

**STRATEGI PEMASARAN IKAN BANDENG TANPA DURI
PADA UD. PANGKAINA DI DESA PANTE PAKU KECAMATAN
JANGKA KABUPATEN BIREUEN**

Rosmiati

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri pada UD. Pangkaina di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen. Penelitian ini dilakukan di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen. Dari hasil analisis SWOT yang digunakan untuk mengukur faktor internal kekuatan dan kelemahan suatu usaha maka upaya yang harus dilakukan untuk strategi pemasaran bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen yaitu dengan menjaga kualitas produk yang baik supaya pelanggan puas terhadap produk yang diterima, menciptakan harga yang standar sesuai dengan harga permintaan pasar dan konsumen dan melakukan alternative terhadap promosi produk dengan melihat prospek pasar yang masih terbuka lebar. Kuadran I : merupakan situasi yang sangat menguntungkan dalam melakukan strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dalam menghadapi berbagai kendala/kelemahan internal dan eksternal. Pada kuadran I membuktikan bahwa kekekuatan dan peluang memiliki tingkat kemampuan usaha yang lebih tinggi. Dari hasil analisis SWOT yang digunakan untuk mengukur faktor eksternal peluang dan ancaman suatu usaha maka upaya yang harus dilakukan untuk strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen yaitu mempertahankan kualitas produk untuk mengantisipasi munculnya produk yang sejenis, memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan produksi untuk memperkecil peluang bagi pertumbuhan industri yang sejenis, melakukan promosi secara efisien untuk mencari pelanggan dan membuka peluang pasar secara luas dan mempertahankan kualitas produk serta melakukan pengontrolan harga terhadap permintaan pasar dan pelanggan.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Ikan Bandeng Tanpa Duri dan UD. Pangkaina

PENDAHULUAN

Menurut data statistik Kabupaten Bireuen (2013), produksi dari hasil budidaya bandeng yaitu 6.876 ton per tahun dengan luas areal 673 ha. Dari hasil produksi tersebut 11,83 ton diolah menjadi bandeng tandu (tanpa duri). Bandeng tandu adalah bandeng yang

diolah untuk menghilangkan duri dengan cara melepaskan durinya dari daging. Jumlah duri yang banyak dan halus, membuat bandeng sulit untuk dikonsumsi berbagai kalangan. Dengan adanya kendala duri pada bandeng, maka konsumen sulit dalam mengkonsumsi sehingga dikembangkan usaha

penghilangan tulang/ duri bandeng yang menghasilkan produk yang disebut Bandeng Tanpa Duri, dan akhirnya dapat diolah lebih lanjut sesuai dengan selera konsumen.

Penjualan Bandeng tanpa duri diharapkan dapat selalu dipertahankan setiap bulan bahkan dapat terjadi peningkatan penjualan secara terus menerus. Kondisi perubahan penjualan bandeng tanpa duri yang tidak stabil mengindikasikan adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada produk bandeng tanpa duri, sehingga diperlukan strategi dan taktik yang jitu untuk mempertahankan jumlah konsumennya agar tiap tahun keputusan pembelian konsumen meningkat dan tidak mengalami penurunan.

Beberapa produk olahan bandeng tanpa duri antara lain bandeng pepes, bandeng asap, nugget bandeng, fillet bandeng dan sebagainya. Hasil produksi bandeng tanpa duri kemudian dijual kepada konsumen, dimana konsumen ini setengahnya adalah konsumen pengguna (*end user*) dan sisanya adalah pedagang yang menjual kembali produk ini dalam keadaan mentah (*fresh frozen*) atau menjualnya setelah diolah menjadi produk makanan olahan.

Upaya untuk meningkatkan nilai dan mengoptimalkan pemanfaatan produk hasil tangkapan laut adalah dengan mengembangkan produk bernilai tambah, baik olahan tradisional maupun modern. Apabila ingin mengubah nilai jual ikan non ekonomis maka salah satu cara yang bisa ditempuh adalah melalui diversifikasi pengolahan produk perikan agar lebih bisa diterima oleh masyarakat dan sesuai dengan selera pasar dalam rangka memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, aman, sehat melalui asupan gizi/vitamin/protein dari produk hasil perikanan dan ketahanan pangan.

Ada banyak keuntungan yang diperoleh pengusaha UD. Pangkainya apabila ikan bandeng dilakukan pengolahan menjadi beberapa produk olahan, seperti bandeng tandu yang dikemas sehingga menjadi lebih menarik untuk dipasarkan. Sedangkan pada distribusi dapat diketahui bahwa jumlah ikan segar yang dipasarkan tergantung dari hasil panen yang diperolehnya, karena jumlah ikan sangat ditentukan oleh keadaan alam dan untuk memasarkannya membutuhkan tempat yang menampung. Sedangkan produk olahan sangat ditentukan permintaan konsumen sehingga jumlah yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan

konsumen, selain itu produk olahan sangat ditentukan oleh bahan baku yang tersedia. Adapun kualitas produk olahan ditentukan dari proses pengolahan yang dilakukan dan jenis bahan baku yang diolah, serta akan lebih tahan dibandingkan dengan ikan segar. Sedangkan untuk ikan segar ditentukan dengan tingkat kesegaran dari ikan yang dihasilkan, masing-masing jenis ikan mempunyai tingkat kesegaran yang berbeda-beda.

Segala strategi untuk mencapai hasil penjualan yang tinggi harus ditempuh para pengolah bandeng tandu, demi memenangkan daya saing dan menciptakan nilai tambah. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang dipergunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Melihat beberapa kenyataan diatas, maka perlu untuk menganalisis strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri pada UD. Pangkaina di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen, untuk selanjutnya dapat diketahui strategi pemasaran yang lebih

efektif dan efisien guna meningkatkan daya saing dan pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan para pengolah bandeng tanpa duri tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan dilapangan dan wawancara langsung terhadap responden yaitu pengusaha Ikan Bandeng Tanpa Duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen meliputi monografi, jumlah penduduk, lokasi usaha, umur penduduk, lokasi penelitian, jenis usaha, penggunaan bahan baku dan lain-lain. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi perpustakaan, skripsi, website, dan data dari instansi yang berkaitan langsung dengan penelitian tersebut.

Metode Analisis Data

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, dengan tujuan untuk mengetahui

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Strategi Pemasaran Ikan Bandeng Tanpa Duri pada UD. Pangkaina di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen.

Definisi Operasional.

- 1) Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang yang dilakukan oleh pengusaha bandeng tanpa duri untuk mencapai sasaran dan tujuan.
- 2) Pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan oleh pengusaha bandeng tanpa duri dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menjual ikan bandeng tandu ke pasar.
- 3) Prospek adalah suatu gambaran keseluruhan, baik ancaman ataupun peluang pada usaha bandeng tanpa duri.
- 4) Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan yang dilakukan oleh pengusaha bandeng tanpa duri mengenai tentang peluang pertumbuhan usaha tersebut.
- 5) Analisis SWOT adalah metode analisis yang digunakan untuk menciptakan strategi dan peluang dari suatu perencanaan untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi bisnis, untuk mengetahui

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam sebuah industri.

- **Strength** (kekuatan), merupakan kondisi kekuatan yang terdapat pada usaha bandeng tanpa duri. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam usaha bandeng tanpa duri itu sendiri.
- **Weakness** (kelemahan), merupakan kondisi yang terdapat dalam usaha bandeng tanpa duri. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam usaha bandeng tanpa duri itu sendiri.
- **Opportunity** (peluang), merupakan kondisi peluang berkembang dimasa yang akan datang yang terjadi pada usaha bandeng tanpa duri. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar usaha bandeng tanpa duri.
- **Threat** (ancaman), merupakan kondisi yang mencekam dari luar, ancaman ini dapat mengganggu usaha bandeng tanpa duri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Desa Pante Paku merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen. Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen secara administratif Desa Pante Paku mempunyai batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Krueng Mate
- Sebelah Timur Berbatasan dengan Desa Bugak Meunasah Dua
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Punjeot

Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen merupakan kawasan beriklim tropis dengan

ketinggian permukaan tanah dari permukaan laut 960-990 m dpl. Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen yang terdiri dari daerah pemukiman penduduk, perkebunan dan tambak. Dilihat dari keadaan iklim dan cuaca didaerah ini sangat cocok untuk pertania tambak, perkebunan dan pertanian.

Luas Lahan dan Penggunaan

Luas penggunaan lahan Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen berdasarkan penggunaannya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Luas Lahan Berdasarkan Penggunaannya

No	Jenis	Luas (Ha)	Persentase
1	Bangunan	104	23,37
2	Lahan Sawah	74	16,63
3	Kebun	141	31,69
4	Tambak	126	28,31
Jumlah		445	100,00

Sumber : Kantor Keuchiek, 2014

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa penggunaan lahan terbesar di lokasi penelitian adalah untuk kebun dan selebihnya untuk bangunan, tambak dan hanya sebahagian kecil untuk lahan sawah.

Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen pada tahun 2014 tercatat sebanyak 1.384 jiwa atau 422 KK yang terdiri dari 680 laki-laki dan 704 perempuan. Keadaan

penduduk berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2. Jumlah Penduduk di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2014

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Sex Ratio
1	Perempuan	704	93,16
2	Laki-laki	680	
Jumlah		1.384	

Sumber : Monografi Desa, 2014

Dengan demikian sex ratio penduduk Desa Pante Paku Kecamatan Jangka lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan dibandingkan dengan laki-laki, berate setiap 100 orang penduduk perempuan terdapat 93,16 penduduk laki-laki.

Tabel 3. Mata Pencaharian Penduduk di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Tahun 2014

No	Jenis Mata Pencaharian	Luas (Ha)	Persentase
1	Petani	272	35,93
2	Pedagang	128	16,91
3	Tukang Bangunan	24	3,17
4	Pengusaha Industri	21	2,77
5	Peternakan	48	6,34
6	PNS	74	9,78
7	Petani Tambak	53	7,00
8	Lain-Lain	137	18,10
Jumlah		757	100,00

Sumber : Kantor Keuchiek, 2014

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Desa Pante Paku Kecamatan Jangka bermata pencaharian sebagai petani, selebihnya yaitu bermata pencaharian sebagai pedagang, tukang bangunan, pengusaha industri,

peternakan, PNS, petani tambak, dan lain-lain.

Sejarah Industri Pengolahan Ikan Bandeng Tanpa Duri

Usaha produksi ikan bandeng tanpa duri adalah salah satu UKM yang sedang berkembang dari tahun 2009

hingga sekarang. Usaha produksi ikan bandeng tanpa duri ini satu-satunya yang terdapat di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen juga memiliki 16 orang tenaga kerja termasuk tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja luar keluarga. Usaha produksi ikan bandeng tanpa duri merupakan usaha yang bergerak dibidang pembuatan makanan olahan ikan bandeng. Ibu Nurmasiyah yang berusia 28 tahun sebagai perintis usaha ini tidaklah mudah. Mereka merintis usaha pembuatan makanan olahan ikan bandeng ini dari bawah yaitu dengan melakukan produksi jika mendapat pesanan dari tetangga-tetangga dekat saja.

Usaha ini merupakan produsen, penjual dan pemasok produk makanan olahan ikan bandeng ke beberapa daerah yang diantaranya Kabupaten Bireuen, Kota Lhokseumawe dan Banda Aceh. Berdirinya usaha produksi bandeng tanpa duri ini berawal dari pelatihan yang diadakan oleh FAO dan NGO di tingkat kabupaten pada tahun 2006.

Proses Pengolahan Bandeng Tanpa Duri

Pengolahan bandeng tanpa duri merupakan salah satu proses pengolahan diversifikasi produk perikanan, terutama produk perikanan dari bahan baku ikan

bandeng. Adapun cara Pengolahannya cukup sederhana. Jika bandeng mempunyai cita rasa yang spesifik dan banyak digemari oleh masyarakat banyak namun dibalik prospek tersebut ikan bandeng mempunyai kelemahan yaitu terdapatnya duri-duri yang banyak yang tersebar diseluruh bagian daging. Untuk mengantisipasi dari kendala-kendala diatas maka proses pengolahan bandeng tanpa duri merupakan alternatif yang sangat tepat. Berikut cara pengolahan bandeng tanpa duri :

a. Pembuangan Sisik

Apabila pengolahan Bandeng tanpa duri ini untuk kepentingan pengolahan lanjutan yang masih memerlukan adanya sisik, maka pembuangan sisik tidak dilakukan. Apabila dalam pengolahan lanjutan tidak diperlukan adanya sisik maka cara pembuangan sisik dengan dikerok dari pangkal ekomya menuju ke bagian kepala dengan alat pisau atau pembuang sisik (khusus).

b. Pembelahan (Fillet)

Teknik pembelahan dengan cara menyayat bagian punggung ikan dengan menggunakan alat pisau. Penyayatan dimulai dari bagian ekor sampai dengan

membelah kepala dan selanjutnya pembuangan isi perut serta insang.

c. Pencucian

Ikan yang telah difillet dicuci bersih dengan menggunakan air bersih untuk menghilangkan sisa darah, lemak maupun kotoran yang masih menempel.

d. Pembuangan Duri

Buang tulang punggung dengan menggunakan pisau dari bagian ekor hingga bagian kepala. Cabut tulang-tulang dari permukaan dinding perut, pada bagian perut terdapat 16 pasang tulang besar.

Buat irisan memanjang pada guratan daging punggung bagian tengah dan bagian perut dengan menggunakan ujung pisau. Irisan dilakukan dengan hati-hati agar duri-duri tidak terputus, selanjutnya pencabutan duri dilakukan dengan cara memasukkan ujung pinset pada bagian irisan tersebut, kemudian dilakukan pencabutan satu persatu, pada bagian punggung terdapat 42 pasang duri bercabang yang berada di dalam daging dekat kulit luar. Sepanjang lateral line terdapat 12 pasang duri cabang, sedangkan di bagian perut terdapat 12 pasang duri. Rendemen ikan bandeng yang telah dibuang durinya sebesar 70-80%.

e. Pengemasan

Agar mempunyai daya awet yang lebih lama maka ikan bandeng segera mungkin didinginkan dengan menyimpan ke dalam wadah dan diberi es. Untuk menjaga agar ikan tidak berkontak langsung dengan es maka ikan dimasukkan ke dalam kantong plastik yang ditutup dengan sealer.

Faktor-Faktor Produksi

Bahan Baku

Bahan baku utama dalam penelitian ini adalah ikan bandeng. Ikan bandeng merupakan salah satu jenis ikan yang memiliki rasa yang spesifik dan telah dikenal di Indonesia bahkan di luar negeri. Menurut penelitian Balai Pengembangan dan Penelitian Mutu Perikanan (1999), kandungan omega-3 bandeng sebesar 14,2% melebihi kandungan omega-3 pada ikan salmon (2,6%) ikan tuna (0,2%) dan ikan sardines/*mackerel* (3,9%). Kandungan gizi bandeng secara lebih lengkap dapat dilihat pada komposisi kimia yang terdapat pada bandeng. Dengan kandungan protein yang tinggi (20,38%), bandeng merupakan salah satu sumber pangan yang sangat bergizi. Adanya diversifikasi olahan produk bandeng merupakan salah satu upaya untuk

memenuhi selera masyarakat dalam mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein yang juga merangsang berkembangnya budidaya bandeng. Akan tetapi, kelemahan dari bandeng ini yaitu adanya tulang dan duri yang cukup banyak d dalam tubuh bandeng sehingga berisiko tinggi bila dikonsumsi oleh manusia terutama anak-anak. Hal ini mengurangi minat masyarakat untuk mengkonsumsi bandeng. Jumlah duri yang terdapat pada ikan bandeng adalah sebagai berikut : pada bagian punggung ada 42 pasang duri bercabang yang menempel di dalam daging dekat permukaan kulit luar, bagian tengah ada 12 pasang duri pendek, pada bagian rongga perut ada 16 duri pendek dan bagian perut dekat ekor ada 12 pasang duri.

Bahan baku dalam penelitian ini diperoleh dari tambak dan pasar induk pada toke bangku. Dalam sekali produksi yaitu menghabiskan 80 kg ikan, rata-rata produksi dalam satu minggu adalah 5 kali.

Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah faktor mutlak yang harus dibutuhkan oleh setiap usaha. Sebagaimana telah kita

ketahui tenaga kerja merupakan faktor produksi utama. Tanpa ada tenaga kerja semua kegiatan yang akan dilaksanakan tidak akan tercapai, begitu juga pada usaha produksi bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen.

Pada tempat penelitian ini pengusaha rata-rata menggunakan tenaga kerja keluarga dan luar keluarga. Jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan sebanyak 16 orang. 14 orang dipekerjakan pada bidang proses produksi, sedangkan 2 orang lagi pada bagian pemasaran.

Bangunan

Bangunan adalah tempat melakukan proses produksi sehingga menjadi salah satu faktor yang penting dalam pengolahan ikan bandeng tanpa duri. Pengusaha ikan bandeng tanpa duri membuat bangunan sekaligus lengkap dengan peralatan pendukungnya.

Biaya pembuatan bangunan pada usaha ini merupakan biaya sendiri dan untuk membuat bangunan tersebut mengeluarkan biaya sebesar Rp. 18.000.000,-.

Saluran Pemasaran

Menurut (Fanani, 2002), pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk

merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Pada prinsipnya pemasaran adalah pengaliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang tersebut dapat terjadi karena adanya lembaga pemasaran yang dalam hal ini tergantung dari sistem yang berlaku dan aliran yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran bandeng tanpa duri yang dilakukan oleh pengusaha bandeng tanpa duri pada UD. Pangkaina tanpa menggunakan perantara atau lembaga lainnya. Pada UD. Pangkai, pemasaran bandeng tanpa duri menggunakan saluran pemasaran langsung : Saluran pemasarn ini merupakan pemasaran langsung diterima dari pengusaha UD. Pangkaina langsung berhubungan dengan pasar dan pemesan yang diantar oleh pekerja dan mengirimkan lewat angkutan. Bentuk saluran langsung merupakan bentuk saluran yang paling mudah untuk dilalui tanpa adanya perantara, saluran langsung dapat meningkatkan penerimaan pengusaha karena dengan biaya pemasaran sedikit dan bentuk saluran pemasaran yang pendek membuat pengusaha lebih bisa

mendapatkan keuntungan yang lebih. Dengan kata lain pedagang yang memiliki modal kuat cenderung memperpendek saluran pemasaran maka penerimaanya akan lebih tinggi.

Bauran Pemsaran

Strategi Produk

Usaha menjaga kualitas produk dengan memproduksi secara konsisten tidak berlebih dan tidak kurang agar kualitas produk yang dihasilkan juga konsisten. Saat ini mengatakan usaha tidak melakukan perencanaan dan memberikan suatu target produksi kepada tenaga kerja yang bekerja pada bidang produksi baik itu target harian, bulanan maupun target tahunan. Alasan untuk tidak memberikan target produksi kepada tenaga kerja dikarenakan tidak diberikan suatu target dikarenakan tidak menginginkan tenaga kerja marasa terbebani dan dikejar target yang akan mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan sehingga kualitas produk tidak bias konsisten apabila dikerjakan dengan beban target. Untuk kegiatan produksi sendiri tidak ada masalah untuk mempersiapkan permintaan-permintaan toko. Selain itu bahan baku juga harus diprioritaskan paling utama untuk kualitasnya karena bahan baku yang

digunakan merupakan bahan baku yang tidak tahan lama.

Strategi Harga

Usaha lebih melihat pada ekonomi masyarakat, harga yang diterapkan bias dicapai oleh semua kalangan dari bawah, menengah, dan keatas. Ekonomi masyarakat dipengaruhi oleh besarnya penghasilan yang didapat. Suatu produk bukan hanya melihat dari sisi harga yang ditentukan lebih tinggi, tetapi bagaimana mencari konsumen sebagai pelanggan. Tanpa adanya pelanggan ataupun konsumen suatu produk tidak dapat terjual.

Strategi Promosi

Beberapa upaya pemasaran yang coba ditempuh oleh pihak pemilik adalah dengan memanfaatkan even-even yang diadakan oleh pemerintah daerah maupun pemerintah luar daerah. Selain itu juga mengikuti pameran-pameran dan acara-acara promosi atau pengenalan produk lainnya baik di dalam Kabupaten Bireuen maupun luar Kabupaten Bireuen. Melakukan pembagian brosur dan berupaya untuk mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut, usaha beranggapan bahwa pemasaran dari mulut ke mulut efektif karena akan cepat membangun kredibilitas sebuah produk,

yang berujung pada rekomendasi produk tersebut dari satu konsumen ke konsumen lainnya.

Strategi Tempat/Distribusi

Dalam memasarkan produk bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku dilakukan dengan sistem distribusi *zero-level channel*, dimana usaha tidak menggunakan perantara dalam memasarkan produknya, hal ini dengan pertimbangan bahawa produk olahan ikan bandeng ini merupakan produk yang tidak tahan lama, sehingga diperlukan sistem distribusi yang cepat untuk menghindari kerusakan. Namun saluran distribusi ini berakibat pada terbatasnya pangsa pasar yang akan berpengaruh terhadap penjualan dan laba usaha, sehingga diperlukan strategi distribusi sistem *multi level channel* dalam pemasaran produk.

Adapun alternatif strategi pemasaran yang sangat mungkin dilakukan usaha bandeng tanpa duri dalam memasarkan produknya adalah strategi struktur saluran distribusi, dilakukan dengan penentuan jumlah perantara yang digunakan. Alternatif yang dipilih dapat berupa distribusi langsung (*direct channel*) atau distribusi tidak langsung (*indirect channel*) dengan tujuan untuk mencapai jumlah

pelanggan yang optimal pada waktu yang tepat dan dengan biaya yang rendah namun dapat meraih dan menjaga tingkat pengendalian distribusi tertentu.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis SWOT didahului dengan identifikasi posisi usaha melalui evaluasi nilai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Identifikasi posisi usaha sangat penting dalam membuat keputusan untuk memilih alternatif strategi yang paling tepat sesuai kondisi internal dan eksternal usaha saat ini. Memilih alternatif strategi dilakukan setelah usaha mengetahui terlebih dahulu posisi usaha untuk kondisi sekarang berada pada kuadran mana dari keempat kuadran yang tersedia. Setelah diagram SWOT terbentuk, kemudian dibuat matriks SWOT yang menjelaskan berbagai alternatif yang mungkin untuk membantu pemilik usaha mengembangkan empat tipe strategi, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT.

1. Strength (Kekuatan yang dimiliki usaha)

Kekuatan merupakan faktor yang berasal dari internal usaha. Usaha juga

memiliki faktor-faktor kekuatan internal di dalam usahanya yang berasal dari pemaparan fungsi manajemen usaha diatas. Berikut ini adalah faktor-faktor kekuatan internal yang dimiliki usaha bandeng tanpa duri :

- 1) Produk satu-satunya didalam daerah
Produk satu-satunya yaitu produk tersebut yang hanya terdapat di daerah Kabupaten Bireuen dan bahkan belum ada usaha yang sama atau yang sejenis. Hal tersebut menguntungkan bagi pemilik usaha karena belum ada saingan dan produknya dapat berproduksi secara aman-aman saja. Produk baru mempengaruhi konsumen untuk mencoba. Hal tersebut menjadikan nilai tambah bagi usaha karena saat ini masih belum ada usaha bandeng tanpa duri yang terdapat di wilayah Kabupaten Bireuen.
- 2) Pihak pemilik memiliki komunikasi yang baik dengan karyawan
Komunikasi yang baik telah terjadi pada usaha karena pihak pemilik usaha selalu mengkomunikasikan pada para karyawannya mengenai tugas-tugas yang harus dikerjakan karyawan, memberikan jalan keluar bagi karyawan yang memiliki masalah pribadi maupun masalah

mengenai pekerjaannya, dan selalu menerima masukan dari karyawan mengenai pekerjaan. Komunikasi yang baik akan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman bagi karyawan, sehingga karyawan dapat bekerja secara efektif dan efisien. Usaha memiliki sifat efisien dan efektif akan membuahkan hasil yang baik. Selain itu proses pemasaran juga berjalan dengan baik.

3) Kualitas produk yang baik

Kualitas produk dari usaha tergolong baik, hal tersebut dibuktikan oleh pernyataan konsumen yang mengatakan rasa dari produk yaitu ikan bandeng tanpa duri gurih dan enak. Selain dari pernyataan dari konsumen tersebut, kualitas yang baik juga ditunjukkan dari izin dinkes.

4) Harga terjangkau

Harga yang ditetapkan bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Penentuan harga disesuaikan dengan permintaan pasar dan konsumen. Harga akan mempengaruhi minat konsumen terhadap pilihan suatu produk. Harga yang ditentukan sesuai dengan keadaan produk. Apabila sebuah produk yang mengeluarkan biaya yang mahal maka harga yang ditetntukn lebih tinggi, sebaliknya

jika biaya yang dikeluarkan untuk produksi lebih murah maka harga produk bisa lebih rendah.

2. Weaknes (Kelemahan yang dimiliki usaha)

Kelemahan merupakan faktor yang berasal dari internal usaha. Usaha juga memiliki faktor-faktor kelemahan internal di dalam usahanya yang berasal dari penjelasan sebelumnya mengenai fungsi manajemen pada usaha ikan bandeng tanpa duri. Berikut ini adalah faktor-faktor kelemahan pada internal pada usaha ikan bandeng tanpa duri :

1) Produk tidak tahan lama

Kualiatas dan daya tahan produk sangat mempengaruhi terhadap bertahannya suatu produk di pasaran. Kualitas sangat menentukan daya tarik konsumen untuk memilih barang tersebut, sedangkan daya tahan menentukan lamanya suatu produk bertahan, semakain cepat suatu produk rusak maka semakin kecil suatu barang untuk dimanfaatkan. Kualiatas dan daya tahan produk akan menjadi ancaman untuk sebuah usaha jika tidak mampu menaikkan kualitas dan daya tahan prokduk untuk menjadi lebih baik lagi.

- 2) Pengiriman lewat batas/tidak tepat waktu

Resiko kerugian pada usaha ini yaitu pada pengiriman produk yang tidak tepat waktu. Ikan yang telah dibekukan dan apabila dalam perjalanan mengalami hambatan atau tiba tidak tepat waktu ikan akan busuk dan bau. Resiko ini ditanggung oleh pemilik usaha.

- 3) Kurang promosi

Sebuah usaha yang memproduksi produk yang memiliki nama dan sesuatu yang terbaru itu perlu adanya promosi. Promosi sangat perlu, yaitu tujuannya supaya konsumen bias tau dan mengenal bahwa ada produk yang terbarudari ikan bandeng. Namun usaha pengolahan ikan bandeng tanpa duri yang ada di Desa Pante Paku ini tidak melakukan promosi secara khusus tetapi hanya mengikuti even-even dan pameran yang diadakan oleh daerah.

- 4) Manajemen sederhana

Usaha yang memproduksi ikan bandeng tanpa duri ini menggunakan manajemen yang sederhana yaitu meliputi beberapa bidang yang mampu menggerakkan usaha ini, yaitu dari tahap persediaan bahan baku, proses pengolahan dan

pemasaran. Manajemen sederhana yang dimaksud pada penelitian ini yaitu tidak menggunakan sebuah peraturan atau ketentuan khusus pada saat melakukan proses produksi.

3. Oppornuties (Peluang bagi usaha)

Peluang merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh usaha. Usaha memiliki faktor-faktor eksternal. Berikut ini adalah pemeparan mengenai faktor-faktor peluang eksternal yang dimiliki oleh usaha.

- 1) Produksi Terus Menerus

Produksi terus menerus : Usaha pengolahan ikan bandeng tanpa duri sanggup memproduksi secara terus-menerus, karena prospek permintaan dan pasar masih terbuka lebar. Bahan bakunya pun sangat mudah diperoleh.

- 2) Bahan Baku Tersedia Dalam Daerah

Bahan baku sangat mudah didapat dan tidak perlu memesan dari luar daerah. Bahan baku yang berupa ikan bandeng segar yang diperoleh langsung dari tambak dan pasar induk di daerah produksi

- 3) Minat Pemesan Tinggi

Minat pemesan tinggi : saat ini yang menjadi pelanggan tetap terhadap bandenga tanpa duri yaitu rumah makan., retoran dan supermarket.

Pemesan berasal dari dalam daerah Kabupaten Bireuen, Aceh Utara, Medan dan Banda Aceh.

4) Tidak Ada Saingan Dalam Daerah

Tidak ada saingan dalam daerah : Usaha bandeng tanpa duri ini termasuk salah satu usaha yang inovatif dan terbaru di Kabupaten Bireuen. Usaha ini cuma satu-satunya yang ada di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dan sampai saat ini belum ada saingan dari produk yang sama.

5) Biaya Pemasaran Tidak Besar

Biaya pemasaran tidak besar : pemasaran dilakukan melalui pengiriman dengan bus dan pengantaran oleh tenaga kerja apabila dekat. Biaya pemasaran untuk wilayah jauh biaya ditanggung oleh pemesan.

6) Pasar Masih Terbuka Lebar

Pasar masih terbuka lebar : Produk bandeng tanpa duri masih sedikit yang memproduksi an bahkan di wilayah Kabupaten Bireuen cuma hanya ada satu yaitu usaha yang ada di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen. Dalam pemasaran belum ada saingan dan prospek pasar masih sangat terbuka untuk usaha tersebut.

4. Treats (Ancaman bagi usaha)

Ancaman merupakan faktor eksternal yang sulit dikendalikan dan dapat membahayakan posisi usaha. Usaha memiliki faktor-faktor ancaman eksternal. Berikut ini adalah pemaparan mengenai faktor-faktor ancaman eksternal yang dimiliki oleh usaha :

1) Kelangkaan bahan baku pada musim penghujan disertai banjir

Bahan baku mengalami kelangkaan pada musim tertentu seperti pada musim banjir. Pada musim banjir tambak yang ada di wilayah Kabupaten Bireuen sering roboh. Bahan baku juga perlu penyortiran, bahan baku terkadang tergantung tempat dan kadang-kadang ikan bandeng ada yang bau. Ikan yang bau akan mempengaruhi lamanya ikan tersebut bertahan.

2) Tawar-menawar/Permintaan Harga yang Rendah

Banyak pelanggan yang menawarkan harga yang rendah akan berdampak dan bahkan akan menjadi sebuah ancaman terhadap usaha tersebut mengenai penentuan harga.

3) Berubahnya Selera Konsumen

Berubahnya selera konsumen akan menjadi sebuah ancaman bagi usaha bandeng tanpa duri. Produk yang

sudah diproduksi tetapi tidak ada yang mengonsumsi maka usaha akan mengalami kerugian.

- 4) Beralihnya Pelanggan ke Produk Lain
Salah satu ancaman besar bagi usaha bandeng tanpa duri apabila pelanggan beralih ke produk yang lain atau yang sama jenis. Disamping itu usaha tersebut akan bersaing dan prospek pemasaran akan terganggu.

- 5) Listrik yang sering padam
Usaha pengolahan ikan bandeng tanpa duri membutuhkan energi listrik, karena ikan yang sudah dicabut dapat dilihat pada Tabel 4.

tulangyaakan dilakukan proses pembekuan supaya ikan bertahan lama.

Analisa Faktor Kekuatan Internal dan Eksternal

Untuk mengukur suatu faktor kekuatan internal dan eksternal dapat dilakukan dengan analisa faktor kekuatan internal dan eksternal. Bobot masing-masing faktor internal

Tabel 4. Matrik Urgensi Faktor Internal

No	Faktor Internal	Faktor yang Lebih Urgen									Tota I NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	F	G	H	I				
A	Produk satu-satunya di dalam daerah	X	A	D	E	C	B	I	H		4	16,7	*1
B	Memiliki komunikasi yang baik dengan karyawan	A	X	E	D	H	I	B	C		2	8,3	*3
C	Kualitas produk yang baik	D	C	X	A	E	G	H	C		3	12,5	*2
D	Harga terjangkau	E	C	D	X	A	C	I	A		3	12,5	*2
E	Produk tidak tahan lama	C	H	A	D	X	B	D	E		1	4,2	*4
F	Pengiriman lewat batas/tidak tepat waktu	B	F	B	I	D	X	A	G		2	8,3	*3
G	Kurang promosi	I	E	C	F	G	B	X	A		3	12,5	*2
H	Manajemen sederhana	H	D	G	G	B	C	A	X		2	8,3	*3
Jumlah											20	100	

Berdasarkan tabel 4, bahwa faktor internal yang sangat urgen ternyata adalah dipengaruhi oleh produk satu-satunya di dalam daerah dan penggunaan modal sendiri dengan skor 16,7 %. Hal ini berdasarkan hasil perbandingan dengan faktor internal. Perbandingan ini dilakukan dengan Tabel 5. Matrik Urgensi Faktor Eksternal

brainstorming. Faktor yang paling berpengaruh dilihat dengan cara membandingkan antara faktor internal kemudian ditabulasikan ke dalam tabel dan diberi nilai dan bobot yang terdiri dari angka 1 sampai angka 5. Dengan bobot masing-masing faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 5.

No	Faktor Internal	Faktor yang Lebih Urgen											Total NU	Bobot (%)	Rangking	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K				
A	Produksi terus menerus	X	A	C	J	F	D	B	E	H	K	B	4	10,5	*3	
B	Bahan baku tersedia di dalam daerah	C	x	F	K	C	H	I	B	C	A	J	5	22,7	*1	
C	Minat pemesan tinggi	C	B	X	J	A	G	D	H	C	K	E	5	13,2	*2	
D	Tidak ada saingan di dalam daerah	D	A	K	x	H	A	J	D	A	C	E	4	10,5	*3	
E	Biaya pemasaran tidak besar	G	H	J	F	X	C	B	A	B	A	C	3	7,9	*4	
F	Pasar masih terbuka lebar	I	B	A	C	J	X	D	F	E	C	K	3	7,9	*4	
G	Kelangkaan bahan baku pada musim penghujan disertai banjir	F	D	B	C	E	A	x	G	D	I	H	4	10,5	*3	
H	Tawar-menawar/ Permintaan harga yang rendah	H	T	C	B	J	A	K	x	F	D	I	3	7,9	*4	
I	Berubahnya selera konsumen	B	F	G	A	B	C	E	D	x	K	A	3	7,9	*4	
J	Beralihnya pelanggan ke produk lain	C	E	G	J	H	C	D	F	C	x	A	2	5,3	*3	
K	Listrik sering padam	D	A	E	B	J	H	K	D	E	C	x	2	5,3	*3	
Jumlah														38	100	

Berdasarkan tabel 5, bahwa faktor internal yang sangat urgen ternyata adalah dipengaruhi oleh bahan baku tersedia di dalam daerah dengan skor 22,7 %.

Berdasarkan dari hasil analisis Matriks SWOT, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi yang telah digambarkan oleh Matriks SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam pemasaran ikan bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka. Adapun penentuan faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada lampiran 1.

$$NBD = ND \times BF$$

Diagram posisi kekuatan organisasi total nilai bobot (TNB) dari :

$$\text{Kekuatan (Strength)} = 6,06$$

$$\text{Kelemahan (Weakness)} = 5,97$$

$$\text{Peluang (Opportunity)} = 8,48$$

$$\text{Ancaman (Threat)} = 6,23$$

Kekuatan ada pada diagram I, dimana usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi sebuah usaha ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal usaha sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik (*turn around strategy*).

Untuk menentukan strategi pemasaran Ikan Bandeng Tanpa Duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dapat dilihat pemetaan faktor internal dan eksternal pada grafik berikut :

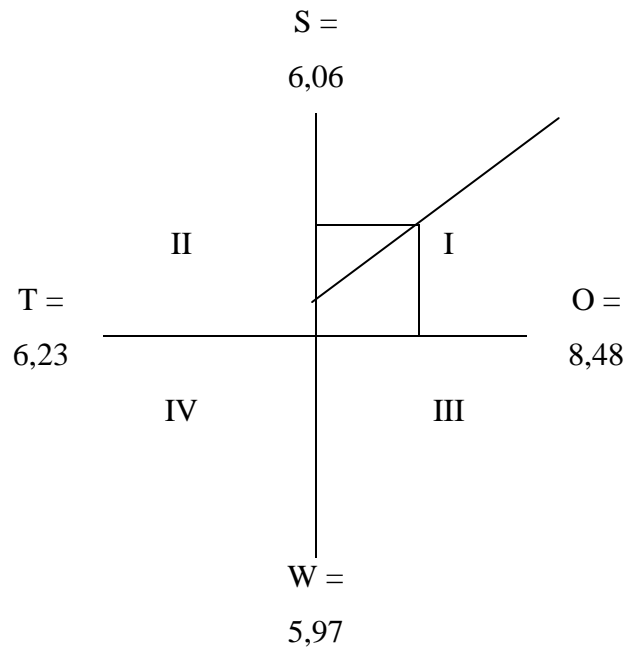


Diagram Posisi : $S-W = 6,06 - 5,97 = 0,09$
 $O-T = 8,48 - 6,23 = 2,25$

Gambar 2. Grafik Faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan gambar grafik 2 diatas membuktikan bahwa kuadran I : merupakan situasi yang sangat menguntungkan dalam melakukan strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dalam menghadapi berbagai kendala/kelemahan internal dan

eksternal. Pada kuadran I membuktikan bahwa kekuatan dan peluang memiliki tingkat kemampuan usaha yang lebih tinggi.

Analisis SWOT yang Menggunakan Matriks SWOT

Setelah dilihat dari beberapa poin analisis SWOT maka dapat dilihat pada tabel 4 Analisis SWOT yaitu :

Tabel 6. Analisis SWOT

Faktor Internal	(S) Strength (Kekuatan)	(W) Weaknes (Kelemahan)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk satu-satunya di dalam daerah 2. Memiliki komunikasi yang baik dengan karyawan 3. Kualitas produk yang baik 4. Harga terjangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tidak tahan lama 2. Pengiriman lewat batas/tidak tepat waktu 3. Kurang promosi 4. Manajemen sederhana
(O) Opportunity (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi terus menerus 2. Bahan baku tersedia di dalam daerah 3. Minat pemesan tinggi 4. Tidak ada saingan di dalam daerah 5. Biaya pemasaran tidak besar 6. Pasar masih terbuka lebar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk yang baik sehingga produksi dapat dilakukan terus-menerus (O4,S1) 2. Tenaga kerja dapat diandalkan sehingga produksi dapat dilakukan terus sesuai dengan jumlah permintaan (S2,S3,O2,O4) 3. Menjaga kualitas produk yang baik supaya pelanggan puas terhadap produk yang diterima (S4,O4) 4. Menciptakan harga yang standar sesuai dengan permintaan pasar dan konsumen (S4,O7) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan mesin listrik untuk mengantisipasi pemadaman listrik disaat usaha sedang terus-menerus memproduksi (W2O2) 2. Meningkatkan kualitas produk dan tahan lama supaya minat konsumen semakin tinggi (W1,O3) 3. Melakukan alternatif terhadap promosi produk dengan melihat prospek pasar dan pemasaran yang masih terbuka lebar (W5,O6) 4. Pengiriman produk ketempat harus cepat dan tepat waktu dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan pun tidak terlalu besar (W3,O4,O6).
(T) Threatss (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelangkaan bahan baku pada musim penghujan disertai banjir 2. Tawar-menawar/ Permintaan harga yang rendah 3. Berubahnya selera konsumen 4. Beralihnya pelanggan ke produk lain 5. Listrik sering padam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produk untuk mengantisipasi munculnya produk yang sejenis (S1,S4,S6,T1) 2. Memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan produksi untuk memperkecil peluang bagi pelanggan yang beralih ke produk lain (S1,T4) 3. Mempertahankan kualitas produk dan melakukan pengontrolan harga terhadap permintaan pasar dan pelanggan (S4,T2,T4) 4. Menjaga kualitas dan mutu produk untuk mempertahankan pelanggan dan mengikuti selera konsumen (S4,S6,T3,74) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengantisipasi terjadinya kelangkaan bahan baku dengan tujuan untuk memenuhi permintaan pasar/ persediaan produk untuk konsumen (W1,T2,T4) 2. Menyediakan peralatan pendukung supaya usaha dapat memproduksi secara-terus-menerus (W2,T1,T3,T4) 3. Melakukan promosi secara efisien untuk mencari pelanggan dan membuka peluang pasar secara luas (W4,T2,T4) 4. Meningkatkan manajemen produksi untuk meningkatkan kualitas usaha supaya usaha tetap bertahan (W5,T1)

Alternatif Strategi Pemasaran

Melalui hasil analisis SWOT pada usaha bandeng tanpa duri diperoleh beberapa strategi alternatif yang sesuai dengan kondisi dari usaha dan dapat digunakan untuk membantu pemasaran bandeng tanpa duri dari usaha tersebut adalah sebagai berikut :

a. Strategi SO, merupakan sebuah strategi yang dilakukan usaha dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mendapatkan keuntungan dari peluang eksternal. Strategi SO dalam tabel diatas terdiri dari:

1. Menjaga kualitas produk yang baik sehingga produksi dapat dilakukan terus menerus : strategi ini merupakan kombinasi antara kekuatan internal usaha, yakni bahwa bandeng tanpa duri memiliki kualitas produk yang baik, dengan peluang eksternal yakni produksi dilakukan terus-menerus. Dengan menjaga kualitas produk yang baik tentunya permintaan konsumen semakin meningkat sehingga produk ikan bandeng tanpa duri dapat diproduksi secara terus-menerus dan pendapatan usaha meningkat.
2. Tenaga kerja dapat diandalkan sehingga produksi dapat dilakukan

terus sesuai dengan jumlah permintaan : Strategi ini merupakan kombinasi antara kekuatan internal usaha yakni tenaga kerja mudah didapat dan memiliki komunikasi yang baik dengan karyawan dengan peluang eksternal, yakni produksi terus menerus dan minat pemesan tinggi.

3. Menjaga kualitas produk baik supaya pelanggan puas terhadap produk yang diterima : Strategi ini merupakan kombinasi antara kekuatan internal usaha yakni kualitas produk yang baik dan terjaga dengan peluang eksternal usaha, yakni minat pemesan tinggi. Produk yang memiliki kualitas yang terjamin akan lebih memuaskan konsumen. Untuk menjaga kualitas yang baik dibutuhkan keterampilan terhadap inovasi, merek, kemasan yang menarik, bersih dan steril.
4. Menciptakan harga yang standar sesuai dengan permintaan pasar dan konsumen : strategi ini merupakan kombinasi antara kekuatan internal usaha yakni harga yang terjangkau, dengan peluang eksternal usaha, yakni

pasar masih terbuka lebar dengan jumlah produk yang masih sangat minim. Untuk menentukan harga yang standar, pemilik usaha bandeng tanpa duri melakukan observasi pasar mengenai harga-harga yang mampu dibayar konsumen namun tidak merugikan usaha bandeng tanpa duri. Selain itu melakukan perbandingan tingkat harga dengan bandeng segar sesuai harga di pasaran.

b. Strategi WO, merupakan strategi yang dilakukan usaha untuk memperbaiki atau meminimalkan kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan mesin listrik untuk mengantisipasi pemadaman listrik disaat usaha sedang terus-menerus memproduksi : Strategi ini merupakan kombinasi antara kelemahan internal usaha yakni kekuatan listrik melemah dan sering padam, dengan peluang eksternal usaha, yakni produksi terus-menerus. Pemilik usaha harus mampu menyediakan perlengkapan pendukung demi kelancaran proses produksi yang

terus menerus. Menyediakan mesin listrik cadangan yang dibutuhkan disaat pemadaman listrik terjadi.

2. Meningkatkan kualitas produk dan tahan lama supaya minat konsumen semakin tinggi. Strategi ini merupakan kombinasi antara kelemahan internal usaha yakni menurunnya kualitas dan tidak tahan lama, dengan peluang eksternal usaha, yakni minat pemesan tinggi. Untuk menjaga minat konsumen tetap memilih produk dan membuat produk lebih tahan lama. Salah satu kekuatan sebuah usaha salah satunya terdapat pada kekuatan produk yaitu kualitas dan daya tahan produk.

3. Melakukan alternatif terhadap promosi produk dengan melihat prospek pasar dan pemasaran yang masih terbuka lebar : Strategi ini merupakan kombinasi antara kelemahan internal usaha yakni kurangnya promosi, dengan peluang eksternal usaha, yakni adanya prospek pengembangan dan pasaran masih terbuka lebar. Promosi yang pernah dilakukan yaitu dengan melakukan penawaran ke restoran dan

supermarket. Selain itu juga pernah mendaftar pada setiap acara pameran yang diselenggarakan di tingkat kabupaten dan bahkan tingkat provinsi. Salah satu langkah tersebut merupakan ajang promosi yang dilakukan oleh pengusaha bandeng tanpa duri untuk memperkenalkan produk dan menarik minat konsumen.

4. Pengiriman produk ketempat harus tepat dan tepat waktu dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan pun tidak terlalu besar : Strategi ini merupakan kombinasi antara kelemahan internal usaha yakni pengiriman lewat batas, produk tidak bisa digunakan lagi sehingga menampung resiko kerugian, dengan peluang eksternal usaha, yakni minat pemesan tinggi dan biaya pemasaran tidak besar. Untuk mempertahankan kepercayaan dari para pelanggan pengusaha melakukan pengiriman langsung dengan menggunakan tenaga kerja pengantar, dengan bertahannya pelanggan produk yang dihasilkan bisa terjual tepat waktu, selain itu usaha mampu melakukan produksi terus-menerus

tanpa mengkhawatirkan produk tidak tidak terjual.

- c. Strategi ST, merupakan strategi yang dilakukan usaha untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki usaha untuk menghindari ancaman eksternal.

Strategi ST adalah sebagai berikut :

1. Mempertahankan kualitas produk untuk mengantisipasi munculnya produk yang sejenis : Strategi yang terbentuk dari penggabungan kekuatan internal yakni produk satu-satunya di dalam daerah, kualitas produk yang baik, dan kualitas terjaga, dengan ancaman eksternal yakni Menurunnya kualitas produk dan tidak tahan lama. Usaha harus mampu memproduksi secara terus-menerus.
2. Memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan produksi untuk memperkecil peluang bagi pelanggan yang beralih ke produk lain. Strategi yang terbentuk dari penggabungan kekuatan internal yakni produk satu-satunya didalam daerah dan harga terjangkau dengan ancaman eksternal yakni Menurunnya

kualitas produk dan tidak tahan lama.

3. Mempertahankan kualitas produk dan melakukan pengontrolan harga terhadap permintaan pasar dan pelanggan : Strategi yang terbentuk dari penggabungan kekuatan internal yakni kualitas produk yang baik dan harga terjangkau dengan ancaman eksternal yakni tawar-menawar/ permintaan harga yang rendah dan beralihnya pelanggan ke produk lain.
4. Menjaga kualitas dan mutu produk untuk mempertahankan pelanggan dan mengikuti selera konsumen : Strategi yang terbentuk dari penggabungan kekuatan internal yakni kualitas produk yang baik dan kualitas terjaga dengan ancaman eksternal yakni berubahnya selera konsumen dan beralihnya pelanggan ke produk lain. Salah satu usaha yang dilakukan oleh pengusaha bandeng tanpa duri untuk menjaga kualitas dan mutu produk yaitu dengan memilih bahan baku yang baik, pengolahan yang baik, pengemasan yang baik dan

berusaha produknya selalu baru dan segar.

- d. Strategi WT, merupakan strategi yang dilakukan usaha untuk mengoptimalkan kelemahan internal yang dimiliki usaha untuk menghindari ancaman eksternal. Strategi WT adalah sebagai berikut :

1. Mengantisipasi terjadinya kelangkaan bahan baku dengan tujuan untuk memenuhi permintaan pasar/ persediaan produk untuk konsumen. Strategi yang terbentuk dari penggabungan kelemahan internal yakni Kelangkaan bahan baku pada musim hujan disertai banjir dengan ancaman eksternal yakni tawar-menawar dan permintaan harga yang rendah dan beralihnya pelanggan ke produk lain.
2. Menyediakan peralatan pendukung supaya usaha dapat memproduksi secara-terus-menerus. Strategi yang terbentuk dari penggabungan kelemahan internal yakni kekuatan listrik melemah dan sering padam dengan ancaman eksternal yakni menurunnya kualitas produk dan tidak tahan lama, berubahnya selera konsumen dan beralihnya pelanggan ke produk lain.

Pengusaha berusaha menyediakan peralatan yang bisa mengantisipasi pemadaman listrik dengan tujuan untuk menjaga keutuhan produk yang dihasilkan.

3. Melakukan promosi secara efisien untuk mencari pelanggan dan membuka peluang pasar secara luas. Strategi yang terbentuk dari penggabungan kelemahan internal yakni kurang promosi dengan ancaman eksternal yakni tawar menawar dan permintaan harga yang rendah dan beralihnya pelanggan ke produk lain. Dalam hal ini pengusaha bandeng tanpa duri melakukan promosi kesetiap warung makan dan supermarket penyediaan bahan makanan serta membagikan brosur pada saat acara pameran dengan tujuan memperkenalkan produk dan lokasi usaha.
4. Meningkatkan manajemen produksi untuk meningkatkan kualitas usaha supaya usaha tetap bertahan. Strategi yang terbentuk dari penggabungan kelemahan internal yakni manajemen sederhana dengan ancaman eksternal yakni menurunnya kualitas produk dan tidak tahan

lama. Melakukan pengontrolan pada setiap proses pengolahan dari pemilihan bahan baku sampai pada saat menggunakan kemasan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis SWOT yang digunakan untuk mengukur faktor internal kekuatan dan kelemahan suatu usaha maka upaya yang harus dilakukan untuk strategi pemasaran bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen yaitu dengan menjaga kualitas produk yang baik supaya pelanggan puas terhadap produk yang diterima, menciptakan harga yang standar sesuai dengan harga permintaan pasar dan konsumen dan melakukan alternative terhadap promosi produk dengan melihat prospek pasar yang masih terbuka lebar.
2. Kuadran I : merupakan situasi yang sangat menguntungkan dalam melakukan strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri di Desa Pante

Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen dalam menghadapi berbagai kendala/kelemahan internal dan eksternal. Pada kuadran I membuktikan bahwa kekekuatan dan peluang memiliki tingkat kemampuan usaha yang lebih tinggi.

3. Dari hasil analisis SWOT yang digunakan untuk mengukur faktor eksternal peluang dan ancaman suatu usaha maka upaya yang harus dilakukan untuk strategi pemasaran ikan bandeng tanpa duri di Desa Pante Paku Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen yaitu

mempertahankan kualitas produk untuk mengantisipasi munculnya produk yang sejenis, memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan produksi untuk memperkecil peluang bagi pertumbuhan industri yang sejenis, melakukan promosi secara efisien untuk mencari pelanggan dan membuka peluang pasar secara luas dan mempertahankan kualitas produk serta melakukan pengontrolan harga terhadap permintaan pasar dan pelanggan.

