

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ikan Lempuk merupakan sejenis ikan endemic yang hidup di perairan tawar dengan luas 194 hektar. Ikan yang tergolong unik ini hanya hidup di kaki Pegunungan Bromo, yakni Danau Ranu Grati. Menurut peneliti Faqih Abdurrahman Universitas Brawijaya Fakultas Perikanan, ikan lempuk tergolong jenis ikan yang hidup di perairan tawar, dengan tubuh kecil dan transparan sehingga organ dalam seperti jantung, ginjal, gelembung renang, pembuluh darah dan tulang belakang terlihat dari luarnya.

Keberadaan ikan lempuk ini banyak dimanfaatkan masyarakat sekitar untuk berbagai macam produk olahan yang banyak memiliki kandungan gizi dan protein. Tak heran jika ikan lempuk ini merupakan jenis makanan yang paling populer di Kawasan Grati dan sekitarnya. Berbagai produk olahan yang dihasilkan dari ikan lempuk ini, masyarakat desa sekitar menjadikan ikan ini untuk dijadikan berbagai macam olahan sebagai sumber mata pencaharian masyarakat sekitar. Seperti halnya lempuk crispy.

Lempuk Crispy merupakan salah satu jenis olahan khas yang cukup terkenal di Daerah Grati. Berbagai olahan yang dihasilkan dari ikan lempuk ini seperti halnya rengginang lempuk, pepes lempuk, kerupuk lempuk, dan nugget lempuk. Tak heran jika olahan ini banyak dikenali di daerah cukup luas, seperti halnya digunakan sebagai pusat oleh-oleh khas di daerah Grati. Olahan ini banyak diperjual belikan di berbagai toko UMKM sekitar, seperti halnya di UMKM Isrina Food,

UMKM Isrina Food adalah UMKM yang tergolong cukup unggul dalam penjualan olahan ikan lempuk. Berbagai inovasi olahan ikan lempuk dijual dengan ukuran kemasan yang berbeda-beda, menjadikan UMKM Isrina Food ini sebagai UMKM yang memiliki potensi kedepannya dalam produksi olahan ikan lempuk. Berbagai persaingan UMKM

produksi olahan ikan lempuk yang ada dikawasan Grati, seperti halnya Lugus Ranu, AIM, dan beberapa masyarakat yang menjual olahan ikan lempuk, tak heran jika UMKM Isrina Food mengalami persaingan dalam strategi penjualan dari strategi pengembangan usaha. Mulai dari kemasan, inovasi pengolahan, teknik marketing merupakan hal yang harus dikembangkan di UMKM Isrina Food.

Mudrajat (2008) dalam wahyuniarso (2013) mengemukakan bahwa UMKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu survive. Definisi UMKM menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014: 8) Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp.10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Setiap perusahaan pasti menggunakan strateginya untuk memajukan usahanya. Tidak hanya perusahaan besar yang memiliki manajemen secara strategis, bahkan perusahaan kecil pun harus memeriksa manajemen strategis. Manajemen strategis adalah seperangkat keputusan dan Sarana untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen strategis membutuhkan keputusan jangka panjang dan kompleks dan futuristik.

Perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk, akan bersaing di berbagai tingkatan bisnis atau pasar. Dalam bisnis diperlukan menyusun strategi bisnis dalam mengembangkannya sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan agar sesuai dengan langkah awal yang sudah dipikirkan. Pengembangan usaha yang baik itu dimulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha. Faktor modal bukanlah hal terpenting dalam mengembangkan usaha tetapi strategi bagaimana kita sebagai pengusaha dapat mengembangkan usaha dengan baik (Hidayati,

2018: 6). Sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil dalam usahanya apabila penerapan strategi pengembangannya mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang merasa puas akan sebuah produk maka strategi yang dijalankan cukup berhasil. Hal ini dapat meningkatkan peluang untuk pendapatan (laba) yang lebih besar (Hidayati, 2018: 7).

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Davis, Hills dan Laforge (1985) menunjukkan bahwa para pelaku UMKM juga cenderung menggunakan pilihan strategi yang lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan besar meskipun keduanya menghadapi kondisi pasar yang sama penelitian lain dilakukan oleh knight (2000) menunjukkan bahwa globalisasi memiliki dampak dan tekanan yang signifikan bagi sektor UMKM sehingga para pelaku UMKM tersebut harus dapat menerapkan penggunaan teknologi yang tepat guna bagi usaha yang mereka jalankan sehingga mereka mampu bersaing secara efektif atau mengeluarkan produk baru mereka yang lebih memuaskan kebutuhan konsumen mereka dibandingkan dengan produk sejenis di pasar.

Terdapat beberapa UMKM yang menjual produk olahan ikan lempuk salah satunya yaitu UMKM Isrina Food. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa usaha produk olahan ikan lempuk UMKM Isrina Food Grati sudah berdiri kurang lebih 10 tahun yang berlokasi di Jl. Haji Ikhsan Bandilan Ranuklindungan, Grati Kabupaten Pasuruan. Selain produk andalan olahan ikan lempuk yang gurih, UMKM Isrina Food juga mempunyai produk lain, yaitu rengginang, kerupuk rambak, keripik tempe dan beberapa macam olahan keripik.

Fenomena bahwa ditengah maraknya potensi dalam olahan ikan lempuk, mengalami kendala dimana ketersediaan di alam yang cukup terbatas. Keberadaan dari ikan ini mengalami berbagai tekanan mulai dari penangkapan yang cukup berlebihan, hingga aktivitas masyarakat sekitar yang berpotensi mengganggu ekosistem Danau. Serta kualitas

perairan Danau yang terancam akibat limbah domestik dan eutrofikasi limbah pakan dari keramba jaring apung mengakibatkan kualitas dari Ikan Lempuk mengalami penurunan dari segi pengolahan. Tak heran jika berbagai UMKM khususnya UMKM Isrina Food harus melakukan berbagai inovasi dari keterbatasan produk dan persaingan dalam pengembangan usahanya.

Dari berbagai permasalahan tersebut, peneliti menggunakan metode Analisis SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan usahanya. Metode Analisis SWOT adalah analisis penelitian strategi untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan, (weaknesses), ancaman (opportunities), dan peluang (threats). Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Menurut Galavan (2014), analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (opportunity) dan ancaman (threat) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal.

Berdasarkan fenomena keterbatasan potensi ikan lempuk serta permasalahannya dalam strategi pengembangan usaha di UMKM Isrina Food Grati, maka peneliti mengulasnya dengan menggunakan metode Analisis SWOT dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Ikan Lempuk Melalui Analisis SWOT di UMKM Isrina Food Grati Kabupaten Pasuruan"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan

usaha Ikan Lempuk melalui Analisis SWOT di UMKM Isrina Food Grati Kabupaten Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di uraikan peneliti tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perumusan Strategi Pengembangan Usaha Ikan Lempuk Melalui Analisis SWOT di UMKM Isrina Food Grati Kabupaten Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu pengetahuan dan pengalaman sekaligus pengaplikasian ilmu yang di peroleh selama mengikuti kuliah Analisis SWOT (Faktor Internal & Eksternal).

2. Bagi Pemilik Usaha

Manfaat dengan adanya penelitian ini, bagi masyarakat khususnya pemilik usaha Ikan Lempuk dapat menjadi sebagai referensi dalam pengembangan usahanya untuk meningkatkan hasil produksi.

3. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah hasil pustaka bagi pihak akademik dan berguna bagi lainnya yang ada pada konsentrasi pemasaran. Serta diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya yang ingin mengetahui dan mendalami tentang strategi pengembangan UMKM melalui analisis SWOT

4. Bagi Pihak Lain

Bagi peneliti lain, penelitian ini akan menjadi ilmu pengetahuan sekaligus menjadi referensi baru yang nantinya akan sangat membantu bagi peneliti lain yang ingin meneliti lebih lanjut prospek pengembangan usaha kecil dalam meningkatkan nilai ekonomi pada produk lempuk.

