kerapu (Case Study: Makassar City)"** (Supervised by Prof. Dr. Ir. Mardiana E Fachry, M.S.).

The Dimsum Tetelan Kerapu business is a joint venture group that transforms export-grade Grouper Fish Tetelan (scraps) into ready-to-eat products. This business holds significant advantages in its development in Makassar, particularly through product innovation. This study aims to formulate a business development strategy for Dimsum Tetelan Kerapu in Makassar City and identify the obstacles faced during its development. The research was conducted in July 2024 on KH. Abd. Jabbar Ashiry Street, Pai Sub-district, Biringkanaya District, Makassar City. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, questionnaires, and documentation. The data analysis used a Likert scale with a scoring system to identify the challenges faced in business development, along with SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats the business faces. The results show that Dimsum Tetelan Kerapu faces challenges in production processes, labor, and marketing channels, as well as sales indicators. The suggested development strategy is the SO (Strengths-Opportunities) strategy, which utilizes easily accessible raw materials and product innovation from waste to meet high market demand while taking advantage of compatible pricing for consumers and support from fisheries extension workers to expand the market.

Keywords: Grouper Tetelan, Development Strategy, Business, SWOT, Makassar City

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pikir	4
BAB II. METODE PENELITIAN	6
2.1 Tempat dan Waktu	6
2.2 Jenis Penelitian	6
2.3 Prosedur dan Pelaksanaan Penelitian	6
2.3.1 Penentuan Lokasi	6
2.3.2 Tahap Penelitian.....	6
2.4 Populasi dan Sampel Penelitian	7
2.5 Teknik Pengumpulan Data	7
2.6 Sumber Data	8
2.7 Analisis Data	8
2.7.1 Untuk Menjawab Rumusan Masalah Pertama	8
2.7.2 Untuk Menjawab Rumusan Masalah Kedua	8
2.7.3 Untuk Menjawab Rumusan Masalah Ketiga	11
BAB III. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	16
3.1 Hasil	16
3.1.1 Kondisi Geografi	16
3.1.2 Kondisi Demografis	16
3.1.3 Karakteristik Responden	17
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	18
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman	18
3.1.4 Aktivitas Produksi Dan Pemasaran Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	19
3.1.5 Kendala Produksi Dan Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu.....	24
3.1.6 Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	33
3.2 Pembahasan	40

3.2.1	Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	40
3.2.2	Dimsum Tetelan Kerapu.....	42
3.2.3	Aktivitas Produksi dan Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu	44
3.2.4	Kendala Produksi dan Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu	54
3.2.5	Faktor Internal dan Eksternal Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	63
3.2.6	Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	68
3.2.7	Posisi Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	79
BAB IV. KESIMPULAN.....		82
4.1	Kesimpulan.....	82
4.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		83

DAFTAR TABEL

Nomor urut	Halaman
1. Skala Likert	9
2. Kriteria Interpretasi Skor	10
3. Indikator Kendala Produksi Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	10
4. Indikator Kendala Pemasaran Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	11
5. Matriks Faktor Strategi Internal.....	12
6. Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	13
7. Matriks SWOT	14
8. Bobot Skor	15
9. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan di Kota Makassar.	17
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	18
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	18
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman	19
13. Bahan Baku Produksi Dimsum Tetelan Kerapu	20
14. Tenaga Kerja dalam Produksi Dimsum Tetelan Kerapu.....	21
15. Hasil Produksi dan Omzet Usaha X 2024.....	22
16. Indikator Kendala Bahan Baku pada Proses Produksi Dimsum Tetelan Kerapu	25
17. Tingkat Kendala Bahan Baku pada Proses Produksi Dimsum Tetelan Kerapu	25
18. Indikator Kendala Proses Produksi pada Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	26
19. Tingkat Kendala Proses Produksi pada Produksi Dimsum Tetelan Kerapu.....	27
20. Indikator Kendala Tenaga Kerja pada Produksi Dimsum Tetelan Kerapu	28
21. Tingkat Kendala Tenaga Kerja pada Produksi Dimsum Tetelan Kerapu	28
22. Indikator Kendala Harga Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu.....	29
23. Tingkat Kendala Harga pada Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu.....	30
24. Indikator Kendala Penjualan pada Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu	31
25. Tingkat Kendala Penjualan pada Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu	31
26. Indikator Kendala Saluran Pemasaran pada Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu.....	32
27. Tingkat Kendala Saluran Pemasaran pada Pemasaran Dimsum Tetelan Kerapu	33
28. Analisis SWOT Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	34
29. Matriks IFAS.....	35
30. Matriks EFAS Peluang.....	36
31. Formasi Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	38

DAFTAR GAMBAR

Nomor urut	Halaman
1. Kerangka Pikir.....	5
2. Diagram Analisis SWOT	15
3. Diagram Kuadran SWOT	37

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor urut	Halaman
1. Data Umum Responden	85
2. Hasil Produksi dan Omzet Usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu 2024	86
3. Tingkat Kendala Bahan Baku dalam Produksi Usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	89
4. Tingkat Kendala Proses Produksi pada Usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	90
5. Tingkat Kendala Tenaga Kerja dalam Produksi Usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	91
6. Tingkat Kendala Harga dalam Pemasaran Usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	92
7. Tingkat Kendala Penjualan dalam Pemasaran Usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.....	93
8. Tingkat Kendala Saluran Pemasaran dalam Pemasaran Usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu	94
9. Dokumentasi	95
10. Kuisioner Penelitian	96

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sulawesi Selatan sebagai salah satu daerah yang memiliki luas perairan laut cukup besar menjadikan hasil komoditi laut sebagai salah satu andalan dalam pendapatan asli daerah Sulawesi Selatan. Pesisir dan perairannya membentang lebih dari 1.979,97 km garis pantai, dengan perkiraan luas laut tidak kurang dari 48.000 km², termasuk di dalamnya perairan Teluk Bone dan Flores, serta pulau-pulau kecil di kepulauan Spermonde serta Takabonerate (Mosriula, 2019). Berdasarkan data Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sulawesi Selatan (2022), menyebutkan bahwa total produksi perikanan di daerah tersebut tercatat sebesar 4.498.891,2 ton pada tahun 2021, dan sebesar 4.102.319,5 ton, pada tahun 2020, atau terjadi peningkatan produksi sebesar 396.571,7 ton atau 9,6 % dari tahun sebelumnya. Produksi ini didukung oleh adanya potensi perikanan tangkap yang diperkirakan mencapai 1.074.147 ton/ tahun, yang didominasi oleh ikan pelagis kecil, lobster, rajungan, udang, dan cumi-cumi yang semuanya memiliki nilai ekonomis tinggi. Untuk usaha budidaya, daerah ini memiliki potensi lahan budidaya laut seluas 193.700 ha, lahan budidaya payau seluas 120.738 ha dan lahan budidaya air tawar seluas 100.803 ha di Provinsi Sulawesi Selatan (Adhawati & Mansyur, 2023).

Kota Makassar sebagai salah satu kota pesisir di Indonesia, memiliki potensi kelautan yang sangat besar. Dengan pengelolaan yang tepat, potensi ini dapat terus berkembang, memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat dan industri terkait di Kota Makassar, serta memperkuat posisi kota ini sebagai pusat maritim yang strategis. Usaha olahan perikanan di Kota Makassar memiliki potensi besar mengingat lokasinya yang strategis serta melimpahnya sumber daya laut.

Makassar juga dikenal sebagai salah satu kota kuliner di Indonesia yang menawarkan berbagai macam hidangan, terutama berbasis perikanan. Keanekaragaman hidangan laut di kota ini mencerminkan kekayaan sumber daya laut yang dimiliki dan tradisi kuliner yang kuat. Hal ini dapat dilihat dari hampir seluruh komoditas hasil perikanan di Kota Makassar ini dapat diolah, terutama adalah ikan. Ikan merupakan salah satu komoditas unggulan yang cukup banyak dimanfaatkan dan digemari oleh masyarakat, namun seiring dengan perkembangan teknologi dan munculnya kreasi-kreasi akan resep makanan sehingga hasil perikanan dapat diolah menjadi berbagai olahan yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi. Permintaan produk olahan ikan juga sangat tinggi sehingga dalam industri pengolahan produk perikanan sangat penting untuk terus dikembangkan. Pemberdayaan masyarakat nelayan terutama UMKM olahan perikanan sangat penting untuk meningkatkan pendapatan dan menyejahterakan masyarakat (Latuconsina, dkk 2020).

Pada suatu komoditas pengolahan dilakukan semaksimal mungkin atau diupayakan agar semua komoditas dapat dimanfaatkan secara optimal dan tidak ada bahan yang terbuang (*zero waste concept*), dengan memanfaatkan teknologi pengolahan dan pengemasan sehingga memberikan nilai tambah yang lebih tinggi. Ragam produk dan kemasan yang dihasilkan, diharapkan dapat meningkatkan nilai

tambah produk hasil kelautan dan perikanan yang pada akhirnya mampu meningkatkan nilai produk atau keuntungan. Selain itu, inovasi dan teknologi dalam pengolahan produk perikanan juga terus dikembangkan untuk memastikan keberlanjutan dan efisiensi proses produksi. (Ningsih, 2017). Begitu pun halnya para pelaku usaha di Kota Makassar telah menyadari akan pentingnya aspek lingkungan dalam usaha.

Dengan adanya potensi perikanan yang besar dalam melakukan usaha, banyak UMKM di Kota Makassar yang kini melakukan pengolahan terhadap produk-produk perikanan. Berdasarkan data KKP 2019 terdapat 1316 unit usaha pengolahan perikanan di Kota Makassar dan terdapat 92 unit UMKM olahan ikan yang ada di kota Makassar. Salah satu usaha yang juga memanfaatkan olahan perikanan yaitu usaha dimsum tetelan kerapu. Melakukan olahan pada produk dimsum tetelan kerapu merupakan cara untuk meningkatkan nilai ekonomi dan memberikan harapan bagi pengusaha lokal untuk mencapai peningkatan kesejahteraan ekonomi. Namun, hal tersebut juga perlu adanya sentuhan dan dukungan dari pemerintah setempat serta mampu memberikan regulasi yang mendukung agar industri ini berkembang dengan baik. Dalam mengembangkan usaha, keberhasilan ditentukan melalui kemampuan dalam membangun strategi. Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dan pengembangan sebagai proses perubahan ke arah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana oleh perusahaan.

Melakukan pengembangan usaha perlu memperhatikan faktor eksternal dan internal suatu usaha. Faktor eksternal mencakup aspek-aspek seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, persaingan pasar, dan tren konsumen yang dapat mempengaruhi permintaan dan kelangsungan bisnis. Misalnya, perubahan regulasi atau kebijakan pajak dapat berdampak signifikan pada biaya operasional dan strategi bisnis. Di sisi lain, faktor internal meliputi sumber daya manusia, manajemen, budaya perusahaan, dan teknologi yang digunakan. Kualitas dan kompetensi tenaga kerja, efisiensi manajemen, serta inovasi teknologi dalam proses produksi dan pemasaran dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu usaha (Mulyadi, 2018).

Usaha Dimsum Tetelan Kerapu adalah sebuah kelompok usaha bersama yang mengubah Tetelan Ikan Kerapu Ekspor menjadi produk siap konsumsi, yakni Dimsum Tetelan Kerapu. Mereka memperoleh Tetelan Ikan Kerapu Ekspor dari Kawasan Industri Makassar (KIMA). Inisiatif untuk menciptakan Dimsum Tetelan Kerapu ini didukung oleh Penyuluh Perikanan Kota Makassar melalui program pemberdayaan masyarakat, yang berlokasi dekat dengan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.

Usaha Dimsum Tetelan Kerapu mempunyai keunggulan yang penting dalam pengembangan bisnisnya di Makassar, terutama melalui inovasi produk Dimsum Tetelan Kerapu yang menggunakan limbah Tetelan Ikan Kerapu Ekspor sebagai bahan baku utama. Melalui kerjasama yang erat dengan Penyuluh Perikanan Kota Makassar dalam program pemberdayaan masyarakat, memberikan akses yang lebih baik terhadap sumber daya dan pendampingan dalam pengelolaan bisnis. Selain itu, letak strategis Usaha Dimsum Tetelan Kerapu yang mudah dijangkau dari jalan Tol dan berdekatan dengan KIMA, mendukung efisiensi operasional dan distribusi

produk, sementara dukungan dari Penyuluh Perikanan Kota Makassar dalam bentuk bantuan dan pelatihan, menambah nilai pada upaya keberlanjutan dan perkembangan ekonomi lokal melalui usaha mikro dan kecil seperti Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.

Berdasarkan hasil observasi, Usaha Dimsum Tetelan Kerapu menghadapi tantangan dengan permintaan yang tinggi yaitu bisa mencapai 2000 pcs per minggu, namun produksinya terbatas karena kekurangan tenaga kerja dan peralatan yang belum memiliki kapasitas yang memadai, sehingga saat ini hanya mampu memenuhi sekitar 800 pcs. Meskipun telah menghadirkan inovasi produk yang menarik, mereka perlu meningkatkan infrastruktur produksi agar bisa mengakomodasi pasar yang lebih luas.

Keterbatasan ini menyoroti pentingnya memperkuat kemampuan produksi untuk mengoptimalkan potensi pasar yang besar. Di samping itu, manajemen bahan baku dan efisiensi operasional menjadi aspek penting dalam mempertahankan kualitas produk yang konsisten dan keberlanjutan operasional yang berkelanjutan.

Menanggapi fluktuasi dalam permintaan pasar, Usaha Dimsum Tetelan Kerapu juga perlu menyesuaikan strategi produksi mereka untuk mengatasi tantangan ini dengan lebih baik. Dukungan dari penyuluh perikanan dan pemerintah setempat dalam hal pelatihan dan perencanaan pengembangan bisnis juga menjadi kunci dalam memastikan bahwa usaha ini dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di Makassar.

Sehubungan dengan hal tersebut dimana adanya usaha masyarakat untuk mengolah hasil perikanan sehingga memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui **“Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu di Kota Makassar”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas produksi dan pemasaran usaha olahan Dimsum Tetelan Kerapu di kota Makassar?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam produksi dan pemasaran usaha olahan Dimsum Tetelan Kerapu di kota Makassar?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha olahan Dimsum Tetelan Kerapu di kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui aktivitas produksi dan pemasaran usaha olahan Dimsum Tetelan Kerapu di kota Makassar.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam produksi dan pemasaran usaha olahan Dimsum Tetelan Kerapu di kota Makassar.
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha olahan Dimsum Tetelan Kerapu di kota Makassar

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan ini yaitu:

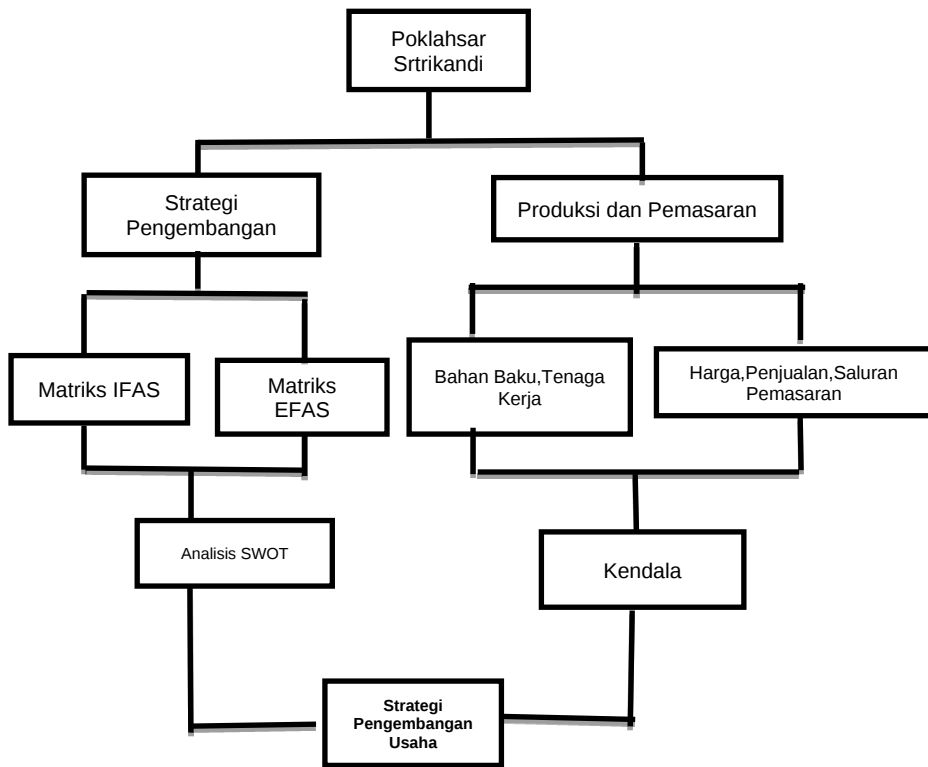
1. Bagi akademis, sebagai bahan pustaka dan referensi untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pengembangan usaha melalui olahan perikanan.
2. Bagi pemerintah, sebagai informasi dan bahan masukan selaku badan pengambil keputusan serta kebijakan dalam pengembangan usaha pengolahan perikanan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
3. Bagi pengolah usaha, sebagai evaluasi untuk mengetahui apakah usaha yang dilakukan dapat menghasilkan nilai tambah yang maksimal dan mampu untuk mengembangkan usaha tersebut.

1.5 Kerangka Pikir

Usaha Dimsum Tetelan Kerapu adalah kelompok pengolahan dan pemasaran hasil perikanan yang beranggotakan wanita dari komunitas lokal. Kelompok ini berdedikasi untuk meningkatkan nilai tambah dari hasil perikanan melalui proses pengolahan limbah yang inovatif.

Dua Aspek pada penelitian, yaitu Strategi Pengembangan dan Produksi serta Pemasaran. Di sisi lain, jalur Produksi dan Pemasaran mencakup beberapa komponen penting seperti bahan baku, proses produksi, tenaga kerja, harga, penjualan, dan saluran pemasaran. Ini mencakup aspek-aspek penting dari operasional produksi dan pemasaran yang harus diperhatikan untuk memastikan keberhasilan usaha. Setiap komponen ini diatur dengan baik untuk mengoptimalkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan efektivitas pemasaran. Selain itu, kendala yang mungkin dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran juga dipertimbangkan untuk menemukan solusi yang tepat dan cepat.

Strategi Pengembangan dengan Matrik IFAS dan Matrik EFAS untuk melakukan Analisis SWOT, yang bertujuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu. Hasil dari analisis ini akan dirumuskan menjadi Strategi Pengembangan Usaha yang berkelanjutan dan efektif.



Gambar 1. Kerangka Pikir

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juli 2024. Berdasarkan judul penelitian maka peneliti melakukan penelitian yang berlokasi di jalan KH. Abd. Jabbar Ashiry, Kelurahan Pai, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar.

2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus adalah eksplorasi mendalam dari sistem terikat berdasarkan pengumpulan data yang luas. Studi kasus merupakan metode penelitian yang dilakukan terhadap satu aspek tertentu yang telah ditentukan. Kasus dapat berupa individu, program, kegiatan, sekolah, atau kelompok. Tujuan studi kasus yaitu untuk menggambarkan secara mendetail tentang latar belakang, sifat serta karakter yang khas dari kasus ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas tersebut akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum (Fitrah dan Luthfiah, 2017).

Agar penelitian ini lebih terarah dan konsisten, maka dalam rancangan penelitian yang digunakan ialah studi kasus yaitu penelitian yang digunakan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek yang akan diteliti, karena dalam penelitian ini diperlukan analisis mendalam dan empiris tentang suatu hal yang akan diteliti, guna mendapatkan informasi yang akurat dan dipercaya kebenarannya. Studi kasus yang akan dilakukan yaitu pada usaha pengolahan Dimsum Tetelan Kerapu Usaha Dimsum Tetelan Kerapu di Makassar.

2.3 Prosedur dan Pelaksanaan Penelitian

2.3.1 Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja) dengan mempertimbangkan banyaknya masyarakat yang memiliki usaha dan merupakan salah satu daerah tempat berdirinya usaha industri rumah tangga (*home industry*) yang mengadakan pengolahan terhadap tetelan kerapu ekspor menjadi olahan Dimsum Tetelan Kerapu.

2.3.2 Tahap Penelitian

Tahap-tahap Kegiatan penelitian ini akan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan ; Pada tahap ini, peneliti menyiapkan dokumen-dokumen yang akan dipergunakan pada saat penelitian, antara lain ; daftar wawancara, kamera, alat tulis menulis dan handphone yang akan digunakan sebagai alat perekam pada saat peneliti melakukan wawancara.
2. Pengumpulan data ; Tahap kedua ini, peneliti mulai mengumpulkan data-data yang didapatkan di lapangan selama penelitian berlangsung, seperti hasil wawancara, mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian dan foto-foto yang berkaitan dengan penelitian.
3. Pengolahan data ; Tahap ketiga ini, data-data yang telah di dapatkan serta kumpulkan selama di lapangan, kemudian diolah dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, setelah itu dibandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

4. Analisis data ; Pada tahap ke empat ini, data-data yang diolah tersebut direduksi atau dirangkum secara sistematis, kemudian data-data tersebut disajikan dan disusun secara sistematis dalam bentuk narasi yang bermakna sesuai dengan permasalahan dalam penelitian.
5. Penulisan Laporan ; Tahap kelima atau tahap yang terakhir dari penelitian ini yaitu penulisan laporan berdasarkan data-data yang telah didapat selama penelitian lapangan, baik data yang didapatkan dari hasil wawancara, dokumen-dokumen yang di dapatkan selama di lapangan, maupun hasil pengamatan selama penelitian. Semua hal yang berkaitan dengan penelitian tentang Strategi Pengembangan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu Pokhlaksar di Kota Makassar

2.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini mencakup semua anggota Usaha Dimsum Tetelan Kerapu Makassar, perusahaan pengolahan ikan yang bekerja sama dengan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu, serta konsumen produk olahan Dimsum Tetelan Kerapu yang dihasilkan oleh Usaha Dimsum Tetelan Kerapu.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan cara metode *purposive sampling* (sengaja) dengan kriteria tertentu, yang dimaksud kriteria adalah Anggota Usaha Dimsum Tetelan Kerapu yang memiliki peran penting dalam proses produksi, manajemen, dan pemasaran, seperti ketua, manajer produksi, dan anggota yang terlibat langsung dalam pengolahan tetelan kerapu. Jumlah sampel yang diambil berkisar antara 5-10 anggota Usaha Dimsum Tetelan Kerapu untuk mendapatkan data yang representatif.

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dalam usaha pemecahan masalah penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengambilan data langsung terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa tempat atau lokasi, peristiwa, serta rekaman gambar. Kegiatan observasi yaitu memperhatikan secara akurat dan pertimbangan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung dengan informan yang berada di tempat untuk mendapatkan informasi secara langsung ataupun teknik pengumpulan data dengan melakukan percakapan antara dua orang atau lebih untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Teknik wawancara disini peneliti gunakan untuk mencari keterangan untuk mendapatkan informasi terhadap data-data yang berkaitan dengan Usaha Dimsum Tetelan Kerapu di Makassar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari lokasi penelitian. Dari hasil observasi dan wawancara. Hal ini menunjukkan suatu fakta yang telah berlangsung. Agar jelas dari mana informasi didapatkan, maka penulis menghadirkan dalam bentuk foto-foto dan data relevan dengan penelitian.

4. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan serangkain pertanyaan tertulis atau kumpulan beberapa pertanyaan yang disusun untuk responden agar memberikan tanggapan dan jawaban sesuai dengan pendapatnya (Purwanto & Sulisttyastuti, 2011).

2.6 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Dimana sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang diperlukan dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini digolongkan menjadi data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, tidak melalui perantara. Data primer yang digunakan berupa data subyek (self report data) yang berupa opini dan karakteristik dari responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi dan melalui penyebaran kuisisioner. Sumber data primer yaitu data yang diperoleh di lapangan bersumber dari responden pemilik dan anggota Usaha Dimsum Tetelan Kerapu..

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau tidak langsung didapatkan oleh peneliti dari subjek penelitian. Data sekunder didapatkan melalui membaca, mempelajari dan memahami data yang diperoleh dari studi literatur berupa jurnal, buku, media sosial atau dokumen lain yang sesuai dengan judul penelitian dan publikasi yang dikumpulkan dari instansi pemerintahan dan non pemerintahan

2.7 Analisis Data

Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut :

2.7.1 Untuk Menjawab Rumusan Masalah Pertama

Untuk rumusan masalah pertama Menggunakan analisis data Deskripsi

- a. Deskripsi Proses Produksi
Bahan baku dan Tenaga Kerja
- b. Deskripsi Proses Pemasaran
Penjualan, harga dan saluran pemasaran

2.7.2 Untuk Menjawab Rumusan Masalah Kedua

Untuk rumusan masalah kedua menggunakan skala likert.

Dalam skala likert responden diminta untuk melengkapi kuisisioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap

serangkaian pertanyaan. Pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini biasanya disebut dengan variabel penelitian.

Adapun penilaian terhadap kendala yang dihadapi dengan menggunakan sistem *scoring* (angka). Skoring ini adalah proses penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden.

Tabel 1. Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1	T	Terkendala	3
2	CT	Cukup Terkendala	2
3	TT	Tidak Terkendala	1

Untuk mengetahui respon anggota Usaha Dimsum Tetelan Kerapu yang dijadikan responden secara keseluruhan maka dapat diketahui dengan langkah – langkah berikut :

- Menentukan total skor maksimal = Skor tertinggi x Jumlah responden. Jumlah skor tertinggi adalah $3 \times 10 = 30$
- Menentukan total skor minimal = Skor minimal x Jumlah responden. Jumlah skor terendah adalah $1 \times 10 = 10$
- Presentasi skor = $\frac{\text{total skor yang di dapat}}{\text{total skor maksimal}} \times 100\%$

Setelah skor didapat selanjutnya melakukan interpretasi skor yang mencakup dari setiap analisis data yang telah dilakukan dari jawaban responden.

Rumus Interval :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Angka Tertinggi} - \text{Angka terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= \frac{30 - 10}{3}$$

$$= 7$$

Dari nilai tersebut, maka dapat dbuat kategori sebagai beikut :

Terkendala	= 26 – 33
Cukup Terkendala	= 18 -25
Tidak Terkendala	= 10 – 17

Berikut adalah tabel persentase hasil akumulasi skala Likert yang akan digunakan:

Tabel 2. Kriteria Interpretasi Skor

Angka Skor	Kriteria
$\leq 33\%$	Tidak Terkendala
34% – 67%	Cukup Terkendala
68% – 100%	Terkendala

Sumber : Data primer diolah 2024

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang digunakan untuk melihat kendala pada usaha Usaha Dimsum Tetelan Kerapu dalam mensejahterakan anggota masyarakat Kota Makassar. Adapun indikator kendala yang dihadapi adalah pada produksi yaitu bahan baku, proses produksi dan tenaga kerja serta pada proses pemasaran yaitu harga, penjualan dan saluran pemasaran.

Tabel 3. Indikator Kendala Produksi Usaha Dimsum Tetelan Kerapu

No.	Indikator Kendala Usaha Dimsum Tetelan Kerapu		Terpenuhi	Tingkat Kendala
1.	Bahan Baku			
	a.	Sering mengalami kekurangan bahan baku.		
	b.	Bahan baku sering tidak sesuai dengan standar kualitas.		
	c.	Biaya bahan baku sering meningkat secara signifikan.		
2.	Proses Produksi			
	a.	Proses produksi sering terganggu atau tidak efisien.		
	b.	Kesulitan dalam mengikuti SOP produksi.		
	c.	Waktu produksi sering lebih lama dari yang direncanakan.		
3.	Tenaga Kerja			
	a.	Kekurangan tenaga kerja terampil untuk produksi.		
	b.	Produktivitas tenaga kerja sering rendah.		
	c.	Tingkat absensi atau keluar masuk tenaga kerja yang tinggi.		

Tabel 4. Indikator Kendala Pemasaran Usaha Dimsum Tetelan Kerapu

No.	Indikator Peran Usaha Dimsum Tetelan Kerapu		Terpenuhi	Tingkat Kendala
1.	Harga			
	a.	Harga produk Dimsum Tetelan Kerapu dianggap terlalu tinggi oleh konsumen.		
	b.	Sulit menentukan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas.		
	c.	Kurangnya fleksibilitas dalam penentuan harga produk.		
2.	Penjualan			
	a.	Penurunan penjualan secara signifikan dari bulan ke bulan.		
	b.	Mitra bisnis yang terbatas		
	c.	Promosi yang dilakukan kurang efektif dalam meningkatkan penjualan.		
3.	Saluran Pemasaran			
	a.	Terbatasnya jaringan distribusi produk.		
	b.	Kendala logistik yang mempengaruhi pengiriman produk ke konsumen.		
	c.	Sulit menjangkau pasar yang lebih luas.		

2.7.3 Untuk Menjawab Rumusan Masalah Ketiga

Untuk rumusan masalah kedua menggunakan analisis SWOT

Analisis SWOT akan membantu pemilik organisasi atau pengambil keputusan untuk memahami posisi organisasi yang akan mendorong ide dan pengambilan keputusan tentang bagaimana membangun kekuatan, memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan, serta melindungi dari ancaman (Riyanto, dkk. 2021).

Untuk mengukur indikator analisis SWOT dibutuhkan matriks IFAS dan EFAS. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Setelah data semua terkumpul kemudian penulis akan memgolah dan menyeleksi data tersebut. Kemudian akan diklasifikasi menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun eksternal (peluang dan ancaman). Setelah menyeleksi data, kemudian menganalisis menggunakan IFAS dan EFAS. IFAS merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa penting sumber daya internal bagi organisasi dan

seberapa baik kemampuan internal yang dimiliki tersebut. Sedangkan EFAS merupakan alat untuk mengukur seberapa penting faktor lingkungan eksternal dan seberapa baik organisasi menanggapi faktor tersebut. EFAS sangat membantu organisasi mengorganisir kategori peluang dan ancaman organisasi.

Metode pengolahan analisis data yang digunakan untuk identifikasi faktor internal dengan menggunakan matriks IFAS, sedangkan untuk faktor eksternal dengan matriks EFAS, serta diagram analisis SWOT dengan tujuan untuk membandingkan strategi yang mana lebih menguntungkan, efisien dan teknik strategi pengembangannya.

Adapaun tahapan pembuatan matriks strategis internal (IFAS) adalah sebagai berikut:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan pada usaha.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) Sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan suatu organisasi atau usaha. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,0.
- 3) Menghitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala.
- 4) Kemudian pada kolom 4 berisikan informasi skor atau nilai. Nilai dihasilkan dari hasil perkalian antara bobot dengan rating.

Tabel 5. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor-Faktor strategis internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (bobot x rating)
Kekuatan 1 Kekuatan 2	Bobot Kekuatan 1 Bobot Kekuatan 2	Rating Kekuatan 1 Rating Kekuatan 2	
Jumlah	A		B
Kelemahan 1 Kelemahan 2	Bobot Kelemahan 1 Bobot Kelemahan 2	Rating Kelemahan1 Rating Kelemahan 2	
Jumlah	C		D
Total	(A+C)		(B+D)

Sumber: Rangkuti, F. (2015).

Begitupun dengan matriks EFAS yang berisikan empat kolom, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman pada usaha.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan suatu organisasi atau usaha. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,0.
- 3) Menghitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan

memberikan skala.

- 4) Kemudian pada kolom 4 berisikan informasi skor atau nilai. Nilai dihasilkan dari hasil perkalian antara bobot dengan rating.

Tabel 6. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (bobot x rating)
Peluang 1 Peluang 2	Bobot Kekuatan 1 Bobot Kekuatan 2	Rating Peluang 1 Rating peluang 2	
Jumlah	A		B
Ancaman 1 Ancaman 2	Bobot Ancaman 1 Bobot Ancaman 2	Rating Ancaman 1 Ratng Ancaman 2	
Jumlah	C		D
Total	(a+c)		(B+d)

Sumber: Rangkuti, F. (2015)

Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunities, and Threat) dilakukan untuk menyelesaikan masalah strategi pengembangan usaha tersebut. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strenght) dan peluang (opportunities) sambil secara bersamaan mengurangi risiko (threat). Setelah data dikumpulkan, kemudian menganalisis data dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Untuk menyusun suatu formula SWOT yang *representative* adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Bobot nilai
 - a. 0,01 (sangat rendah)
 - b. 0,05 (rendah)
 - c. 0,10 (sedang)
 - d. 0,15 (tertinggi).
2. Rating nilai
 - a. 1 (tidak penting)
 - b. 2 (cukup penting)
 - c. 3 (penting)
 - d. 4 (sangat penting)
3. Skor nilai Untuk skor nilai dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$SN = BN \times RN$$

Keterangan :

SN= skor nilai

BN= bobot nilai

RN= rating nilai

Selanjutnya menyusun perencanaan strategi dengan matrik SWOT ditunjukkan dengan menggunakan analisis SWOT dalam perumusan keputusan strategis guna menyusun perencanaan usaha baik dengan menggunakan salah satu metode SWOT diantara berbagai metode yang ada, yaitu matrik SWOT yang merupakan rangkuman dari berbagai metode. Matrik SWOT juga dapat di manfaatkan dalam mencapai strategi. Matrik SWOT yang terdiri dari 4 kuadran yang berisi alternatif strategi pilihan terhadap kondisi yang dihadapi, sebagaimana yang digambarkan dibawah:

Tabel 7. Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

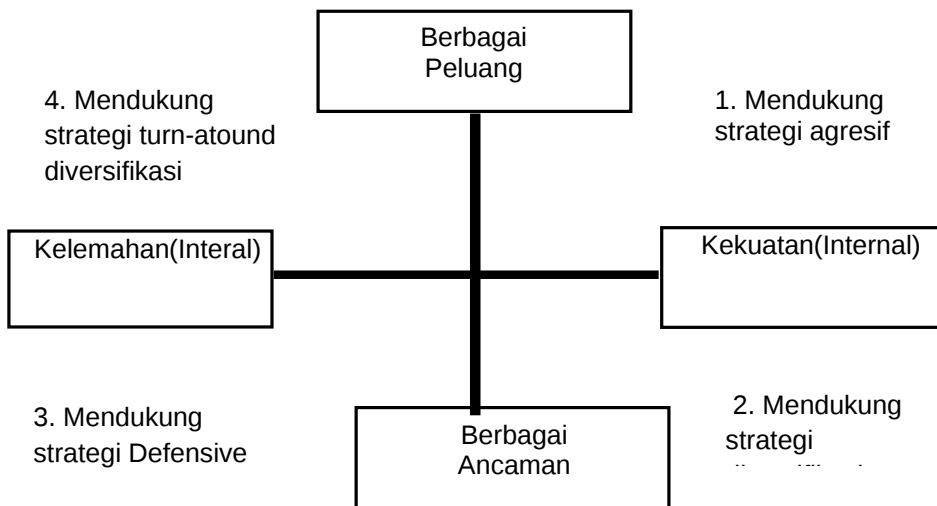
Dengan Pendekatan Matrik SWOT Strategi S-O dikenal dengan strategi agresif didapatkan dengan memaksimalkan semua kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada. Strategi S-T dikenal dengan strategi diversifikasi didapatkan dengan memaksimalkan semua kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi. Strategi W-O dikenal dengan strategi turn around didapatkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan kelemahan yang dimiliki. Sedangkan strategi W-T dikenal dengan strategi defensif, strategi yang terpaksa diambil akibat adanya kelemahan dan keterbatasan .

Setelah menggunakan matriks, digunakan tabel bobot skor untuk menunjukan total skor pada masing-masing strategi SO, strategi ST, strtegi WO, dan strategi WT. Tabel bobot skor akan memberikan panduan kepada para pengguna mengenai skor untuk masing-masing strategi, sehingga nantinya pengguna dapat mengambil keputusan, manakah strategi yang akan di ambil.

Tabel 8. Bobot Skor

IFAS atau EFAS	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Total Skor Strategi SO	Total Skor Strategi WO
Ancaman (<i>Threats</i>)	Total Skor Strategi ST	Total Skor Strategi WT

Berikut merupakan diagram analisis SWOT:

**Gambar 2. Diagram Analisis SWOT**

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

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 dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2015).