

ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN UDANG BEKU PT. MUSTIKA MINA NUSA AURORA TARAKAN, KALIMANTAN UTARA

SWOT Analysis in Determining The Marketing Strategy OF Frozen Shrimp, PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, North Borneo

Rahmayati HM

Email: rahmayatirahma@yahoo.com
Politeknik Pertanian Negeri Pangkep

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (lingkungan internal) serta peluang dan ancaman (lingkungan eksternal) serta merumuskan strategi pemasaran udang beku yang tepat melalui analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats) pada PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan adalah dengan menggunakan alat analisis SWOT, maka dapat menggunakan alternatif strategi-strategi berikut : Strategi SO: Pemanfaatan produk, pengembangan SDM, Pengembangan Skala Usaha. Strategi WO: Penambahan Tenaga Ahli. Strategi ST: Mempertahankan mutu produk, menjamin kualitas produk, produksi berkelanjutan. Strategi WT: Mempertahankan mutu produk, menjaga kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : analisis SWOT, strategi pemasaran

ABSTRACT

This study aims to identify the strengths and weaknesses (internal environment) as well as the opportunities and threats (external environment) and formulate marketing strategies frozen shrimp right through the SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) at PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, North Borneo. The method used is descriptive with data collection through observation, interviews, literature study and the Internet. The data analysis technique used is descriptive qualitative analysis techniques. The results show is by using SWOT analysis tool, it can use the following alternative strategies: Strategy SO: utilization of the product, human Resources Development, Scale Development. WO Strategies: Addition Experts. Strategy ST: Maintaining the quality of the product, Guarantee the quality of products, sustainable production. Strategy WT: Maintaining the quality of the product, Maintain consumer confidence.

Keywords: SWOT analysis, marketing strategy

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sumber daya

alam yang berlimpah dan beraneka ragam salah satunya adalah udang. Udang merupakan hewan laut yang mengandung

gizi dan kaya manfaat. Kandungan gizi yang terdapat di dalam udang adalah 100 gram berat : protein = 21 g, lemak = 0,2 g, karbohidrat = 0,1 g, kalsium = 136mg, besi = 8,0 mg (Godam, 2012). Udang juga merupakan 1 dari 10 komoditi ekspor utama Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan, ekspor udang Indonesia ke 23 negara utama mencapai US\$ 1,45 miliar pada 2010, kemudian turun menjadi US\$ 1,09 miliar pada tahun 2011. Ekspor udang kembali merosot menjadi US\$ 801, j juta pada tahun 2012 dan tercatat mencapai US\$ 387,2 juta pada Januari-Mei 2013. Pada 2013, KKP menargetkn produksi udang bisa mencapai 620.000 ton dan 50% di antaranya berorientasi ekspor (Bisnis.com, 2013).

Negara Thailand, India, Vietnam dan Cina merupakan pesaing utama Indonesia dalam mengekspor udang. Untuk itulah Indonesia harus berbenah agar tidak kalah saing. Salah satunya adalah dengan menjaga mutu dan kualitas udang tersebut dan memilih pemasok udang yang tepat sehingga udang selalau tersedia dan memilih pemasok udang yang tepat sehingga bhan baku udang selalu tersedia setiap saat.

PT. Mustika Mina Nusa Aurora, Tarakan Kalimantan Utara merupakan salah satu perusahaan yang menghaslkan produk hasil perikanan khususnya udang beku. Perusahaan ini didirikan berdasarkan hasil kesepakatan dan penanaman saham, perusahaan ini merupakan perusahaan milik Swasta Nasional dan berkantor pusat di Surabaya. Perusahaan ini berdiri sesuai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 01.494.150.4.723.000 dan NKP dari

Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) No. 1301-15-93-01 dalam bidang usaha Pembekuan Udang melalui status perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dengan tahap kegiatan Produksi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan suatu objek sesuai dengan keadaan atau apa adanya.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan teknik sebagai berikut :

a. Penelitian Lapangan (*field work research*)

Yaitu pengumpulan data langsung yang menjadi objek penelitian untuk melihat dari dekat perusahaan tersebut, dengan menggunakan metode :

- 1) Pengamatan (*observasi*)
- 2) Wawancara (*interview*)
- 3) Kuesioner

b. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Yaitu mengumpulkan data sekunder atau data yang diperoleh dari data yang telah dibukukan, baik berupa laporan-laporan maupun hasil penelitian terdahulu.

Alat Analisis

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang

dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa eksis. Peluang yang harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat, dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.

Menurut Rangkuti (2006) mengemukakan bahwa SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal strengths dan weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) dengan faktor internal kekuatan (Strengths) dengan kelemahan (Weaknesses). Sedangkan Kotler (2002) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT meliputi faktor internal kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) serta faktor eksternal yaitu peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats) yang terdapat pada produksi udang beku di PT. Mustika Mina Nusa Auora Tarakan Kalimantan Utara.

1. Analisis SWOT

Sebelum dilakukan analisis SWOT, dilakukan klasifikasi dan analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan usaha). Prosedur analisis faktor-faktor internal (IFAS=Internal Factor Analysis Summary) adalah sebagai berikut:

- 1) Disusun faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2) Dilakukan pemberian bobot dari 1,00 hingga 0,00 (dari sangat penting hingga tidak penting) tergantung besarnya dampak faktor tersebut.
- 3) Dilakukan pemberian rating skala 4-1 untuk kekuatan (kekuatan yang besar diberikan nilai 4 dan yang paling kecil diberikan nilai 1).
- 4) Dilakukan pemberian rating skala 1-4 untuk kelemahan (kelemahan yang besar di berikan nilai 1 dan yang paling kecil diberikan nilai 4).
- 5) Dilakukan perkalian antar bobot dengan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor.
- 6) Nilai setiap faktor di jumlahkan sehingga diperoleh nilai total untuk faktor strategi eksternal. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor internalnya dan dapat digunakan sebagai pembanding untuk perusahaan sejenis.

Setelah itu dilakukan klasifikasi dan analisis faktor-faktor strategi eksternal (EFAS=External Factor Analysis Summary). Prosedur analisis faktor-faktor adalah sebagai berikut (Rangkuti, 2002):

- 1) Disusun faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Dilakukan pemberian bobot dari 1,00 hingga 0,00 (dari sangat penting

- hingga tidak penting) bergantung besarnya dampak faktor tersebut.
- 3) Dilakukan pemberian rating skala 4-1 untuk peluang (pluang yang besar).
 - 4) Dilakukan pemberian rating skala 1-4 untuk ancaman (ancaman yang besar).
 - 5) Dilakaukan perkalian antar bobot dengan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor.
 - 6) Nilai setiap faktor di jumlahkan sehingga diperoleh nilai total untuk faktor strategi eksternal. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor eksternalnya dan dapat digunakan sebagai pembanding untuk perusahaan sejenis.
 - a. Faktor internal
 - i. Kekuatan (*strengths*)
 - Produk memiliki kualitas dan nila gizi yang tinggi
 - Produk sesuai dengan standar mutu ekspor
 - Luasnya jaringan pemasaran
 - Tinggat kepercayaan tinggi dari konsumen
 - Manajemen produksi dan SDM yang baik
 - ii. Kelemahan (*weaknesses*)
 - Kurangnya tenaga ahli
 - Petani binaan yang kurang edukatif
 - b. Faktor eksternal
 - i. Peluang (*opportunities*)
 - Permintaan pasar meningkat
 - Proses budidaya yang mudah
 - Produk digemari konsumen local/ekspor

- Luasnya jaringan dengan pihak-pihak terkait
 - Kurangnya pesaing
 - Tersedianya tenaga kerja
 - Adanya bantuan dana dari luar negeri
- ii. Ancaman (*threats*)
 - Pesaing
 - Perubahan kebijakan pemerintah

Berdasarkan faktor internal dan eksternal tersebut, maka matriks IFAS (Internal factor Analysis Summary) dan EFAS (eksternal Factor Analysis Summary) dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2.

Berdasarkan hasil matriks IFAS (Tabel 1) diperoleh nilai 3,0 dan matriks EFAS (Tabel 2) diperoleh nilai 2,60. Sedang untuk matriks SWOT Strategi pemasaran udang beku disajikan pada Tabel 3.

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Mustika Mina Nusa Aurona Tarakan Kalimantan Utara adalah:

1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

a) *Pemanfaatan produk*

Produksi udang beku Head Less tanpa kepala merupakan produk andalan PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan Kalimantan Utara selain itu juga memproduksi udang beku Head on dan peeled. Hal ini disebabkan karena permintaan konsumen baik local maupun ekspor setiap tahun meningkat. Saat ini PT. Mustiak Mina Nusa Aurora merupakan pengeksport udang beku terbesar di Indonesia dengan negara tujuan seperti Hongkong, Jepang, Ameri-

Tabel 1. Matriks IFAS

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:			
1. Produk memiliki kualitas dan nilai gizi yang tinggi.	0,20	4	0,80
2. Produk sesuai dengan standar mutu ekspor	0,15	3	0,45
3. Luasnya jaringan pemasaran. Tingkat kepercayaan tinggi dari konsumen. Manajemen produksi dan SDM yang baik.	0,20	4	0,80
4. Tingkat kepercayaan tinggi dari konsumen.	0,15	3	0,45
5. Manajemen produksi dan SDM yang baik.	0,10	2	0,20
Kelemahan:			
1. Kurangnya tenaga ahli.	0,10	2	0,20
2. Petani binaan yang kurang edukatif.	0,10	2	0,20
Jumlah	1,00		3,0

Sumber. Data Primer Setelah diolah 2013

Tabel 2. Matriks EFAS

Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
1. Permintaan pasar meningkat.	0,15	3	0,45
2. Proses budidaya yang mudah.	0,10	2	0,20
3. Produk digemari konsumen local/ekspor. Luasnya jaringan dengan pihak-pihak terkait. Kurangnya pesaing. Tersedianya tenaga kerja.	0,15	3	0,45
4. Luasnya jaringan dengan pihak-pihak terkait.	0,15	3	0,45
5. Kurangnya pesaing.	0,15	3	0,45
6. Tersedianya tenaga kerja.	0,10	2	0,20
Ancaman :			
1. Pesaing dari luar daerah.	0,10	2	0,20
2. Perubahan kebijakan pemerintah.	0,10	2	0,20
Jumlah	1,00		2,60

Sumber. Data primer setelah diolah.

ka, Taiwan, Thailand, Singapura, Malaysia, Australia dan Cina. Produksi udang beku juga banyak diminati oleh para konsumen karena proses produksi yang menggunakan penerapan HACCP (Hazard Analisis Control Poin) yang merupakan suatu paduan mutu khusus makanan termasuk pada produksi udang

beku untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya bahaya.

Produksi udang beku memiliki rasa daging yang kenyal serta kandungan protein yang tinggi. Selain itu proses produksi tidak terlalu sulit karena proses produksi sudah menggunakan alat teknologi yang canggih. Peluang-peluang

Tabel 3. Matriks SWOT Strategi pemasaran udang beku:

<p style="text-align: center;">Eksternal</p> <p style="text-align: center;">Internal</p>	<p>Peluang (<i>Opportunity</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar meningkat. 2. Proses produksi yang mudah. 3. Produksi yang digemari konsumen local/ekspor. 4. Luasnya jaringan dengan pihak-pihak terkait. 5. Kurangnya pesaing 6. Tersedianya tenaga kerja. 	<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing. 2. Perubahan kebijakan pemerintah.
<p>Kekuatan (<i>Strenght</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk memiliki kualitas dan nilai gizi yang tinggi. 2. Produk sesuai dengan standar mutu ekspor. 3. Luasnya jaringan pemasaran. 4. Tingkat kepercayaan tinggi dari konsumen. 5. Manajemen produksi dan SDM yang baik. 	<p>Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemamfaatn produk. 2. Pengembangan SDm. 3. Pengembangan Skala usaha. 	<p>Strategi ST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan mutu produk. 2. Menjamin Kualitas Produk. 3. Produksi Berkelanjutan.
<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga ahli. 2. Petani binaan yang kurang edukatif. 	<p>Strategi WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan SDM 2. Penambahan tenaga ahli. 	<p>Strategi WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan mutu produk. 2. Menjaga kepercayaan konsumen. 3. Pengembangan SDM.

tersebut mendorong PT. Mustika Mina Nusa Aurora dalam meningkatkan produktivitas udang beku tanpa mengabaikan mutu dan kualitas.

b) Pengembangan SDM

Karyawan usaha produksi udang beku Pt. Mustika Mina Nusa Aurora terdiri dari manajer, bagian produksi, bagian personalia, bagian penerimaan ba-

han baku, bagian mesin, bagian pemasaran, serta bagian pengendalian mutu. Para karyawan dibekali dengan keterampilan produksi dengan turun langsung ke lapangan.

c) Pengembangan Skala Usaha

Untuk memenuhi tingginya permintaan konsumen, perusahaan melakukan pengembangan usaha dengan

mendirikan cabang di Juata, dengan menambahkan dapat meningkatkan jumlah produksi udang beku dan menjaga kualitas produk. Selain itu juga penambahan ruang produksi dapat meningkatkan jumlah produksi untuk memenuhi permintaan konsumen.

2) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

a) *Penambahan tenaga kerja*

Perusahaan telah melakukan perekrutan karyawan baru yang memiliki keahlian dalam bidangnya masing-masing misalnya pada bidang operasional, produksi, pemasaran dan administrasi. Hal ini disebabkan karena kurangnya tenaga ahli yang ada, masih ada beberapa karyawan karyawan yang bekerja bukan pada bidang keahliannya ataupun merangkap pada dua jenis pekerjaan. Oleh karena itu, penambahan tenaga ahli dimaksudkan agar setiap karyawan dapat bekerja sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing.

3) Strategi ST (*Strength-Threat*)

a) *Mempertahankan mutu produk*

Keberhasilan perusahaan menembus pasar ekspor terutama disebabkan oleh kemampuan dalam menangani sistem produksi, sehingga mampu menghasilkan produksi udang beku dengan kualitas unggul yang berpenampilan indah, menambah nilai ekonomis dan daya tahan produk.

Perusahaan mempertahankan produknya dengan menerapkan SOP (Standar Operasional Produksi) dan HACCP (Hazard Analisis Control Poin) yang merupakan suatu panduan mutu khusus makanan termasuk pada produksi

udang beku mengantisipasi kemungkinan terjadinya bahaya.

b) *Menjamin kualitas produk*

Banyaknya kasus penemuan zat antibiotik (kandungan merkuri/logam berat, chloramphenicol dll) pada produk perikanan, akan mempengaruhi permintaan konsumen. Upaya mengantisipasi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara pendeteksian melalui alat teknologi canggih, mesin metal detector yang dilakukan dua kali yaitu pada saat setelah pembongkaran dari mesin BQF atau sebelum kegiatan packing dan pada saat pembuatan produk menuju container. Selain itu, kegiatan produksi udang beku yang bermutu secara kontinu memenuhi 7 persyaratan tepat yaitu : tepat jenis, tepat waktu, kualitas, harga jjumlah, ukuran dan tepat tempat dan memenuhi mutu Standar Operasional Produksi (SOP).

c) *Produksi berkelanjutan*

Untuk memenuhi permintaan produksi, perusahaan mempersiapkan tenaga kerja ahli dan profesional yang siap memproduksi berdasarkan pesanan/permintaan para konsumen.

4) Strategi WT (*Weakness – Threat*)

a) *Mempertahankan mutu produk*

Keberhasilan perusahaan menembus pasar ekspor terutama disebabkan oleh kemampuan dalam menangani sistem produksi, sehingga mampu menghasilkan kualitas unggul yang berpenampilan menarik indah dan rasa daging senanenyal. Selain itu perusahaan melakukan soaking untuk meningkatkan daya tahan produksi. Oleh karena itu untuk menjaga tingkat permintaan konsumen maka pihak

pengelola perusahaan senantiasa menjaga kualitas produk udang beku dengan mempertahankan teknik-teknik produksi.

b) Menjaga kepercayaan konsumen

Perusahaan selalu menjaga kepercayaan konsumen untuk menjaga keberhasilan permintaan konsumen. Adapun upaya yang dilakukan dalam menjaga kepercayaan produk dengan mempertahankan konsumen adalah menjaga kualitas/mutu produk dengan mempertahankan teknik produksi secara baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan atas masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang menunjukkan matriks IFAS (Internal factor Analysis Summary) diperoleh nilai 3,0 dan EFAS (eksternal Factor Analysis Summary) diperoleh nilai 2,60.
- 2) Hasil analisis SWOT menunjukkan keunggulan dari PT. Minana nusa Aurora adalah sedangkan kelemahannya kurangnya tenaga ahli dan kelompok binaan yang produktif.
- 3) Analisis strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa mempertahankan mutu produk dan menjaga kepercayaan merupakan aspek yang paling penting yang harus dijaga yang berkaitan erat dengan mempertahankan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Godam. 2012. Isi Kandungan Gizi Udang. [http: keju.blogspot.com/1970/Isi-kandungan-gizi-udang.html](http://keju.blogspot.com/1970/Isi-kandungan-gizi-udang.html). diakses pada tanggal 07 oktober 2013
- Kotler Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, terjemahan Hendra Teguh, edisi Millinium, cetakan kesepuluh, Prenhalindo, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2002. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- 2006. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.