

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ABON LELE
SANGKURIANG DI KABUPATEN BANDUNG**



UNIVERSITAS TERBUKA

**TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Ilmu Kelautan Bidang Minat
Manajemen Perikanan**

Disusun Oleh :

DODO SUDARSONO

NIM. 500581172

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS TERBUKA

JAKARTA

2017

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Di Kabupaten Bandung

Dodo Sudarsono
Universitas Terbuka
dodoshaleh63@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha abon lele sangkuriang di Kabupaten Bandung, merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha abon lele sangkuriang di Kabupaten Bandung dan menentukan strategi prioritas untuk pengembangan usaha abon lele sangkuriang di Kabupaten Bandung, fokus penelitian pada 3 kelompok pengolah dan pemasaran abon lele sangkuriang di Kecamatan Banjaran, Pacet dan Cileunyi. Pelaksanaan penelitian ini berlangsung dari bulan April sampai Agustus 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Analisis data menggunakan SWOT dan dilanjutkan dengan analisis AHP menggunakan aplikasi expert choice 11,0. Kondisi pengolah dan pemasaran abon lele sangkuriang di Kabupaten Bandung pada aspek ekonomi memiliki kelayakan usaha dengan B/C rasio sebesar 1,49 sampai 1,67; kelembagaan kelompok mencapai kelas pemula dan madya; teknis produksi abon lele sesuai standard, kapasitas produksi sebanyak 240 kg sampai 600 kg Tahun 2015 serta legalitas keamanan yang dimiliki secara lengkap hanya sertifikat PIRT serta hanya satu kelompok memiliki sertifikat Halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 8 alternatif strategi dalam pengembangan usaha abon lele sangkuriang di Kabupaten Bandung, yaitu 1) pemasaran abon lele sangkuriang secara *online*; 2) fasilitasi pemasaran abon lele sangkuriang secara berkala; 3) pemisahan tempat pengolahan abon lele sangkuriang dengan tempat tinggal; 4) integrasi budidaya dengan pengolahan abon lele sangkuriang; 5) peningkatan kompetensi akses informasi dengan internet; 6) fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan; 7) pengolahan abon lele sangkuriang tanpa limbah dan 8) promosi abon dan aneka olahan lele sangkuriang. Sementara prioritas pertama strategi pengembangan usaha abon lele sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah pemasaran abon lele secara *online*.

Kata Kunci :Usaha Pengolahan, Abon Lele Sangkuriang, Strategi Pengembangan

ABSTRACT

Business Development Strategy Of Processing Fish Flos Catfish Sangkuriang District In Bandung

Dodo Sudarsono
Universitas Terbuka
dodoshaleh63@gmail.com

This study aims to assess the internal and external factors affecting business development shredded catfish in Bandung regency , formulate alternative business development strategy shredded catfish in Bandung regency and determine the priority strategies for business development shredded catfish in Bandung District , focused on three groups of processors and marketing shredded catfish in District Banjaran , Pacet and Cileunyi . Implementation of this study took place from April to August 2016. The research method used was a case study . Data analysis using SWOT and continued with AHP analysis using expert choice of applications 11.0. Processing and marketing conditions shredded catfish in Bandung on the economic aspects have feasibility of the B / C ratio of 1.49 to 1.67 ; institutional group reaches beginner and intermediate classes ; technical production of shredded catfish appropriate security standards as well as, production capacity of 240 kg to 600 kg in 2015, and the legality of which is owned in full only port on the certificate and only one group has a Halal certificate. The results showed that there are eight alternative strategies in business development shredded catfish in Bandung , namely 1) the marketing of shredded catfish online; 2) marketing of shredded catfish on a regular basis ; 3) separation of the processing of shredded catfish with a place to stay ; 4) the integration of aquaculture with the processing of shredded catfish ; 5) improving the competence of information with internet access ; 6) facilitation of legality certification of food safety ; 7) processing of shredded catfish without waste and 8) shredded promotions and a variety of processed catfish . While the first priority of business development strategies in the shredded catfish Bandunh district is shredded catfish online marketing.

Keyword : Processing Enterprises , Fish Flos Sangkuriang Catfish , Strategy Development

LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAMP : Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang
di Kabupaten Bandung

Penyusun TAMP : Dodo Sudarsono

NIM : 500581172

Program Studi : Magister Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen
Perikanan

Hari/Tanggal : 10 Mei 2017

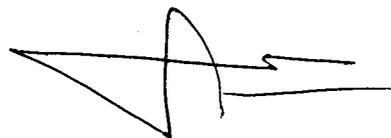
Menyetujui :

Pembimbing I,



Dr. R. A. Hangesti Emi Widyasari, M.Si
NIP. 19661207 200710 2 001

Pembimbing II,



Dr. Sandra Sukmaning Adji, M.Pd, M.Ed
NIP. 195901051985032001

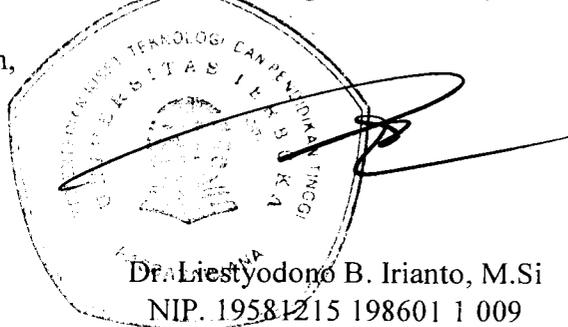
Mengetahui :

Ketua Bidang Ilmu/
Program Magister Ilmu Kelautan
Bidang Minat Manajemen Perikanan,



Dr. Ir. Nurhasanah, M.Si
NIP. 19631111 198803 2 002

Direktur Program Pascasarjana,



Dr. Liestyodono B. Irianto, M.Si
NIP. 19581215 198601 1 009

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KELAUTAN
BIDANG MINAT MANAJEMEN PERIKANAN**

PENGESAHAN

Nama : Dodo Sudarsono
 NIM : 500581172
 Program Studi : Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen Perikanan
 Judul TAPM : Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang
 di Kabupaten Bandung

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji TAPM Program Pascasarjana,
 Program Studi Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen Perikanan, Universitas Terbuka
 pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 6 April 2017
 Waktu : 09.00 – 11.00 WIB

Dan telah dinyatakan **LULUS**

PANITIA PENGUJI TAPM

Ketua Komisi Penguji : Dr. Sri Listyarini, MEd :

Penguji Ahli : Dr. Rinda Noviyanti, MSi :

Pembimbing I : Dr. R.A. Hangesti Emi Widyasari, MSi :

Pembimbing II : Dr. Sandra Sukmaning Adji, M.Pd, M.Ed :

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt karena berkat rahmat dan karunia-Nya dapat tersusun Laporan Penelitian berjudul Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung. Penulisan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk melaksanakan penelitian dalam melaksanakan Tugas Akhir Program Magister (TAPM) pada program Magister Manajemen Perikanan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini banyak kekurangan sehingga perlu berbagai penyempurnaan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka
2. Kepala UPBJJ-UT Bandung selaku penyelenggara program Pasca Sarjana
3. Ibu Dr. R. A. Hangesti Emi Widyasari, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Sandra Sukmaning Adji, M.Ed, M.Pd selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan ini.
4. Ketua Bidang Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen Perikanan selaku penanggung jawab program ini.
5. Bapak Joko Santoso dan Bapak Eddy Aprianto selaku pakar; Bapak Ir. Ishak Effendi, MM, selaku petugas dinas; Bapak H. Ubedillah, Bapak Nunu Nurdin, Bapak Indeung Sukmara, Ibu Nia Supiatin, Bapak Dani serta Ibu Susilawati Halim selaku responden penelitian serta Bapak Icung Tarjo Wiyono, Bapak Ivan Rusdian Sidiq dan Ibu Sulastiariningrum selaku pemandu di lokasi penelitian.
6. Kepala Sekretariat Badan Koordinasi Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan Provinsi Jawa Barat, Ir. H. Kusmayadi Rostaman, MM, yang telah memberi izin kepada penulis untuk mengikuti program ini.

7. Bapak Drs. H. Radis, MM dan Bapak Drs. Ruganda, M.Pd selaku pengelola UT yang telah memotivasi penulis, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan laporan ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada isteri tercinta Dra. Asmaya Nurhayati dan anakku Teja Sukmana. Ucapan yang sama untuk kakak dan adikku serta adik ipar tersayang Agus Kinarya, Tuti Suryati, Hadiat, Firman Imansyah, Budi Mulyana, Elin Herlina, Siti Saleha, Iis Nuraini, Eden Haidar, Taufik Aminudin, Sri Widawati dan Asep Suhara. Pada kesempatan ini juga Bapak dan Ibuku serta bapak dan ibu mertua yang telah berpulang ke rahmattullah.

Akhir kata, penulis berharap dan berdo'a semoga Allah SWT berkenan membalas budi baik bapak/ibu. Semoga TAPM ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Bandung, Mei 2017

Penulis,

Riwayat Hidup

- Nama : Dodo Sudarsono
NIM : 500581172
Program Studi : Magister Manajemen Perikanan
Tempat / Tanggal Lahir : Bandung, 1 Maret 1963
- Riwayat Pendidikan : Lulus SD di Bandung pada tahun 1976
: Lulus SMP di Bandung pada tahun 1980
: Lulus SMA di Bandung pada tahun 1983
: Lulus S1 di Bogor pada tahun 1987
- Riwayat Pekerjaan : Tahun 1989 s/d 1996 sebagai Penyuluh Pertanian
Bidang Perikanan di Kabupaten Musi Rawas,
Sumatera Selatan
Tahun 1996 s/d 2014 sebagai Penyuluh Perikanan
di Kabupaten Bandung, Jawa Barat
Tahun 2014 s/d 2016 sebagai Penyuluh Perikanan
di Sekretariat Badan Koordinasi Penyuluhan
Pertanian, Perikanan dan Kehutanan Provinsi Jawa
Barat
Tahun 2016 s/d sekarang sebagai Penyuluh
Perikanan di Dinas Kelautan dan Perikanan
Provinsi Jawa Barat

Bandung, Mei 2017



Dodo Sudarsono
NIM. 500581172

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN**

PERNYATAAN

TAMP yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta, 3 Mei 2017
Yang Menyatakan,



Dodo Sudarsono
NIM. 500581172

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	iii
Lembar Persetujuan	v
Lembar Pengesahan	vi
Kata Pengantar	vii
Riwayat Hidup	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kajian Teori	6
B. Kerangka Berpikir	17
C. Definisi Operasional	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Desain Penelitian	20
B. Populasi dan Sample	20
C. Instrumen Penelitian	20
D. Prosedur Pengumpulan Data.....	21
E. Metode Analisis Data	22
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Karakteristik Responden	28
B. Hasil Analisis	33
C. Pembahasan	44

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	60
	A. Simpulan	60
	B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Standar Industri Indonesia untuk Abon No.0368-80,0368-85..	9
Tabel 3.1	Penentuan Bobot Faktor Strategis Matrik IFE dan EFE	24
Tabel 3.2	Penentuan Faktor Strategis untuk Matrik IFE dan EFE	25
Tabel 4.1	Jenis usaha, prosentase dan ranking jenis usaha perikanan di wilayah Kab. Bandung berdasarkan sampling	28
Tabel 4.2	Luas Lahan dan Produksi Ikan Tahun 2012	29
Tabel 4.3	Produksi Olahan, RTP, Konsumsi Ikan dan PIRT 2011-2014.....	29
Tabel 4.4	Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklamsar Tahun 2015	30
Tabel 4.5	Sertifikat Jaminan Keamanan Pangan Kelompok Pengolah dan Pemasar Responden di Kab. Bandung Tahun 2016	33
Tabel 4.6	Matrik Evaluasi Faktor Internal	37
Tabel 4.7	Matrik Evaluasi Faktor Eksternal	38
Tabel 4.8	Matrik TOWS	39
Tabel 4.9	Hasil Analisis Faktor yang Berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung	56
Tabel 4.10	Hasil Analisis Aktor yang Berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung	57
Tabel 4.11	Hasil Analisis Tujuan Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung	58
Tabel 4.12	Hasil Analisis Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Manajemen Strategi Secara Komprehensif	12
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian	18
Gambar 4.1 Posisi Usaha Abon Lela Sangkuriang	38

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuisisioner untuk Mengetahui Kondisi Kelompok Pengolah Abon Lele Sangkuriang	65
Lampiran 2 : Kuisisioner Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang	68
Lampiran 3: Kuisisioner Penelitian untuk Menggali Informasi Faktor Internal dan Eksternal Kelompok Pengolah Abon Lele Sangkuriang	69
Lampiran 4 : Kuisisioner untuk Wawancara dengan Petugas Dinas	72
Lampiran 5 : Kuisisioner Penelitian untuk Menggali Informasi Faktor-faktor, Aktor-aktor dan Tujuan pada Analisis Hirarki Proses (AHP)	74
Lampiran 6 : Kuisisioner Penelitian untuk Menggali Informasi Alternatif Strategi pada Analisis Hirarki Proses (AHP)	76
Lampiran 7 : Rancangan Struktur Analisis Hirarki Proses untuk Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung	79
Lampiran 8 : Peta Lokasi Penelitian	80
Lampiran 9 : Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklahsar Sejahtera	81
Lampiran 10 : Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklahsar Tunas Mekar	82
Lampiran 11: Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklahsar Ikhlas Sosial	83
Lampiran 12: Skema Pembuatan Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung	84
Lampiran 13 : Data Hasil Wawancara dengan Kelompok Sejahtera	85
Lampiran 14 : Data Hasil Wawancara dengan Kelompok Ikhlas Sosial ..	87
Lampiran 15 : Data Hasil Wawancara dengan Kelompok Tunas Mekar..	89

Lampiran 16 :	Data Hasil Wawancara dengan Ketua Poklahsar Ikhlas Sosial tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok ...	91
Lampiran 17 :	Data Hasil Wawancara dengan Sekretaris Poklahsar Ikhlas Sosial tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok	94
Lampiran 18 :	Data Hasil Wawancara dengan Ketua Poklahsar Sejahtera tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok	97
Lampiran 19 :	Data Hasil Wawancara dengan Seksi Humas Poklahsar Sejahtera tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok	100
Lampiran 20 :	Data Hasil Wawancara dengan Sekretaris Kelompok Tunas Mekar tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok	103
Lampiran 21 :	Data Hasil Wawancara dengan Seksi Pemasaran Kelompok Tunas Mekar tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok	106
Lampiran 22 :	Rata-rata Nilai Rating Responden	109
Lampiran 23 :	Rata-rata Nilai Bobot Responen	110
Lampiran 24 :	Data Hasil Wawancara dengan Petugas Dinas	111
Lampiran 25 :	Pendapat Pakar dalam menentukan, faktor, aktor dan tujuan Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang (Bapak Joko Santoso)	114
Lampiran 26 :	Pendapat Pakar dalam menentukan, faktor, aktor dan tujuan Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang (Bapak Eddy Afrianto)	116
Lampiran 27 :	Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Menurut Pakar (Bapak Joko Santoso)	118
Lampiran 29 :	Hasil Penentuan Prioritas Faktor Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Menggunakan Aplikasi Expert Choice 11,0	132
Lampiran 30 :	Hasil Penentuan Prioritas Aktor Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Menggunakan Aplikasi Expert Choice 11,0	133

Lampiran 31 :	Hasil Penentuan Prioritas Tujuan Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Menggunakan Aplikasi Expert Choice 11,0	134
Lampiran 32 :	Hasil Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Menggunakan Aplikasi Expert Choice 11,0	135
Lampiran 33 :	Hirarki Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang	136

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Bandung merupakan salah satu kabupaten yang memiliki sumberdaya alam dan sumberdaya pelaku utama perikanan yang mendukung usaha perikanan serta dekat dengan kota besar yaitu Bandung dan Jakarta. Dengan potensi tersebut, usaha perikanan di Kabupaten Bandung berkontribusi cukup besar terhadap produksi ikan di Provinsi Jawa Barat, baik ikan segar maupun ikan olahan. Salah satu usaha pengolahan ikan yang cukup prospektif yaitu pengolahan abon Lele Sangkuriang.

Lele Sangkuriang merupakan salah satu komoditas unggulan bagi pelaku utama perikanan dan pelaku usaha perikanan di Kabupaten Bandung, baik pada usaha budidaya maupun pengolahannya. Pada usaha budidaya, komoditas ini mudah dikembangkan serta mudah dipacu produksinya pada segmen pembesaran. Lele Sangkuriang memiliki kisaran toleransi kualitas air yang luas sehingga mudah dipelihara pada berbagai media air, baik air permukaan maupun air tanah.

Lele merupakan jenis ikan konsumsi yang telah dikenal secara luas. Dagingnya yang lezat dan gurih membuatnya sangat digemari masyarakat sebagai lauk. Kandungan gizinya yang tinggi terutama protein, dagingnya yang halus, durinya teratur, dapat disajikan dalam berbagai olahan, rendah kolesterol dan harganya yang murah menjadikan lele favorit dikalangan masyarakat dari kelas bawah, menengah dan atas (Hendriana, 2010).

Ikan sebagai komoditi utama di sub sektor perikanan merupakan bahan pangan yang kaya protein sehingga baik dikonsumsi setiap hari. Namun demikian, ikan merupakan komoditi yang mudah mengalami pembusukan (*perishable food*). Seiring dengan perkembangan teknologi, ikan dimanfaatkan sebagai bahan baku produk olahan. Suryani (2007) menyatakan bahwa :

Abon ikan merupakan jenis makanan olahan ikan yang diberi bumbu, diolah dengan cara perebusan dan penggorengan. Produk yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas, dan mempunyai daya simpan yang relatif lama. Abon ikan baik digunakan oleh semua kalangan karena banyak gizinya, terutama anak-anak yang masih dalam masa pertumbuhan dan baik untuk pertumbuhan otak karena mengandung protein tinggi, omega-3, omega-6, dan rendah kolesterol (hal.3).

Kelompok Pengolah Pemasar yang selanjutnya disebut Poklahsar adalah kumpulan pengolah dan/atau pemasar hasil perikanan yang melakukan kegiatan usaha bidang pengolahan dan pemasaran hasil perikanan bersama dalam wadah kelompok. Di Kabupaten Bandung terdapat 3 (tiga) Poklahsar dengan olahan utama abon Lele Sangkuriang. Ketiga Poklahsar tersebut yaitu Kelompok Tunas Mekar di Kecamatan Cileunyi, Kelompok Sejahtera di Kecamatan Pacet serta Kelompok Ikhlas Sosial di Kecamatan Banjaran. Ketiga Poklahsar telah melaksanakan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang secara mandiri sebelum mendapat bantuan dari Kementerian Kelautan dan Perikanan melalui program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan, Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (PUMP-P2HP) Tahun 2013.

Poklahsar penerima program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan, Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (PUMP-P2HP) dapat melaksanakan usaha pembenihan dan pembesaran Lele Sangkuriang. Hal ini

dimungkinkan karena kepala keluarga anggota Poklahsar sejak Tahun 1998 telah melaksanakan usaha pembenihan dan sejak Tahun 2010 telah melaksanakan usaha pembesaran Lele Sangkuriang dengan hasil cukup baik. Dengan demikian, seluruh atau sebagian kebutuhan bahan baku usaha abon Lele Sangkuriang yang dikelola oleh istri-istri pengurus dan anggota dapat dipenuhi dari Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan) yang dikelola oleh kepala keluarga.

Sejalan dengan perkembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di ketiga Poklahsar tersebut, pengurus kelompok mengalami kesulitan dalam pemasaran, penambahan modal usaha dan pemanfaatan limbah kepala lele. Bahan baku pengolahan abon Lele Sangkuriang berasal dari hasil budidaya anggota kelompok rata-rata sebanyak 100 kg/bulan. Penggunaan bahan baku Lele Sangkuriang menghasilkan abon sekitar 30 kg dan menghasilkan limbah sebanyak 35 kg. Limbah pengolahan abon Lele Sangkuriang dapat dimanfaatkan untuk kerupuk kulit, stik tulang, keripik sirip, dan campuran pakan induk lele.

Poklahsar memasarkan abon Lele Sangkuriang secara terbatas, yaitu memasarkan sewaktu-waktu pada pameran dan menunggu pesanan mitra usaha (*offline*) serta baru satu kelompok yang aktif memasarkan melalui *facebook* (*online*). Pemasaran abon Lele Sangkuriang secara *offline* dilakukan pada waktu dan tempat tertentu dengan volume penjualan terbatas. Pemasaran abon Lele Sangkuriang secara *online* melalui *facebook* mampu meningkatkan volume penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan pemasaran secara *offline*.

Menimbang bahwa usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang cukup prospektif dan menguntungkan maka dipandang perlu melakukan penelitian dalam mengembangkan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang yang menguntungkan, efisien, produktif, berdaya saing dan berkelanjutan. Masalah utama yang dihadapi kelompok saat ini yaitu pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas sehingga belum terjadi peningkatan pendapatan secara signifikan antara sebelum dan setelah menerima program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan – Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (PUMP-P2HP). Dengan demikian strategi usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang perlu dikaji secara komprehensif.

B. Perumusan Masalah

Untuk itu masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kondisi usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung saat ini?
2. Faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung?
3. Apa alternatif strategi untuk pengembangan usaha pengolahan abon lele sangkuriang di Kabupaten Bandung?
4. Bagaimana strategi prioritasnya sesuai dengan kebutuhan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Bersadarkan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kondisi usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung saat ini.
2. Mengkaji faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung.
3. Merumuskan alternatif strategi untuk pengembangan usaha pengolahan abon lele angkuriang di Kabupaten Bandung.
4. Menentukan strategi prioritas untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung.

D. Manfaat Penenilitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat :

1. Bagi masyarakat sebagai alternatif pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang.
2. Bagi pemerintah sebagai bahan referensi untuk pembuatan kebijakan terkait pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung
3. Secara umum sebagai bahan referensi bagi penelitian yang terkait dengan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Ikan Lele Sangkuriang

Ikan sebagai komoditi utama di sub sektor perikanan merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein. Manusia sangat memerlukan protein ikan karena selain mudah dicerna, pola asam amino protein ikan pun hampir sama dengan pola asam amino yang terdapat dalam tubuh manusia, di samping itu, kadar lemak ikan yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia (Afrianto dan Liviawaty,1989).

Menurut Anomin (2007), Lele Sangkuriang merupakan hasil proses silang balik antara induk betina dengan pejantan keturunannya. Uji keturunan dari lele jenis baru ini menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Pertumbuhannya hampir sama dengan pertumbuhan lele dumbo ketika pertama kali dimasukkan ke Indonesia. Dengan demikian, peluang mendapatkan ikan lele ukuran konsumsi dari benih tebar ukuran 3-5 cm sekarang kembali bisa diperoleh dalam waktu pemeliharaan selama 70 hari. Artinya, masa pemeliharaan untuk mendapatkan lele ukuran konsumsi kini bisa 1 (satu) bulan lebih cepat.

Adapun klasifikasi Lele Sangkuriang secara ilmiah adalah sebagai berikut (Anonim, 2007) :

Philum	: Chordata
Kelas	: Pisces
Anak Kelas	: Teleostei
Bangsa	: Ostariophusi

Anak Bangsa	: Siluridae
Famili/Suku	: Clariidae
Genus/marga	: <i>Clarias</i>
Spesies	: <i>Clarias</i> sp

2. Teknologi Pengolahan Abon Ikan

Abon merupakan salah satu produk olahan yang sudah dikenal banyak orang. Menurut SNI 01-3707-1995, abon adalah suatu jenis makanan kering berbentuk khas yang dibuat dari daging yang direbus dan disayat-sayat, diberi bumbu, digoreng, kemudian dipres. Pada prinsipnya, abon merupakan suatu proses pengawetan, yaitu kombinasi antara perebusan dan penggorengan dengan menambahkan bumbu-bumbu. Produk yang dihasilkan mempunyai tekstur, aroma, dan rasa yang khas. Selain itu, proses pembuatan abon merupakan proses pengurangan kadar air dalam bahan daging yang bertujuan untuk memperpanjang proses penyimpanan.

Abon ikan adalah jenis makanan awetan yang terbuat dari ikan laut atau ikan air tawar yang diberi bumbu, diolah dengan cara perebusan dan penggorengan. Produk yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas, dan mempunyai daya simpan yang relatif lama. Suryani (2007) berpendapat bahwa abon ikan merupakan jenis makanan olahan ikan yang diberi bumbu, diolah dengan cara perebusan dan penggorengan. Produk yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas, dan mempunyai daya simpan yang relatif lama. Karyono dan Wachid (1982) menyatakan bahwa abon ikan adalah produk olahan hasil perikanan yang dibuat dari daging ikan, melalui kombinasi dari proses penggilingan, penggorengan, pengeringan dengan cara

menggoreng, serta penambahan bahan pembantu dan bahan penyedap terhadap daging ikan. Seperti halnya produk abon yang terbuat dari daging ternak, abon ikan cocok dikonsumsi sebagai pelengkap makan roti ataupun sebagai lauk-pauk.

Ardyansah (2011) dikutip dalam Laapo (2013:2) menyatakan bahwa ikan dapat diolah menjadi produk olahan seperti kerupuk, tepung ikan, abon ikan, ikan kaleng. Salah satu produk abon ikan merupakan produk olahan yang sudah cukup dikenal luas oleh masyarakat. Abon ikan merupakan jenis makanan olahan ikan yang diberi bumbu, diolah dengan cara perebusan dan penggorengan. Produk yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas, dan mempunyai daya awet yang relatif lama.

Abon sebagai salah satu produk industri pangan yang memiliki standar mutu yang telah ditetapkan oleh Departemen Perindustrian. Penetapan standar mutu merupakan acuan bahwa suatu produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan aman bagi konsumen. Para produsen abon disarankan membuat produk abon dengan memenuhi Standar Industri Indonesia (SII). Standar SII dapat dilihat pada Tabel 2.1

Faktor-faktor yang mempengaruhi standar mutu abon antara lain :

1. Kadar air – berpengaruh terhadap daya simpan dan keawetan abon.
2. Kadar abu – menurunkan derajat penerimaan dari konsumen.
3. Kadar protein – sebagai petunjuk beberapa jumlah daging/ikan yang digunakan
4. Kadar lemak – berhubungan dengan bahan baku yang digunakan, ada tidaknya menggunakan minyak goreng dalam penggorengan.

Tabel 2.1. Standar Industri Indonesia untuk Abon No 0368-80,0368-85

Komponen	Nilai
Lemak (maksimum)	30%
Gula (maksimum)	30%
Protein	20%
Air (maksimum)	10%
Abu (maksimum)	9%
Aroma, warna dan rasa	Khas
Logam berbahaya (Cu, Pb, Mg, Zn dan As)	Negatif
Jumlah bakteri (maksimum)	3000/g
Bakteri bentuk koli	Negatif
Jamur	Negatif

Sumber : Standar Industri Indonesia 1985

Wisena (1998) berpendapat bahwa semakin tinggi harga abon, kualitas abon semakin baik, dimana bahan tambahan yang digunakan sebagai pencampur semakin sedikit atau tidak ada sama sekali.

Analisa kelayakan finansial adalah landasan untuk menentukan sumber daya finansial yang diperlukan untuk tingkat kegiatan tertentu dan laba yang bisa diharapkan. Nilai B/C rasio usaha pengolahan produk abon ikan kering lebih besar satu berarti layak untuk dikembangkan dan nilai IRR sebesar 23.026 %, nilai yang diperoleh ini lebih besar dari nilai tingkat suku bunga bank yang berlaku saat ini yaitu sebesar 14 % (Sutinah, Adhawati, Hamzah dan Amiluddin 2010:265).

Sejalan dengan hasil penelitian yang sama, Laapo (2013:297) menyatakan bahwa usaha abon yang paling potensial untuk dikembangkan adalah abon ikan dibandingkan abon sapi. Agar supaya abon ikan lebih menguntungkan, maka diperlukan perbaikan dalam faktor pengadaan bahan baku.

3. Manajemen Strategi

Setiap organisasi bisnis akan berinteraksi dengan dua jenis lingkungan, yaitu internal dan eksternal. Makin besar suatu perusahaan atau organisasi, maka makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi ke dua jenis lingkungan tersebut. Salah satu implikasi kompleksitas itu ialah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit. Untuk itulah diperlukan manajemen perusahaan yang menguasai strategi.

Strategi dipandang penting dalam proses pengambilan keputusan oleh pihak manajemen perusahaan, karena strategi berperan memberi arah kepada perusahaan atau organisasi dalam pencapaian tujuannya. Strategi merupakan kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang berdampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah (Buzzel and Gale, 1993). Selanjutnya, strategi dapat dirumuskan dengan cara memadukan tema pokok yang memberikan koherensi, serta arah tindakan dan keputusan suatu organisasi (Craig dan Grant, 1993). Oleh karena itu, suatu strategi dapat merefleksikan kesadaran suatu perusahaan tentang bagaimana, kapan dan dimana perusahaan akan bersaing, terhadap siapa perusahaan harus bersaing dan untuk maksud apa perusahaan akan bersaing (Tunggal, 2002).

Manajemen strategi merupakan suatu proses berkesinambungan yang membuat organisasi secara keseluruhan dapat sepadan dengan lingkungannya, atau dengan kata lain, organisasi secara keseluruhan dapat selalu tanggap terhadap perubahan-perubahan di dalam lingkungannya, baik yang bersifat internal maupun

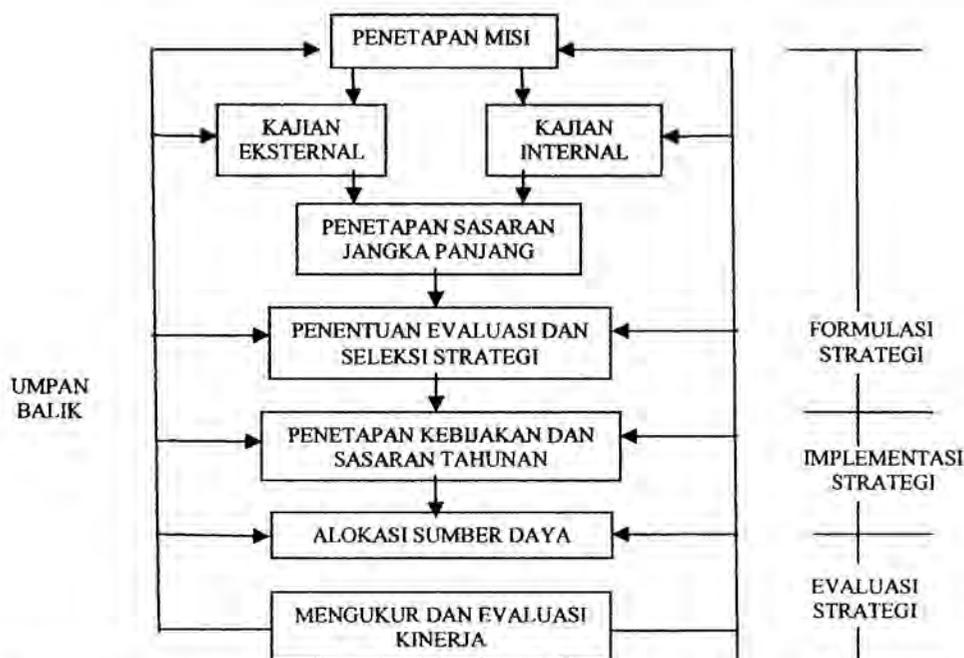
eksternal. Menurut Dirgantoro (2001), manajemen strategi merupakan kombinasi ilmu dan seni untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang bersifat lintas fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. David (1995) mengemukakan bahwa manajemen strategi merupakan seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai sasarannya. Selanjutnya David (1995) menyatakan bahwa manajemen strategi memadukan manajemen, pemasaran, keuangan/akutansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, tampak ada beberapa kesamaan dasar yang dapat diambil, yaitu adanya tujuan yang ingin dicapai, perubahan lingkungan yang diantisipasi, serta strategi yang harus diimplementasikan. Secara garis besar Dirgantoro (2001) mengemukakan bahwa:

Manajemen strategi dibentuk oleh tiga elemen dasar, yaitu analisis lingkungan (internal dan eksternal), penetapan visi, misi dan tujuan serta strategi. Sebagai unsur terakhir dari manajemen strategik, strategi diproses melalui tiga tahapan, yaitu formulasi strategi, implementasi dan evaluasi strategi. Pada tahap formulasi strategi tindakan yang dilakukan adalah melakukan pengembangan misi bisnis, pengidentifikasian peluang dan ancaman, penentuan kekuatan dan kelemahan serta penetapan sasaran jangka panjang. Pada tahap implementasi strategi tindakannya adalah menetapkan sasaran tahunan dan kebijakan, memotivasi karyawan, mengalokasikan sumber daya secara efektif. Selanjutnya pada tahap evaluasi strategi yang merupakan tahap akhir dalam manajemen strategi, tindakan yang dilakukan adalah mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang didasarkan pada strategi saat ini, mengukur kinerja dan mengadakan perbaikan dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan (hal.22)

Dalam memulai proses manajemen strategi bisnis, terlebih dahulu harus jelas tentang bisnis yang akan direncanakan atau digunakan, sehingga perlu

adanya segmentasi bisnis dan terlebih dahulu tentang Strategic Business Unit (SBU). Menurut Hax dan Majluf (1991), SBU adalah sebuah unit operasional atau fokus perencanaan perusahaan yang mempunyai sekumpulan produk atau jasa yang dijual kepada sekumpulan konsumen yang seragam, serta menghadapi pesaing yang dapat diidentifikasi secara jelas. Proses manajemen strategi diilustrasikan pada Gambar 1.



Gambar 2.1. Model Manajemen Strategi Secara Komprehensif (David, 1995)

Suatu sistem manajemen berusaha untuk mencakup sebanyak mungkin tujuan-tujuan yang dapat dicapai melalui manajemen strategi. Tujuan-tujuan tersebut tidak saling bertentangan, bahkan beberapa diantaranya merupakan pelengkap dari yang lainnya (Burhan, 1994), yaitu tujuan perencanaan strategi adalah merubah sasaran perusahaan, mengakselerasi pertumbuhan dan meningkatkan keuntungan, pengendalian perusahaan, membangun komunikasi yang lebih baik, menciptakan analisis situasi terhadap peluang dan ancaman untuk

lebih meningkatkan kesadaran akan potensi perusahaan seperti kekuatan dan kelemahannya.

4. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Kotler (2012) menyatakan bahwa :

Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan, dan pengawasan, program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar (hal.146).

Dari pengertian manajemen pemasaran diatas, maka dapat dikemukakan lagi satu definisi singkat dari Stanton (2005:88) yaitu : “Marketing management is the marketing concept in action .“

Dari definisi ini mempunyai implikasi sebagai berikut :

- 1) Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan, harus dikoordinasikan, dikelola dengan sebaik-baiknya.
- 2) Manajer pemasaran harus memainkan peranan penting dalam perencanaan perusahaan.

Maka dengan demikian dapat dilihat bahwa proses manajemen pemasaran akan meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya. Jadi dapat dilihat bahwa manajemen pemasaran lebih menekankan pada fungsi penganalisaan perencanaan atau penerapan serta pengawasannya. Untuk membuat suatu rencana, fungsi penganalisaan sangat penting agar rencana yang dibuat dapat lebih matang dan tepat. Dari segi lain, penerapan merupakan kegiatan untuk menjalankan rencana, sedangkan fungsi terakhir dari manajemen adalah pengawasan, yaitu fungsi

pengendalian segala macam aktivitas agar tidak terjadi penyimpangan. Jadi fungsi ini untuk menghindari adanya penyimpangan yang mungkin terjadi.

Pengusaha yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaannya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang disebut konsep pemasaran. Kotler (2012:17) memberikan definisi konsep pemasaran sebagai berikut : Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi efektif daripada pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran.

Perusahaan melalui konsep pemasaran akan berhasil bilamana berpijak pada tiga faktor dasar yang meliputi :

- 1) Seluruh perencanaan dan kegiatan perusahaan haruslah berorientasi pada konsumen atau pasar.
- 2) Volume penjualan yang menguntungkan dapat dicapai, melalui pemuasan kebutuhan konsumen.
- 3) Seluruh kegiatan pemasaran haruslah dikoordinasikan dan diintegrasikan, agar dapat memberikan kepuasan optimal kepada konsumen.

Konsep pemasaran tersebut dibuat dengan menggunakan 3 faktor dasar seperti yang terdapat dibawah ini yang dikemukakan oleh Swastha, Basu dan Irawan (2005:8) :

a. Orientasi pada konsumen

Pada pokoknya, perusahaan yang ingin mempraktekkan orientasi konsumen ini harus :

- 1) Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.

- 2) Memilih kelompok pembeli tertentu sebagai sasaran dalam penjualannya.
- 3) Menentukan produk dan program pemasaran.
- 4) Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai dan mentafsirkan keinginan, sikap, serta tingkah laku mereka.
- 5) Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah atau merk yang menarik.

b. Koordinasi dan integrasi dalam perusahaan

Maksudnya sikap orang dan setiap bagian dalam perusahaan memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat direalisasikan.

c. Mendapatkan laba melalui pemuasan konsumen

Tujuan menggunakan konsep pemasaran ini adalah untuk memperbaiki hubungan konsumen karena hubungan yang lebih baik sangat menguntungkan bagi perusahaan dan dapat meningkatkan laba (hal.8).

5. Analisis SWOT

Untuk melakukan analisis SWOT, cara yang umumnya ditempuh adalah menyusun faktor-faktor strategis perusahaan ke dalam bentuk matriks atau yang biasanya dikenal sebagai matriks SWOT. Menurut Rangkuti (2013:83), matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Selanjutnya Rangkuti (2013:19-20) menyatakan bahwa susunan faktor-faktor strategis perusahaan yang dihasilkan dari matriks SWOT adalah sebagai berikut :

1. Strategi Kekuatan-Peluang (S dan O atau Maksimum-maksimum) atau strategi terkonsentrasi. Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Pada umumnya, perusahaan berusaha melaksanakan strategi-strategi WO, ST atau WT untuk menerapkan strategi SO. Oleh karena itu, jika

perusahaan memiliki banyak kelemahan, suka tidak suka perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Jika perusahaan menghadapi banyak ancaman, perusahaan harus berusaha menghindarinya dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada.

2. Strategi Kekuatan-Ancaman (S dan T atau Maksimum-minimum) atau strategi diversifikasi. Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa perusahaan yang tangguh harus selalu mendapat ancaman. Salah satu contoh strategi ST adalah sebagaimana kasus yang dialami oleh perusahaan *Texas Instrumen* yang dikemukakan oleh Umar (2001), yaitu ketika perusahaan mendapatkan dana hampir \$ 700 juta dari hasil denda Sembilan perusahaan Jepang dan Korea yang melanggar hak paten pada produk *semi conductor memory chips* ciptaannya (*strength*). Akan tetapi, perusahaan-perusahaan pesaing yang melakukan tindakan pembajakan melakukan inovasi dan memproduksi produk sejenis yang merupakan ancaman besar bagi perusahaan *Texas Instrument*.
3. Strategi Kelemahan-Peluang (W dan O atau Minimum-maksimum) atau strategi diferensiasi. Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Kadangkala perusahaan menghadapi kesulitan untuk menghadapi kesulitan untuk memanfaatkan peluang-peluang, karena adanya kelemahan-kelemahan internal. Misalnya, mengontrol jumlah dan waktu pengisian bahan bakar pada mesin mobil (*opportunities*), tetapi pabrik-pabrik mengalami kesenjangan teknologi untuk memproduksi alat-alat ini (*weaknesses*). Salah satu alternatif untuk mengatasi masalah kesenjangan teknologi ini adalah melalui strategi WO, yakni dengan mengadakan suatu kerja sama (*joint venture*) dengan perusahaan lain yang memiliki kompetensi.
4. Strategi Kelemahan-Ancaman (W dan T atau Minimum-minimum) atau strategi konsolidasi. Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya, yaitu harus berjuang untuk tetap dapat bertahan dengan melakukan strategi-strategi seperti *merger*, *declared bankruptcy*, *retrench*, atau *liquidation*. Hal ini dapat dicontohkan dengan kasus kebangkrutan yang dialami oleh *Days Inn Model* pada akhir 1991 sebagaimana yang dikemukakan oleh Umar (2001), saat itu modal usaha perusahaan sudah tipis (*weaknesses*), sementara itu potongan-potongan harga yang dilakukan oleh jaringan motel pesaing (*threats*) terus berlangsung, sehingga membuat *Days Inn Model* tidak berdaya.

Salah satu metodologi analisis lingkungan eksternal adalah analisis struktur industri. Analisis lingkungan industri memberikan informasi yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman pada lingkungan perusahaan sebagai fokus fundamental pertama dan analisis SWOT. Perubahan yang terjadi pada lingkungan tersebut dapat memberikan dampak pada dunia usaha secara keseluruhan atau bidang usaha yang dikembangkan atau hanya bidang usaha tertentu dari suatu perusahaan.

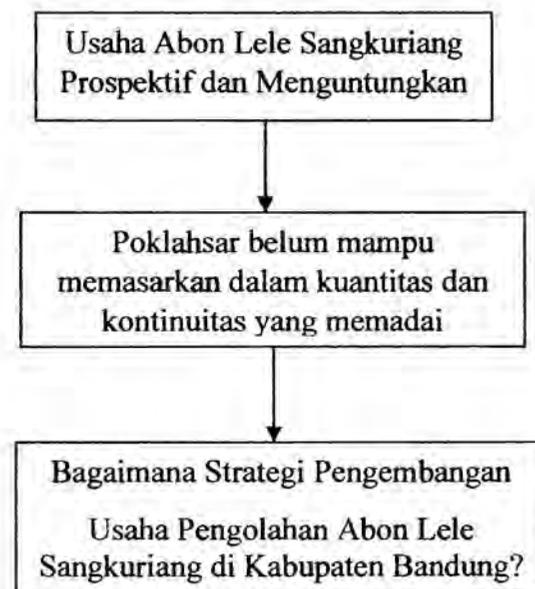
Tahapan selanjutnya dalam penyusunan strategi yaitu menetapkan prioritas dengan menggunakan Analisis Hirarki Proses (AHP). Menurut Saaty (1991:3), AHP adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecahkan persoalan tersebut kedalam bagian-bagiannya, menata bagian atau variabel.

Selanjutnya Saaty (1991:17) menyatakan bahwa prinsip dalam memecahkan persoalan dengan AHP, yaitu prinsip menyusun hirarki (*Decomposition*), prinsip menentukan prioritas (*Comparative Judgement*), dan prinsip konsistensi logis (*Logical Consistency*).

B. Kerangka Pikir Penelitian

Pengolahan Abon Lele Sangkuriang merupakan salah satu segmen usaha yang prospektif dan menguntungkan. Abon lele dapat dikonsumsi oleh berbagai tingkat usia serta kalangan masyarakat. Produk ini memiliki kandungan gizi cukup tinggi sehingga bermanfaat bagi kesehatan manusia. Selain itu, abon Lele Sangkuriang dapat dikonsumsi secara terpisah atau dikombinasikan dengan

berbagai jenis makanan ringan. Dengan menerapkan teknologi tepat guna, pengolahan abon Lele Sangkuriang dapat memberi keuntungan bagi kelompok pengolah dan pemasaran ikan. Berdasarkan latar belakang usaha abon Lele Sangkuriang yang prospektif dan menguntungkan, namun belum mampu memasarkan dalam kuantitas serta kontinuitas yang memadai maka perlu diupayakan bagaimana strategi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung. Kerangka pikir penelitian ini digambarkan seperti gambar di bawah ini.



Gambar 2.2. Kerangka Pikir Penelitian

C. Definisi Operasional

Definisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi pengembangan adalah pola-pola pengembangan yang mengarah kepada suatu kemajuan.
2. Faktor eksternal adalah hal-hal yang mempengaruhi kegiatan diluar sistem.
3. Faktor internal adalah hal-hal yang mempengaruhi kegiatan didalam sistem.
4. SWOT adalah strategi, tantangan, peluang, kekuatan dan kelemahan.
5. AHP adalah analisis hirarki proses untuk menentukan prioritas atas alternatif strategi usaha pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang.
6. Abon adalah salah satu produk olahan yang dibuat dengan kombinasi antara pengukusan dan penggorengan dengan menggunakan bumbu tertentu.
7. Lele Sangkuriang adalah salah satu komoditas ikan air tawar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena dilakukan pada kondisi yang alamiah. Sugiono (2013:8) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analitis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

B. Subjek dan Responden Penelitian

Subjek dalam lingkup penelitian ini adalah 3 Poklhasar Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung, yaitu Poklhasar Sejahtera di Kecamatan Pacet, Poklhasar Ikhlas Sosial di Kecamatan Banjaran dan Poklhasar Tunas Mekar di Kecamatan Cileunyi. Adapun responden penelitian terdiri dari : 2 orang pakar dari Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan IPB Bogor dan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan UNPAD Bandung; 1 orang staf Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung; dan 6 orang pengurus Poklhasar dari 3 kecamatan lokasi penelitian.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini berupa kuisisioner untuk menggali informasi dari responden secara lebih mendalam melalui wawancara dan email. Kuisisioner penelitian dapat dilihat pada Lampiran 1, Lampiran 2, Lampiran 3, Lampiran 4, Lampiran 5, Lampiran 6 dan Lampiran 7.

D. Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode wawancara untuk mengumpulkan data primer dan sekunder. Data primer mengenai keberadaan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang sekitar strategi (faktor internal : kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal : peluang dan ancaman) yang dihadapi dalam mengusahakan pengolahan abon Lele Sangkuriang. Data sekunder mengenai gambaran umum Kabupaten Bandung dalam kaitannya dengan potensi wilayah, kependudukan dan kondisi sosial ekonomi masyarakat serta Program PUMP-P2HP dihimpun dari petugas Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung.

Data primer ditelusuri dengan survey dan wawancara melalui alat bantu kuisioner dengan pejabat yang berkaitan langsung dengan sektor perikanan serta pengurus kelompok pengolah dan pemasaran abon Lele Sangkuriang. Survei dilakukan pada lokasi kelompok pengolah dan pemasaran Lele Sangkuriang dan wawancara langsung dengan pengurus kelompok pengolah dan pemasaran abon Lele Sangkuriang. Data sekunder akan ditelusuri melalui studi pustaka dari berbagai sumber yang relevan, antara lain dari Badan Statistik Kabupaten Bandung, Badan Ketahanan Pangan dan Pelaksana Penyuluhan (BKP3) Kabupaten Bandung dan Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung.

Untuk mengumpulkan data yang dimaksud akan dilakukan pengamatan dan studi lapangan untuk memperoleh informasi lapangan, serta data pendukung di lokasi penelitian Kabupaten Bandung. Dari data tersebut dilakukan penentuan formulasi strategi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang dengan menggunakan analisis SWOT untuk membantu para pengolah abon lele sangkuriang meningkatkan kesejahteraannya. Untuk menentukan faktor, aktor,

tujuan dan strategi prioritas pada analisis AHP, meminta pendapat pakar dari Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan IPB Bogor dan UNPAD Bandung.

E. Metode Analisis Data

Untuk menentukan strategi maka dilakukan analisis EFE dan IFE untuk mengetahui faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang. Setelah diketahui faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang maka selanjutnya dilakukan analisis SWOT untuk menentukan strategi alternatif pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang. Setelah diperoleh beberapa alternatif strategi tersebut, lalu ditentukan strategi prioritas pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang dengan menggunakan analisis AHP. Alat analisis yang digunakan yaitu :

1. Analisis Deskriptif Faktor Eksternal dan Internal

Melakukan kegiatan pengumpulan data yang berkaitan dengan pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung, untuk mendeskripsi situasi saat ini secara sistematis dan akurat.

2. Matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Pengumpulan informasi faktor strategis internal dan eksternal akan melibatkan para pakar yang mengetahui dengan jelas kondisi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung saat ini. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi dengan para pakar tersebut. Berdasarkan

hasil diskusi, dapat diidentifikasi faktor internal dan eksternal apa yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung.

Faktor strategis internal dan eksternal yang telah berhasil disusun kemudian ditentukan faktor strategis internal yang termasuk ke dalam faktor kekuatan atau kelemahan dan faktor strategis eksternal yang termasuk dalam faktor peluang atau ancaman. Penentuan ini berdasarkan pada prosentase pendapatan responden. Langkah selanjutnya dilakukan pembobotan terhadap faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan tantangan).

Penentuan bobot untuk setiap faktor strategis internal dan eksternal dalam penelitian ini akan menggunakan metode *paired comparison* atau teknik perbandingan berpasangan. Pemberian nilai dalam metode ini didasarkan perbandingan berpasangan antara dua faktor secara relatif berdasarkan kepentingan pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung.

Penentuan bobot setiap variabel akan menggunakan skala 0, 1 dan 2 untuk faktor strategis pada indikator horizontal dan vertikal. Nilai 0 berarti faktor strategis pada indikator strategis horizontal kurang penting dari faktor strategis pada indikator vertikal. Nilai 1 berarti faktor strategis pada indikator strategis horizontal sama pentingna dengan faktor strategis pada indikator vertikal. Nilai 2 berarti faktor strategis pada indikator horizontal lebih penting dari faktor strategis pada indikator vertikal. Total bobot yang diberikan harus sama dengan satu. Proses penentuan bobot dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.1 Penentuan Bobot Faktor Strategis Matrik IFE dan EFE

Faktor Strategis	Faktor Strategis	Jumlah	Total	Ket.
a.....				
b.....				
c.....				
d.....				
e.....				
Total				

Keterangan :

- a. Nilai 0 menunjukkan kurang pentingnya perbandingan antara faktor strategis pada indikator horizontal a dibandingkan dengan faktor strategis pada indikator vertikal b.
- b. Nilai 1 menunjukkan sama pentingnya perbandingan antar faktor strategis pada indikator horizontal a dibandingkan dengan faktor strategis pada indikator vertikal c.
- c. Nilai 2 menunjukkan lebih pentingnya perbandingan antara faktor strategis pada indikator horizontal a dibandingkan dengan faktor strategis pada indikator vertikal d.

Langkah analisis yang akan dilakukan adalah penentuan nilai peringkat berdasarkan penilaian responden terhadap faktor internal dan eksternal. Penilaian berkisar antara 1 sampai dengan 4. Pada faktor strategis internal untuk matrik IFE, nilai 4 berarti faktor tersebut merupakan kekuatan utama, nilai 3 berarti kekuatan kecil, nilai 2 berarti kelemahan kecil, dan nilai 1 berarti kelemahan utama. Sedangkan nilai peringkat pada faktor eksternal untuk matriks EFE mengindikasikan seberapa baik strategi Pemerintah Daerah (Dinas Peternakan dan Perikanan) saat ini merespon faktor peluang dan ancaman yang dihadapi. Nilai 1 berarti tidak baik, respon dibawah rata-rata; nilai 2 berarti agak baik, respon

dengan rata-rata; nilai 3 berarti baik, respon di atas rata-rata dan nilai 4 berarti sangat baik, respon superior.

Penilaian 1 sampai dengan 4 ditentukan dengan membandingkan faktor dan kinerja strategi saat ini. Nilai median dan seluruh nilai peringkat yang telah diperoleh dari seluruh responden, dievaluasi dari matriks EFE dan matriks IFE. Untuk lebih jelasnya nilai peringkat matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2 Penentuan Faktor Strategis untuk Matriks IFE dan EFE

Faktor Strategis	Pilihan Peringkat				Nilai Median
	3	4	2	1	
1.					
2.					
3.					
4.					
.....					
N					
Jumlah/rata-rata					

Keterangan :

- a. Angka 1 sampai dengan N faktor strategis yang digunakan.
- b. Penentuan Faktor Strategis untuk Matriks IFE dan EFE Angka 3 adalah tingkat kepentingan yang dipilih oleh R1 atau responden pertama.
- c. Angka 4 adalah tingkat kepentingan yang dipilih oleh R2 atau responden kedua.
- d. Angka 2 adalah tingkat kepentingan yang dipilih oleh R3 atau responden ketiga.
- e. Angka 1 adalah tingkat kepentingan yang dipilih R4 atau responden keempat.

- f. Nilai diperoleh dari rata-rata kedua data yang ada ditengah-tengah dari gugusan data tingkat kepentingan dari data pilihan keempat responden yang telah diurutkan dari terkecil sampai terbesar.

Pada matriks IFE dan EFE, kemudian akan dihitung nilai skor yang merupakan hasil perkalian antara bobot dan rating. Pada matriks IFE, bila jumlah nilai skor dibawah nilai rata-rata 2,5 berarti usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung masih lemah secara internal. Namun, bila jumlah nilai skor diatas nilai rata-rata 2,5 berarti yang terjadi adalah sebaliknya.

3.Matrik TOWS

Setelah dilakukan analisis matriks IFE dan EFE, dapat diidentifikasi faktor-faktor lingkungan strategis eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung. Kemudian hasil analisis matriks IFE dan EFE ini dijadikan sebagai informasi dalam merumuskan alternatif strategi pada analisis TOWS. Dalam matriks TOWS alternatif formulasi strategi dilakukan dengan menggunakan perbandingan berpasangan yang membandingkan suatu komponen dengan komponen dalam suatu kategori yang sama.

Matriks TOWS membantu dalam melakukan perbandingan berpasangan antara kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman. Dari hasil analisis ini nantinya dapat menentukan arah pengembangan sesuai dengan visi, misi dan tujuan yang ditetapkan.

Berdasarkan matriks TOWS dapat dikembangkan beberapa alternative strategi sebagai berikut :

- a. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada.

b. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi mengatasi kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada.

c. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi menggunakan kekuatan yang ada untuk menghindari dan mengatasi ancaman yang ada.

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi meminimumkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Hasil perumusan baik yang S-O, W-O, S-T dan W-T akan dianalisis dengan AHP untuk penentuan alternatif strategi prioritas.

4. Analisis AHP

Analisis hirarki proses akan dilakukan setelah rumusan strategi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang diperoleh melalui analisis SWOT. Dalam analisis ini bobot atau skor yang diperoleh sesuai dengan jawaban kuisisioner dari dua orang pakar kemudian dianalisis menggunakan aplikasi Expert Choice 11,0.

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

1. Profil dan Potensi Usaha

Luas wilayah Kabupaten Bandung adalah 1.762,39 km dengan batas-batas

Kabupaten/Kota sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kabupaten Subang dan Purwakarta
- Sebelah Selatan : Kabupaten Garut dan Cianjur
- Sebelah Barat : Kabupaten Bandung Barat
- Sebelah Timur : Kabupaten Sumedang dan Garut
- Bagian Tengah : Kota Bandung

Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada lampiran 8.

Tabel 4.1. Jenis usaha, prosentase dan rangking jenis usaha perikanan di wilayah Kab. Bandung berdasarkan sampling

No.	Jenis Usaha	Persentase (%)	Rangking
1.	Pembenihan mas	9,90	5
2.	Pembenihan nila	8,85	6
3.	Pembenihan lele	13,54	2
4.	Pendederan mas	11,45	4
5.	Pendederan nila	5,73	9
6.	Pendederan lele	7,29	8
7.	Pembesaran mas	11,46	3
8.	Pembesaran nila	7,81	7
9.	Pembesaran lele	20,31	1
10.	Pembesaran nilem	0,52	11
11.	Pemindangan ikan laut	2,60	10
12.	Pemindangan ikan mas	0,52	12
Jumlah		100,00	

Sumber : Dinas Peternakan dan Perikanan Kab. Bandung

Secara umum potensi dan produksi ikan konsumsi di Kabupaten Bandung Tahun 2012 tersaji dalam tabel berikut.

Tabel 4.2 Luas Lahan dan Produksi ikan tahun 2012

Jenis Usaha	Luas		Produksi (ton)					Persentase per jenis usaha (%)	
			Mas	Lele	Nila	Gurame	Aneka Ikan		Jumlah
Kolam Air Tenang	1.230,37	Ha	2.508,15	1.988,83	2.472,29	81,56	302,99	7.353,82	70,72
Kolam Air Deras	1.025	Petak	251,30	-	177,31	-	-	428,61	4,12
Minapadi	4.480,59	Ha	1.078,87	-	1.420,02	-	-	2.498,89	24,03
Perairan Umum	376,40	Ha	-	-	-	-	116,87	116,87	1,12
Jumlah			3.838,33	1.988,83	4.069,62	81,56	419,87	10.398,19	100,00
Persentase per komoditi (%)			36,91	19,13	39,14	0,78	4,04	100,00	

Sumber : Dinas Peternakan dan Perikanan Kab. Bandung

Tabel 4.3 Produksi Olahan, RTP, Konsumsi Ikan dan PIRT 2011-2014

No	Uraian	2011	2012	2013	2014
1	Produksi olahan (ton)	11.952	12.475	13.003	13.784
2	RTP	722	851	943	981
3	Konsumsi (kg/kapita/tahun)	21,29	23,28	24,91	26,94
4	PIRT	9	12	15	8

Sumber : Dinas Peternakan dan Perikanan Kab. Bandung

Berdasarkan tabel terlihat bahwa produk olahan ikan meningkat sebesar 6,01% pada tahun 2014. Peningkatan ini sejalan dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha olahan ikan sebanyak 38 orang, dari 943 RTP menjadi 981 RTP (4,03%). Peningkatan produksi tersebut merupakan salah satu komponen pendorong konsumsi ikan masyarakat. Tingkat konsumsi ikan masyarakat Kabupaten Bandung meningkat sebesar 8,15% yaitu dari 24,91 kg/kapita/tahun menjadi 26,94kg/kapita/tahun.

Capaian indikator tersebut di antaranya merupakan hasil peran serta Dinas Peternakan dan Perikanan dalam pelaksanaan kegiatan. Selain pembinaan, peningkatan pengetahuan dan keterampilan sumberdaya pelaku usaha pengolahan ikan, juga menstimulasi peningkatan sarana pengolahan pada beberapa kelompok binaan yang mendorong peningkatan kualitas dan kuantitas produk maupun diversifikasi olahan asal ikan. Capaian kegiatan tersebut pada tahun 2014 ini terlihat dari bertambahnya pelaku usaha olahan ikan yang memperoleh izin PIRT sebanyak 8 kelompok usaha. Dengan demikian total pelaku usaha yang memperoleh izin PIRT hingga tahun 2014 sebanyak 47 kelompok usaha dari tahun 2011.

2. Keragaan Usaha Pengolahan Usaha Abon Lele Sangkuriang

a. Aspek Ekonomi Kelompok Pengolah dan Pemasaran Ikan

Berdasarkan perhitungan analisa usaha Abon Lele Sangkuriang diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4 Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklhasar Tahun 2015

No.	Uraian	Sejahtera	Tunas Mekar	Ikhlas Sosial
1.	Biaya Tetap	920.000	920.000	1.240.000
2.	Biaya Tidak Tetap	55.170.000	22.820.000	22.820.000
	Total Biaya	56.090.000	23.740.000	24.060.000
3.	Hasil	150.000.000	60.000.000	60.000.000
4.	Keuntungan	93.910.000	36.260.000	35.940.000
5.	B/C rasio	1,67	1,53	1,49

Analisa usaha abon Lele Sangkuriang kelompok pengolah dan pemasaran di Kabupaten Bandung menunjukkan kelayakan usaha dengan B/C rasio Kelompok Ikhlas Sosial 1,49, Kelompok Tunas Mekar 1,53 dan Kelompok

Sejahtera 1,67. Menurut Kadariah (2001), suatu usaha agribisnis dikatakan layak diusahakan apabila B/C rasio lebih besar dari satu. Pendapat yang sama disampaikan oleh Wahyono (2016:130) bahwa syarat agar sebuah proyek/bisnis dinyatakan layak investasi hanya jika nilai B/C rasio lebih dari 1 (satu). Artinya nilai manfaat yang diperoleh adalah lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Adapun produksi abon Lele Sangkuriang pada Tahun 2015 berkisar antara 240 kg sampai 600 kg. Rincian analisa usaha abon Lele Sangkuriang dapat dilihat pada Lampiran 9, Lampiran 10 dan Lampiran 11.

b.Kelembagaan Kelompok Pengolah dan Pemasaran Ikan

Kemampuan suatu kelompok pelaku utama perikanan dapat dilihat dari kelas kemampuan kelompok tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dan bukti fisik yang tersedia, kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang telah mencapai kelas madya dan pemula. Adapun score masing-masing kelompok, yaitu Ikhas Sosial = 479, Sejahtera = 358 dan Tunas Mekar = 293.

Kemampuan kelompok pelaku utama perikanan dinilai berdasarkan 5 (lima) kemampuan dan score dengan rincian sebagai berikut :

a) Perencanaan	= 200
b) Kemampuan berorganisasi	= 200
c) Akses kelembagaan	= 150
d) Kemampuan wirausaha	= 250
e) Kemandirian	= 200
Jumlah	= 1.000

Penumbuhan dan pengembangan kelompok pelaku utama perikanan berpedoman kepada Peraturan Kepala Badan Pengembangan Sumberdaya Manusia Kelautan dan Perikanan Nomor 14 Tahun 2012.

c. Teknik Produksi Abon Lele Sangkuriang

Proses pembuatan abon Lele Sangkuriang di Kelompok Pengolah dan Pemasaran Ikan responden hampir sama. Hal ini terjadi karena ketiga kelompok merupakan kelompok penerima Program PUMP-P2HP Tahun 2013. Proses pembuatan abon Lele Sangkuriang secara garis besar yaitu penyiangan, pencucian, perebusan, pemisahan daging dari tulang dan duri, penambahan bumbu dan penggorengan, penirisan dan diangin-angin serta pengemasan. Secara skema proses pembuatan abon Lele Sangkuriang dapat dilihat pada Lampiran 12.

Produksi abon Lele Sangkuriang di ketiga kelompok pengolah dan pemasaran ikan berkisar antara 20 sampai 50 kg per bulan. Produksi abon lele belum kontinyu karena menunggu pesanan pembeli. Dengan demikian, pemasaran abon Lele Sangkuriang masih terbatas.

d. Legalitas Keamanan Pangan

Kelompok pengolah dan pemasaran ikan responden telah memiliki legalitas keamanan pangan. Legalitas keamanan ini diperlukan sebagai jaminan keamanan pangan bagi konsumen juga menjadi kekuatan yang dapat menjamin kesinambungan usaha abon Lele Sangkuriang. Adapun sertifikat jaminan

keamanan pangan yang telah dan belum dimiliki oleh kelompok pengolah dan pemasaran ikan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Sertifikat Jaminan Keamanan Pangan Kelompok Pengolah dan Pemasaran Ikan Responden di Kabupaten Bandung Tahun 2016

No.	Kelompok	Sertifikat Keamanan Pangan		
		PIRT	Halal	SKP
1.	Ikhlas Sosial	sudah memiliki	belum memiliki	belum memiliki
2.	Sejahtera	sudah memiliki	sudah memiliki	dalam proses sertifikasi
3.	Tunas Mekar	sudah memiliki	belum memiliki	belum memiliki

Sumber : Disnakan Kabupaten Bandung, 2016

Kelompok Ikhlas Sosial dan Tunas Mekar belum memiliki dan belum difasilitasi oleh Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung untuk mendapat SKP karena tempat pengolahan abon Lele Sangkuriang masih bergabung dengan tempat tinggal ketua kelompok. Hasil wawancara dengan pengurus Poklhasar dapat dilihat pada Lampiran 13 sampai dengan Lampiran 23. Hasil wawancara dengan petugas dinas dapat dilihat pada Lampiran 24. Pendapat pakar dapat dilihat pada Lampiran 25 sampai dengan 28.

B. Hasil Analisis

1. Faktor-faktor Strategi Internal

Analisis lingkungan internal dalam strategi usaha pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung dilakukan dengan mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh faktor-faktor strategis internal, berupa kekuatan dan kelemahan sebagai berikut :

a.Faktor Kekuatan

Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah :

- (a) Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai jenis olahan ikan
- (b) Kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok cukup baik
- (c) Alat-alat pengolahan abon lele lengkap
- (d) Memiliki kemampuan membudidayakan Lele Sangkuriang
- (e) Akses informasi dan regulasi cukup baik

b.Faktor Kelemahan

Faktor-faktor yang menjadi kelemahan dalam pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah :

- (1) Pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas
- (2) Promosi abon Lele Sangkuriang terbatas
- (3) Kemampuan memupuk modal usaha terbatas
- (4) Kerjasama antar kelompok tidak tertulis
- (5) Bagian pemasaran belum terampil mengakses dan memanfaatkan informasi menggunakan internet

2.Faktor-faktor Strategi Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dalam strategi usaha pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung dilakukan dengan mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh faktor-faktor strategis eksternal, berupa peluang dan tantangan sebagai berikut :

a. Faktor Peluang

Faktor-faktor yang menjadi peluang dalam pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah :

- (1) Peluang pemasaran abon lele sangkurang cukup luas
- (2) Kebijakan Pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang
- (3) Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang
- (4) Terdapat pendamping dan pembina usaha abon Lele Sangkuriang di lapangan
- (5) Pemasaran abon Lele Sangkuriang dapat dilakukan secara daring (online)

b. Faktor Ancaman

Faktor-faktor yang menjadi ancaman dalam pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah :

- (1) Adanya persaingan pemasaran dari produk sejenis
- (2) Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang
- (3) Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan lele makin ketat
- (4) Bunga pinjaman per-Bank-an cukup tinggi
- (5) Bahan baku olahan Lele Sangkuriang berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi

3. Hasil Evaluasi Faktor-Faktor Lingkungan Internal

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa, nilai matrik faktor kekuatan 1,931 lebih besar dari nilai matrik faktor kelemahan 0,490. Hal ini berarti faktor kekuatan yang dimiliki sangat mendukung usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung. Selain itu diperoleh jumlah skor sebesar 2,421, nilai ini berada di bawah rata-rata 2,5. Hal ini berarti usaha pengolahan abon ikan Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung lemah secara internal.

Faktor kekuatan utama yang dianggap paling penting dalam usaha pengembangan usaha pengolahan abon ikan Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah alat-alat pengolahan abon lele lengkap dengan bobot tertinggi 0,138 dan dinyatakan sebagai kekuatan utama (peringkat = 4) sehingga skor tertimbang 0,552. Selanjutnya faktor kekuatan kedua adalah memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai jenis olahan ikan, faktor kekuatan ketiga adalah kerjasama antar pengurus cukup baik, faktor kekuatan keempat adalah akses informasi dan regulasi cukup baik serta faktor kekuatan kelima adalah memiliki kemampuan membudidayakan Lele Sangkuriang.

Tabel 4.6 Matrik Evaluasi Faktor Internal

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :				
1	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai jenis olahan ikan	0,125	4	0,500
2	Kerjasama antara pengurus dan kelompok cukup baik	0,113	4	0,452
3	Alat-alat pengolahan abon lele lengkap	0,138	4	0,552
4	Memiliki kemampuan membudidayakan Lele Sangkuriang	0,013	4	0,052
5	Akses informasi dan regulasi cukup baik	0,125	3	0,375
Sub Jumlah				1,931
Kelemahan :				
1	Pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas	0,188	1	0,118
2	Kemampuan memupuk modal usaha terbatas	0,113	1	0,113
3	Kerjasama antar kelompok tidak tertulis	0,038	1	0,038
4	Belum terampil mengakses dan memanfaatkan informasi menggunakan internet	0,113	1	0,113
5	Tempat pengolahan ikan bergabung dengan rumah	0,038	1	0,038
Sub Jumlah				0,490
Jumlah				2,421

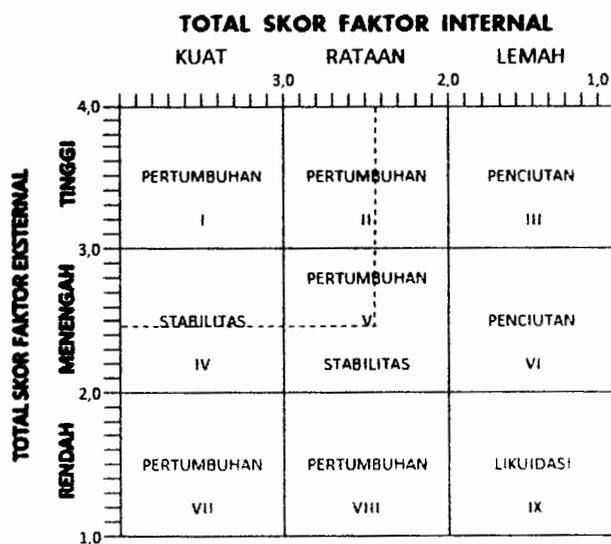
4. Hasil Evaluasi Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa, nilai matrik faktor peluang 1,560 lebih besar dari nilai matrik faktor ancaman 0,928. Hal ini berarti bahwa usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung memiliki peluang lebih besar dan dapat digunakan untuk mengurangi ancaman. Selain itu diperoleh jumlah skor sebesar 2,488, nilai ini berada di bawah rata-rata 2,5. Hal ini berarti usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung lemah secara eksternal.

Tabel 4.7 Matrik Evaluasi Faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang :				
1	Peluang pemasaran abon lele sangkurang cukup luas	0,155	3	0,465
2	Kebijakan Pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang	0,107	4	0,428
3	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang	0,048	3	0,144
4	Terdapat pendamping dan pembina usaha abon Lele Sangkuriang di lapangan	0,095	3	0,285
5	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (online)	0,119	2	0,238
Sub Jumlah				1,560
Ancaman :				
1	Adanya persaingan pemasaran dari produk sejenis	0,119	2	0,238
2	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang	0,071	2	0,141
3	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan lele makin ketat	0,119	2	0,238
4	Bunga pinjaman per-Bank-an cukup tinggi	0,024	1	0,024
5	Bahan baku olahan Lele Sangkuriang berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi	0,143	2	0,286
Sub Jumlah				0,928
Jumlah				2,488

3. Posisi Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung



Gambar 4.1 Posisi Usaha Abon Lele Sangkuriang

Alternatif Strategi

Setelah melakukan analisis IFE dan EFE, kemudian dengan menentukan posisi dari usaha pengembangan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung pada matrik internal-eksternal, selanjutnya faktor-faktor yang diperoleh dari masing-masing analisis tersebut dimasukkan ke dalam matrik TOWS untuk dikombinasikan (*matching stage*). Tabel 4.8 memperlihatkan bahwa terdapat empat set alternatif strategi yaitu SO (*strength-opportunities*), ST (*strength-threats*), WO (*weaknesses-opportunities*) dan WT (*weaknesses-threats*).

Tabel 4.8. Matrik TOWS

Internal	KEKUATAN (S) 1. Mampu mengolah berbagai jenis olahan ikan 2. Kerjasama antara pengurus dan kelompok cukup baik 3. Alat-alat pengolahan abon lele lengkap 4. Mampu membudidayakan lele sangkuriang 5. Akses informasi dan regulasi cukup Baik	KELEMAHAN (W) 1. Pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas 2. Kemampuan memupuk modal usaha terbatas 3. Kerjasama antar kelompok tidak tertulis 4. Belum terampil mengakses dan memanfaatkan internet 5. Tempat penolahan ikan bergabung dengan rumah
Eksternal	Strategi SO 1. Pemasaran abon lele via online (S1,S2,S5,O1,O4,O5) 2. Fasilitasi pengembangan pemasaran abon lele (S3,S4,O1,O2,O3)	Strategi WO 1. Promosi abon dan aneka olahan lele sangkuriang (W1,W4,W3,O1,O2,O5) 2. Peningkatan kompetensi akses informasi melalui internet (W1,W4,O1,O5)
PELUANG (O) 1. Peluang pemasaran abon lele sangkurang cukup luas 2. Kebijakan Pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang 3. Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon lele sangkuriang 4. Terdapat pendamping dan pembina usaha abon Lele Sangkuriang di lapangan 5. Pemasaran abon Lele Sangkuriang dapat dilakukan secara daring (online)	Strategi ST 1. Pemisahan tempat pengolahan lele dengan tempat tinggal (S1,S3,T3,) 2. Budidaya lele terintegrasi dengan usaha pengolahan lele (S1,S4,T3,T4,T5)	Strategi WT 1. Fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan (W1,W5,T1,T3) 2. Pengembangan usaha pengolahan abon lele tanpa limbah (W1,W5,T1,T2,T5,
ANCAMAN (T) 1. Adanya persaingan pemasaran dari produk sejenis 2. Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang 3. Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan lele makin ketat 4. Bunga pinjaman per-Bank-an cukup tinggi 5. Bahan baku olahan Lele Sangkuriang berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi		

Sumber : Data primer diolah, 2016

G.Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Dalam penentuan prioritas strategi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung digunakan alat analisis AHP (*process hirarchi analitic*). Melalui AHP diperoleh prioritas kepentingan untuk fokus, faktor, aktor, tujuan dan alternatif strategi sebagai berikut :

1. Fokus yaitu strategi pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung.
2. Faktor yaitu elemen yang mempengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan dari fokus yang ditetapkan. Dari hasil identifikasi diperoleh faktor penentu keberhasilan pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung, yaitu :
 - a.Ketersediaan bahan baku abon Lele Sangkuriang (F1)
 - b.Persepsi dan preferensi konsumen (F2)
 - c.Teknologi pengolahan da pengemasan (F3)
 - d.Persaingan dengan produk sejenis (F4)
 - e.Kebijakan Pemerintah Pusat (F5)
3. Aktor yaitu pihak-pihak yang terlibat langsung dan berperan aktif dalam pengembangan usaha :
 - a.Kelompok Pengolah dan Pemasaran Ikan (A1)
 - b.Pembudidaya Lele Sangkuriang (A2)
 - c.Pemerintah Daerah (A3)

d.Lembaga Keuangan (A4)

e.Konsumen/Masyarakat (A5)

4. Tujuan yaitu hasil akhir yang ingin dicapai dengan adanya pengembangan usaha :

a.Mata pencarian alternative (T1)

b.Diversifikasi usaha (T2)

c.Meningkatkan konsumsi ikan (T3)

5. Alternatif Strategi merupakan kebijakan yang diambil untuk melakukan pengembangan usaha, yaitu :

a. Pemasaran abon lele via online (S1)

b. Fasilitasi pengembangan pemasaran abon lele (S2)

c. Promosi abon dan aneka olahan lele sangkuriang (S3)

d. Peningkatan kompetensi akses informasi melalui internet (S4)

e. Fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan (S5)

f. Pengembangan usaha pengolahan abon lele tanpa limbah (S6)

g. Pemisahan tempat pengolahan lele dengan tempat tinggal (S7)

h. Budidaya terintegrasi dengan usaha pengolahan lele (S8)

Selanjutnya untuk menentukan prioritas faktor, aktor, tujuan dan alternatif strategi digunakan aplikasi expert choice 11,0 dengan hasil sebagai berikut :

a) Faktor Prioritas

Berdasarkan pendapat pakar dan analisis menggunakan aplikasi expert choice 11,0 diperoleh faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang adalah :

- (1) Prioritas pertama adalah ketersediaan bahan baku, dengan bobot 0,609.
- (2) Prioritas kedua adalah persepsi dan preferensi konsumen, dengan bobot 0,184.
- (3) Prioritas ketiga adalah teknologi pengolahan dan pengemasan, dengan bobot 0,118.
- (4) Prioritas keempat adalah persaingan usaha, dengan bobot 0,066.
- (5) Prioritas kelima adalah Pemerintah Pusat, dengan bobot 0,032.

b) Aktor Prioritas

Aktor atau pelaku prioritas yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang adalah :

- (1) Prioritas pertama adalah Kelompok pengolah dan pemasaran (Poklahsar), dengan bobot 0,440.
- (2) Prioritas kedua adalah pembudidaya ikan Lele Sangkuriang, dengan bobot 0,338.
- (3) Prioritas ketiga adalah Pemerintah Daerah, dengan bobot 0,106.
- (4) Prioritas keempat adalah konsumen/masyarakat, dengan bobot 0,059.
- (5) Prioritas kelima adalah lembaga keuangan, dengan bobot 0,057.

c) Tujuan Prioritas

Adapun tujuan prioritas pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang adalah :

Tujuan prioritas pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang adalah :

- (1) Prioritas pertama adalah merupakan mata pencaharian alternatif, dengan bobot, 0,735.

- (2) Prioritas kedua adalah diversifikasi usaha, dengan bobot 0,203.
- (3) Prioritas ketiga adalah meningkatkan konsumsi ikan dengan bobot 0,061.

d) Strategi Prioritas

Adapun strategi prioritas untuk pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang adalah :

- (1) Prioritas pertama adalah pemasaran abon lele secara *online*, dengan bobot 0,390.
- (2) Prioritas kedua adalah fasilitasi pemasaran, dengan bobot 0,226.
- (3) Prioritas ketiga adalah pemisahan tempat pengolahan abon lele dengan tempat tinggal, dengan bobot 0,133.
- (4) Prioritas keempat adalah integrasi budidaya dan pengolahan Lele Sangkuriang, dengan bobot 0,078.
- (5) Prioritas kelima adalah promosi berbagai olahan Lele Sangkuriang, dengan bobot 0,051.
- (6) Prioritas keenam adalah peningkatan kompetensi akses informasi melalui internet, dengan bobot 0,050.
- (7) Prioritas ketujuh adalah fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan, dengan bobot 0,045.
- (8) Prioritas kedelapan adalah pengolahan abon lele Lele Sangkuriang tanpa limbah dengan bobot 0,027.

Hasil pengolahan data menggunakan aplikasi Expert Choice 11,0 dapat dilihat pada Lampiran 29 sampai dengan Lampiran 32. Hirarki Penentuan

Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung dapat dilihat pada Lampiran 33.

C.Pembahasan

Evaluasi Faktor-faktor Lingkungan Internal dan Eksternal

Untuk mengkombinasikan faktor-faktor dalam analisis TOWS diperlukan adanya evaluasi terhadap faktor-faktor strategis yang telah ditentukan di atas. Alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor strategis internal, yaitu kekuatan dan kelemahan adalah matrik IFE (Internal Factor Evaluation), sedangkan untuk mengevaluasi faktor-faktor strategis eksternal yaitu peluang dan ancaman adalah EFE (External Factor Evaluation)

1. Hasil Evaluasi Faktor-Faktor Lingkungan Internal

Pemilikan alat-alat pengolahan abon lele yang lengkap di Kabupaten Bandung sangat penting. Dalam pengolahan abon Lele Sangkuriang, alat-alat pengolahan berpengaruh terhadap kecepatan dan kualitas proses produksi. Selanjutnya kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai jenis olahan ikan diperlukan untukantisipasi kejenuhan pemasaran serta memenuhi kebutuhan konsumen pada berbagai kelompok umur serta segmen pemasaran.

Berdasarkan hasil pembobotan pada Tabel 4.4 Terlihat bahwa, terdapat tiga faktor kelemahan utama yang dianggap penting yaitu pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas, kemampuan memupuk modal terbatas dan belum terampil mengakses serta memanfaatkan informasi menggunakan internet, dengan nilai skor masing-masing 0,118 dan dinyatakan sebagai kelemahan utama (peringkat = 1). Kemudian terdapat dua faktor kelemahan kedua yaitu kemampuan memupuk

modal terbatas dan belum terampil mengakses serta memanfaatkan informasi menggunakan internet dengan skor masing-masing 0,113.

Kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang kesulitan mencari jalan keluar untuk menutupi kelemahan utama bahwa pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas. Untuk mengatasi masalah ini diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan efisien antara lain melalui kerjasama pemasaran secara formal berdasarkan asas kemitraan, yaitu saling membutuhkan, menguntungkan dan memperkuat. Sebaliknya menurut responden faktor keterbatasan memupuk modal dan mengakses serta memanfaatkan informasi menggunakan internet secara bertahap dapat diupayakan oleh kelompok pengolah, sehingga kedua faktor terakhir merupakan faktor kelemahan kedua.

2. Evaluasi Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal

Faktor peluang yang paling penting dalam pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah peluang pemasaran abon lele sangkurang cukup luas, dengan bobot 0,155. Kemudian faktor peluang kedua adalah terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (online). Faktor ketiga adalah kebijakan Pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang. Selanjutnya, faktor keempat dan kelima yaitu terdapat pendamping dan pembina usaha abon Lele Sangkuriang di lapangan dan tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang.

Peluang pemasaran abon lele sangkurang cukup luas merupakan kesempatan yang baik untuk mengembangkan usaha pengolahan abon Lele

Sangkuriang di Kabupaten Bandung. Perlu ada upaya perluasan dan penguatan pemasaran di dalam negeri juga memanfaatkan peluang ekspor. Perlu adanya fasilitasi Pemerintah dan Pemerintah Daerah dalam mengembangkan jejaring pemasaran. Proses pendampingan melalui pelatihan dan penyuluhan perlu lebih diarahkan pada peningkatan kompetensi pemasaran, baik pemasaran secara langsung maupun secara daring (*online*).

Tabel 4.7 juga menunjukkan faktor ancaman dalam pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung. Faktor ancaman utama adalah bahan baku olahan Lele Sangkuriang berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi dengan bobot 0,143, kemudian faktor ancaman kedua adalah adanya persaingan pemasaran dari produk sejenis dan persyaratan jaminan kualitas hasil olahan lele makin ketat. Adapun faktor ancaman ketiga dan keempat yaitu banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang dan bunga pinjaman per-Bank-an cukup tinggi. Faktor bahan baku yang berkualitas merupakan salah satu ancaman yang perlu diatasi agar kualitas abon Lele Sangkuriang lebih terjamin.

3. Posisi Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

Berdasarkan analisis IFE dan EFE, maka dapat ditentukan posisi usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung, dimana hasilnya menunjukkan bahwa posisi usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung berada pada tahap pertumbuhan (Gambar 4.1). Hal ini menunjukkan bahwa usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung secara internal dan eksternal dapat dikatakan menengah. Sehubungan

dengan posisi bahwa usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung sebagaimana yang telah dijelaskan, maka untuk keberhasilan pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang perlu adanya alternatif strategi, yang dapat diperoleh dari mengkombinasikan antara faktor-faktor internal dengan eksternal.

Alternatif Strategi

1. Strategi SO (*strength-opportunities*)

Dalam rangka memanfaatkan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang, strateginya yaitu :

a. Pemasaran abon lele secara daring (*online*)

Internet marketing merupakan bentuk usaha dari perusahaan untuk memasarkan produk dan jasanya serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui media internet. Bentuk pemasaran ini pada dasarnya merupakan situs publik yang sangat besar di jaringan komputer dengan berbagai tipe yang berbeda dan berasal dari berbagai negara di seluruh dunia satu sama lainnya ke dalam satu wadah informasi yang sangat besar (Kotler dan Armstrong, 2008).

Menurut Mohammed, Fisher, Jawoeski dan Pardison (2003), terdapat lima komponen dalam *Internet marketing*, yaitu :

1) Proses

Seperti halnya program pemasaran tradisional, program pemasaran melalui internet melibatkan sebuah proses. Tujuh tahap dari pemasaran melalui internet adalah membentuk peluang pasar, menyusun strategi pemasaran, merancang pengalaman pelanggan, membangun hubungan antarmuka dengan pelanggan, merancang program pemasaran, meningkatkan informasi pelanggan melalui

teknologi, dan mengevaluasi hasil program pemasaran secara keseluruhan.

- 2) **Membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan**
Membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan merupakan tujuan pemasaran. Tiga tahapan hubungan dengan pelanggan adalah *awareness*, *exploration* dan *commitment*. Program pemasaran dapat dikatakan berhasil apabila mampu untuk mengarahkan pelanggan sampai pada tahap komitmen pada perusahaan. Dan tujuan pemasaran melalui internet adalah menjalin hubungan dengan pelanggan, baik secara *online* maupun *offline*.
- 3) **Online**
Sesuai dengan definisinya, *Internet marketing* adalah pemasaran yang dilakukan dalam dunia internet, namun tetap terkait dengan pemasaran tradisional.
- 4) **Pertukaran**
Dampak dari program pemasaran online adalah pertukaran yang tidak hanya terjadi di dalam dunia internet saja atau *online*, namun juga harus berdampak pada pertukaran di penjualan secara nyata.
- 5) **Pemenuhan kepuasan kebutuhan kedua belah pihak**
Dengan adanya *Internet marketing*, pemenuhan akan kepuasan kedua belah pihak lebih cepat terpenuhi, yaitu dari segi perusahaan yang menggunakan *Internet marketing* bisa mencapai tujuan perusahaan seperti meningkatnya laba perusahaan, pangsa pasar yang semakin meluas, dan lain-lain. Dari segi pelanggan adalah terpenuhinya kebutuhan seperti mendapatkan kebutuhan informasi yang lebih cepat.

Internet marketing secara luas dibagi dalam berbagai jenis-jenis sebagai

berikut :

- a) **Tampilan iklan**
Iklan ini ditampilkan pada situs web pihak ketiga atau blog untuk mengarahkan lalu lintas ke situs web perusahaan. Dengan melakukan pemasangan iklan ini secara tidak langsung akan meningkatkan produksi perusahaan.
- b) ***Search Engine Marketing* (SEM)**
Bentuk pemasaran ini adalah untuk berusaha mempromosikan *website* dengan meningkatkan visibilitas dalam halaman mesin pencari (SERPs) seperti *Google*, *Bing*, *Yahoo*, dan lain-lain.
- c) ***Search Engine Optimization* (SEO)**
SEO adalah proses meningkatkan visibilitas situs web atau halaman web di mesin pencari.
- d) ***Social Media Marketing***

Pemasaran ini dilakukan dengan memanfaatkan lalu lintas dalam social media websites seperti *facebook* maupun *twitter* atau juga social media yang lain.

e) *Email Marketing*

Pemasaran melalui *email* dilakukan dengan melibatkan langsung pemasaran pesan dengan mengirimkan pesan melalui surat elektronik.

f) *Refferal Marketing*

Metode *refferal* ini untuk mempromosikan produk atau layanan kepada pelanggan baru melalui referensi. Metode ini biasanya dari mulut ke mulut.

g) *Affiliate Marketing*

Pemasaran ini dilakukan dengan memberi bagian atau keuntungan ke affiliiasi untuk setiap pengunjung atau pelanggan yang dibawa oleh usaha sendiri.

h) *Inbound Marketing*

Pemasaran *inbound* ini dengan melibatkan pelanggan untuk membuat dan berbagi.

Internet marketing merupakan strategi yang prospektif dan menguntungkan, baik bagi konsumen maupun *marketer*. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), pemasaran *online* memberikan manfaat, baik bagi konsumen maupun *marketer*.

Keuntungan *online marketing* bagi konsumen :

a) *Convenient*

Artinya konsumen tidak harus terjebak kemacetan, menemukan tempat parkir, dan berjalan melalui toko-toko yang tidak terhitung jumlahnya untuk menemukan produk. Konsumen dapat membandingkan merk, mengecek harga, dan memesan barang 24 jam sehari dari lokasi manapun.

b) *Easy and private*

Konsumen menghadapi lebih sedikit perselisihan dalam membeli barang dan tidak perlu untuk menghadapi penjual atau membuka diri mereka terhadap bujukan atau hubungan emosional.

c) *Information*

Layanan *online* dan internet memberikan konsumen akses terhadap perbandingan informasi yang berlimpah mengenai perusahaan dan produk.

d) *Interactive and immediate*

Konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk menemukan informasi yang tepat mengenai produk dan layanan yang mereka inginkan, lalu memesan atau *men-download*-nya secara langsung.

Keuntungan untuk *marketer* :

a) Pemasaran *online* merupakan suatu alat yang bagus untuk membangun hubungan dengan konsumen. Perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen untuk mempelajari tentang kebutuhan dan keinginan konsumen yang lebih spesifik dan untuk membangun database konsumen. Pemasaran *online* dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi.

Online marketer dapat menghindari biaya-biaya untuk mempertahankan tokonya dan biaya penyewaan, asuransi dan peralatan lainnya.

b) Pemasaran *online* juga menawarkan fleksibilitas yang besar yang memungkinkan marketer untuk membuat penyesuaian terhadap penawaran dan program-programnya.

c) Internet merupakan suatu medium global yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk mengklik dari satu tempat ke tempat lainnya dalam hitungan detik.

b. Fasilitasi pengembangan pemasaran abon lele

Fasilitasi pengembangan pemasaran abon lele dimaksudkan untuk memberi kesempatan kepada kelompok pengolah dan pemasaran mengikuti berbagai kegiatan pemasaran hasil olahan ikan dari tingkat kabupaten hingga tingkat nasional juga internasional. Melalui fasilitasi ini diharapkan abon Lele Sangkuriang hasil produksi kelompok pengolah dan pemasaran akan lebih dikenal serta didekatkan dengan konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan omzet penjualan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung.

2.Strategi WO (*weaknesses- opportunities*)

a. Promosi abon dan aneka olahan lele sangkuriang

Sasaran utama seorang manajer pemasaran adalah menciptakan dan memelihara strategi promosi yang merupakan kegiatan penting dalam dunia pemasaran. Promosi melibatkan pemberian informasi kepada individu, kelompok, atau organisasi tentang sebuah produk atau jasa dan mengajak mereka untuk menerima produk dan jasa ini. Para pemasar berupaya mendapatkan strategi promosi yang tepat guna memastikan bahwa sebuah produk dapat diterima dengan baik. Promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang keinginan konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan,

meningkatkan permintaan konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.

Menurut Terence (2003), promosi penjualan merupakan aktifitas pemasaran yang bertujuan menstimulasi pembelian dengan menawarkan keuntungan tambahan kepada konsumen. Promosi penjualan digunakan oleh perusahaan untuk menambah nilai suatu produk dan merangsang konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), promosi penjualan berkaitan dengan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Insentif ini berkaitan dengan imbalan, apakah hal itu berkaitan dengan pengembalian uang dalam bentuk diskon, jaminan, atau dapat berupa sample produk dan sebagainya.

Selanjutnya Kotler dan Armstrong (2008) berpendapat bahwa alat promosi penjualan terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- (1) Alat promosi konsumen termasuk di dalamnya kupon, pengembalian uang tunai, paket harga, spesialisasi periklanan, penghargaan, titik pembelian (*point of purchase*), demonstrasi, kontes, dan permainan.
- (2) Alat promosi perdagangan termasuk di dalamnya diskon dan tunjangan.
- (3) Alat promosi bisnis yang digunakan untuk memimpin bisnis, menstimulasi pembelian, memberikan penghargaan terhadap konsumen, dan memotivasi tenaga penjual.

b. Peningkatan kompetensi akses informasi melalui internet

Peningkatan kompetensi akses informasi melalui internet merupakan upaya untuk meningkatkan kapasitas pengurus kelompok pengolah dan pemasaran dalam mencari, memanfaatkan dan

mengembangkan informasi serta mengembangkan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang melalui internet.

Potter (2004) menyatakan bahwa :

Literasi media merupakan sebuah perspektif yang digunakan ketika berhubungan dengan media untuk menginterpretasi makna suatu pesan yang diterima. Orang membangun perspektif tersebut melalui struktur pengetahuan yang terkonstruksi dari kemampuan menggunakan informasi. Oleh karena itu, untuk bisa dikatakan sebagai seseorang yang literate setidaknya harus memiliki kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan pesan dalam beragam bentuk (hal.19).

Selanjutnya Potter (2004) berpendapat bahwa :

Kemampuan literasi media (*media literacy*) khususnya internet bagi seseorang menjadi suatu kompetensi yang harus dimiliki utamanya mengingat terlalu cepat persebaran informasi dan beragamnya informasi yang tersebar di masyarakat sehingga mengakibatkan ledakan informasi (*Booming Information*) yang dibarengi dengan perkembangan teknologi informasi. Salah satu hasil perkembangan teknologi informasi yang menyebabkan *booming information* tidak lain adalah internet. Karena melalui internet seseorang dengan mudah dapat mengakses informasi tanpa dibatasi jarak dan waktu (hal.19)

3.Strategi ST (*strength-threats*)

a. Pemisahan tempat pengolahan lele dengan tempat tinggal

Pemisahan tempat pengolahan lele dengan tempat tinggal merupakan upaya untuk memenuhi syarat sanitasi dan higiene unit usaha pengolahan ikan. Dengan upaya ini diharapkan dapat meminimalisir kemungkinan terjadinya kontaminasi dari alat dan pengolah terhadap abon Lele Sangkuriang. Tempat pengolahan ikan yang terpisah dengan tempat tinggal dapat memberi jaminan kesehatan dan keamanan kepada konsumen abon Lele Sangkuriang.

Winarno (2009) berpendapat bahwa :

Masalah higiene dan sanitasi dalam pengolahan hasil perikanan memegang peranan yang amat penting dalam berbagai aspek kehidupan terutama

yang ada sangkutpautnya dengan kesehatan. Program sanitasi dilakukan untuk menghilangkan kontaminan dari makanan dan alat/mesin pengolahan ikan serta mencegah terjadinya kontaminasi kembali. Kontaminasi yang mungkin timbul berasal dari pestisida, bahan kimia, serangga, tikus dan partikel-partikel benda asing seperti kayu, pecahan logam, pecahan gelas dan lain-lain, tetapi yang terpenting dari semuanya adalah kontaminasi mikroba (hal.25).

b. Budidaya lele terintegrasi dengan usaha pengolahan lele

Budidaya lele terintegrasi dengan usaha pengolahan lele dimaksudkan untuk menjamin ketersediaan dan kontinuitas bahan baku yang berkualitas serta mengurangi biaya biaya produksi abon Lele Sangkuriang. Kelompok pengolah dan pemasaran ikan juga dapat mengupayakan pembenihan dan pembesaran Lele Sangkuriang. Pengolah abon lele telah terbiasa membesarkan Lele Sangkuriang di kolam tembok dan kolam terpal secara intensif. Salah satu kendala pengembangan usaha pembesaran Lele Sangkuriang adalah tingginya harga pakan komersial dan cenderung naik setiap tahun. Hal ini dapat diatasi dengan mengembangkan pakan mandiri melalui pemanfaatan kepala Lele Sangkuriang menjadi tepung ikan. Tepung ikan dari kepala Lele Sangkuriang dapat digunakan menjadi bahan pakan alternatif, dicampur bahan baku lainnya yang tersedia di daerah setempat. Hal ini sejalan dengan kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan yaitu Gerakan Pakan Ikan Mandiri (GERPARI).

Rachmawati (2014) menyatakan bahwa :

Tepung kepala lele mampu menggantikan tepung ikan hingga 50% dan tidak berpengaruh ($P > 0,05$) terhadap efisiensi pemanfaatan pakan (25,59-29,64), protein efisiensi rasio (0,89-0,98) dan laju pertumbuhan spesifik (1,69-1,85% bobot/hari) juvenil udang vaname dan berdasarkan EPP (Efisiensi Pemanfaatan Pakan), Protein Efisiensi Rasio (PER) dan Laju Pertumbuhan Spesifik (SGR) tepung kepala lele dapat menggantikan tepung ikan dalam

ransum pakan buatan, sampai dengan penggantian 50% tanpa mempengaruhi efisiensi pemanfaatan pakan dan pertumbuhan juvenil udang vaname (hal.253.)

4. WT (*weaknesses- threats*)

a. Fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan

Fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan diperlukan oleh kelompok pengolah dan pemasaran ikan karena kelompok modal usahanya terbatas. Jika Pemerintah tidak memfasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan berupa sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), sertifikat Halal serta Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP), maka modal usaha kelompok akan berkurang dan akan mengurangi volume produksi abon lele. Persyaratan dan Tata Cara Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan diatur dengan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor /Permen-Kp/2016.

b. Pengembangan usaha pengolahan abon lele tanpa limbah

Pengembangan usaha pengolahan abon lele tanpa limbah yang dimaksud yaitu selalu memanfaatkan seluruh bagian tubuh Lele Sangkuriang untuk menambah penghasilan serta menjaga kelestarian lingkungan hidup. Daging, sirip, kepala dan tulang Lele Sangkuriang selalu dimanfaatkan oleh kelompok pengolah menjadi abon, keripik sirip, sop kepala lele dan stik tulang lele. Adapun jeroan dan darah serta lendir pencucian Lele Sangkuriang belum dimanfaatkan serta masih dibuang ke perairan sekitar.

Berdasarkan pengalaman peneliti, jeroan dan darah serta lendir pencucian Lele Sangkuriang dapat dimanfaatkan menjadi pupuk cair.

Pupuk cair ini bermanfaat untuk pupuk tanaman serta mengobati benih Lele Sangkuriang yang terserang penyakit bintik putih. Jeroan dan air pencucian Lele Sangkuriang difermentasi dalam kantong plastik selama 2 (dua) minggu, setelah ditambahkan air cucian beras dan gula pasir. Selama proses fermentasi, kantong plastik dibuka beberapa detik untuk mengeluarkan gas yang terbentuk akibat fermentasi.

Anas dan Muluk (2004) menyatakan bahwa :

Dalam proses pengolahan ikan seperti proses pembuatan tepung ikan, dihasilkan limbah cair. Limbah cair ini jumlahnya sangat banyak dan dibuang begitu saja ke lingkungan. Kegiatan seperti ini tersebar di seluruh Indonesia. Limbah cair ini menimbulkan bau yang sangat menyengat dan mencemari lingkungan. Dilain pihak, limbah cair ini mengandung unsur hara makro yang cukup tinggi seperti N dan K unsur mikro (hal.1)

Selanjutnya, Anas dan Muluk (2004) menyatakan bahwa :

Limbah ikan yang diinokulasi dengan bakteri asam laktat (BAL-1215, BAL-GG, BALDMG) mampu mengurangi bau busuk limbah ikan, sedangkan inokulasi dengan *nitrifying bacteria* (*Nitrosomonas* spp dan *Nitrobacter* spp) tidak efektif dalam mengurangi bau busuk limbah ikan. Penambahan batuan fosfat nyata meningkatkan fosfor tersedia di dalam limbah ikan. Pupuk organik cair yang dihasilkan diuji pengaruhnya terhadap pertumbuhan jagung, kangkung dan tanaman hias (*Aglonema* spp) di rumah kaca. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa campuran limbah ikan (pupuk organik) dan pupuk anorganik memberikan hasil yang paling baik untuk pertumbuhan jagung dan tanaman hias *Aglonema* spp, sedangkan untuk kangkung hasil yang lebih baik adalah perlakuan pemberian 100% pupuk organik/limbah ikan (hal.1-2).

G.Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Berdasarkan hasil analisis faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.9 di bawah ini.

Tabel 4.9. Hasil Analisis Faktor yang Berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

No.	Faktor	Nilai
1.	Bahan baku	0,609
2.	Persepsi dan preferensi konsumen	0,184
3.	Teknologi pengolahan dan pemasaran	0,118
4.	Persaingan	0,056
5.	Pemerintah Pusat	0,032
	Jumlah	1,000

Berdasarkan hasil analisis AHP dapat dikemukakan bahwa faktor prioritas utama yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah ketersediaan bahan baku Lele Sangkuriang dengan nilai 0,609. Ketersediaan bahan baku berkualitas dan kontinu oleh pembudidaya di Kabupaten Bandung akan menjamin keberlangsungan usaha untuk memproduksi abon Lele Sangkuriang yang berkualitas. Ketersediaan bahan baku yang berkualitas dapat diusahakan dengan cara meningkatkan produksi lele secara mandiri dengan menggunakan limbah pengolahan sebagai sumber pakan alternatif dicampur dengan pakan komersial dengan komposisi 50% : 50%. Untuk meningkatkan efisiensi pakan, pakan alternatif dan komersial sebaiknya difermentasi minimal 2 hari sebelum diberikan pada Lele Sangkuriang.

Faktor lain yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang yaitu persepsi dan preferensi konsumen, persaingan, teknologi pengolahan dan pemasaran, persaingan serta Pemerintah merupakan rangkaian faktor yang perlu dipertimbangkan serta dikelola secara simultan atau bergiliran agar secara total dapat berdampak positif terhadap pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang.

Berdasarkan hasil analisis aktor yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.10 di bawah ini.

Tabel 4.10. Hasil Analisis Aktor yang Berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

No.	Faktor	Nilai
1.	Kelompok Pengolah dan Pemasar	0,440
2.	Pembudidaya lele	0,338
3.	Pemerintah daerah	0,106
4.	Konsumen/Masyarakat	0,059
5.	Lembaga keuangan	0,057
	Jumlah	1,000

Kelompok pengolah dan pemasar merupakan faktor utama yang menentukan pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang sebagai bisnis perikanan dengan nilai 0,440. Salah satu pendorong keberhasilan bisnis perikanan serta bisnis pada umumnya jiwa wirausaha.

Meredith, Nelson dan Neck (1996:5) berpendapat bahwa para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.

Selanjutnya Meredith, Nelson dan Neck (1996:5) berpendapat bahwa para wirausaha memiliki ciri-ciri dan sifat-sifat yang membentuk profil percaya diri, berorientasi tugas dan berhasil, pengambil risiko, kepemimpinan, keorsinilan serta berorientasi ke masa depan.

Aktor lain yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang yaitu pembudidaya lele, pemerintah daerah, konsumen/masyarakat serta lembaga keuangan merupakan sekumpulan aktor yang perlu

dipertimbangkan agar secara total dapat berdampak positif terhadap pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang.

Berdasarkan hasil analisis tujuan pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.11 di bawah ini.

Tabel 4.11. Hasil Analisis Tujuan Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

No.	Faktor	Nilai
1.	Mata pencaharian alternatif	0,735
2.	Diversifikasi usaha	0,203
3.	Meningkatkan konsumsi ikan	0,061
	Jumlah	1,000

Tujuan utama pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang merupakan mata pencaharian alternatif bagi Poklhasar di lokasi penelitian dengan nilai 0,735. Hal ini merupakan salah satu upaya masyarakat dalam menambah pendapatan keluarga dari usaha Abon Lele Sangkuriang. Potensi sumber daya keluarga kelompok pembudidaya ikan belum berkontribusi nyata secara ekonomi terhadap penambahan pendapatan keluarga. Peranan istri-istri pengurus dan anggota kelompok pembudidaya ikan yang berusaha dalam pengolahan Abon Lele Sangkuriang menjadi kekuatan tambahan dalam meningkatkan pendapatan kelompok pelaku utama perikanan.

Tujuan lain yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang yaitu diversifikasi usaha dan meningkatkan konsumsi merupakan rangkaian tujuan yang perlu dipertimbangkan serta diwujudkan secara simultan atau bergiliran agar secara total dapat berdampak positif terhadap pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang.

Berdasarkan hasil analisis strategi yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.12 di bawah ini.

Tabel 4.12. Hasil Analisis Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

No.	Strategi	Nilai
1.	Pemasaran <i>online</i>	0,390
2.	Fasilitasi pemasaran	0,226
3.	Pemisahan tempat pengolahan dengan tempat tinggal	0,133
4.	Integrasi budidaya dengan pengolahan lele	0,078
5.	Promosi olahan lele	0,051
6.	Peningkatan kompetensi akses internet	0,050
7.	Fasilitasi legalitas keamanan pangan	0,045
8.	Pengolahan lele tanpa limbah	0,027
	Jumlah	1,000

Strategi prioritas yang harus ditempuh untuk mengembangkan usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung adalah pemasaran abon lele secara *online* dengan nilai 0,078.

Strategi lain yang mempengaruhi pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang yaitu fasilitasi pemasaran, pemisahan tempat pengolahan dengan tempat tinggal, integrasi budidaya dengan pengolahan lele, promosi olahan lele, peningkatan kompetensi akses internet, fasilitasi legalitas keamanan pangan dan pengolahan lele tanpa limbah merupakan rangkaian strategi yang perlu dipertimbangkan serta dilaksanakan secara simultan atau bergiliran agar secara total dapat berdampak positif terhadap pengembangan usaha Abon Lele Sangkuriang.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A.SIMPULAN

1. Kondisi kelompok pengolah dan pemasar abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung pada aspek ekonomi memiliki kelayakan usaha dengan B/C rasio sebesar 1,41 sampai 1,96; kelembagaan kelompok mencapai kelas pemula dan madya; teknis produksi abon lele sesuai standard, kapasitas produksi sebanyak 240 kg sampai 600 kg serta legalitas keamanan yang dimiliki secara lengkap hanya sertifikat PIRT serta hanya satu kelompok memiliki sertifikat Halal.
2. Terdapat sepuluh faktor internal dan sepuluh eksternal dalam usaha pengembangan abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung. Faktor tersebut meliputi lima faktor kekuatan, yaitu mampu mengolah berbagai jenis olahan ikan, kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok cukup baik, alat-alat pengolahan abon lele lengkap, mampu membudidayakan Lele Sangkuriang serta akses informasi dan regulasi cukup baik. Lima faktor kelemahan, yaitu pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas, kemampuan memupuk modal terbatas, kerjasama antar kelompok tidak tertulis, belum terampil mengakses informasi dengan internet dan tempat pengolahan ikan bergabung dengan rumah. Kemudian lima faktor peluang, yaitu peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang cukup luas, kebijakan pemerintah mendukung pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang, tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang, terdapat pendamping dan pembina usaha abon Lele Sangkuriang di lapangan dan pemasaran abon Lele Sangkuriang dapat dilakukan secara daring (online). Selanjutnya, terdapat lima faktor ancaman yaitu adanya persaingan pemasaran produk sejenis, banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang, persyaratan jaminan kualitas hasil olahan lele makin ketat, bunga pinjaman per-Bank-an cukup tinggi serta bahan baku olahan Lele Sangkuriang berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi.

3. Terdapat delapan alternatif strategi dalam pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung, yaitu :
 - a. Pemasaran abon Lele Sangkuriang secara *online*.
 - b. Fasilitasi pemasaran abon Lele Sangkuriang secara berkala.
 - c. Pemisahan tempat pengolahan abon Lele Sangkuriang dengan tempat tinggal.
 - d. Integrasi budidaya dengan pengolahan abon Lele Sangkuriang.
 - e. Peningkatan kompetensi akses informasi dengan internet.
 - f. Fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan
 - g. Pengolahan abon Lele Sangkuriang tanpa limbah.
 - h. Promosi abon dan aneka olahan Lele Sangkuriang.
4. Strategi prioritas pertama untuk pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung yaitu pemasaran abon Lele Sangkuriang secara *online*.

B.SARAN

Saran yang dapat diberikan adalah :

Bagi Pemerintah dan pemerintah Kabupaten Bandung ;

1. Perlu fasilitasi peningkatan kompetensi pengurus kelompok dalam pemasaran abon lele secara *online*.
2. Perlu fasilitasi pemasaran secara teratur, baik tingkat kabupaten, provinsi, nasional serta internasional secara *offline*.

Bagi Kelompok Pengolah dan Pemasar

1. Perlu diversifikasi usaha pengolahan selain abon Lele Sangkuriang, antara lain nugget, kerupuk, bakso, cendol dan dawet.
2. Perlu meningkatkan jejaring pemasaran melalui selain melalui berbagai media sosial juga melalui website gratis seperti tanihub dan bakulikan.

DAFTAR PUSTAKA

Afrianto, E. dan Liviawaty. 1989. *Pengawetan dan Pengolahan Ikan*. Kanisius. Yogyakarta.

Anas, I. dan Muluk.R.W.T. 2004. *Pemanfaatan Limbah Pengolahan Ikan Sebagai Bahan Pupuk*. Bogor. Departemen Ilmu Tanah FAPERTA.

Anonim, 2007. *Lele Sangkuriang*. Poster tentang Pelepasan Varietas Ikan Lele Sebagai Varietas Unggul. Sukabumi. Balai Besar Pengembangan Budidaya Air Tawar, Ditjen Perikanan Budidaya, Departemen Kelautan dan Perikanan.

Burhan, N. 1994. *Perencanaan Strategik*. Jakarta. PT. Pustaka Binaman Pressindo.

Buzzel, R.D and Gale, B.T. 1993. Reviewed Work: *The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance* Review by: P. "Rajan" Varadarajan. *Journal of Marketing*. American Marketing Association. Vol. 53, No. 2 (Apr., 1989), pp. 126-129

Craig and Grant, 1993. *Strategic Management*. London. Kogan Page.

David, F.R. 1995. *Strategic Management*. New Jersey. Prentice Hall, Inc.

Dirgantoro, C. 2001. *Manajemen Strategik : Konsep, Kasus dan Implementasi*. Jakarta. PT. Grasindo.

Hax dan Majluf, 1991. *The Strategy Concept and Process : A Pragmatic Approach*. Prentice Hall. New Jersey. Englewood Cliffs,

Hendriana, A. 2010. *Pembesaran Lele di Kolam Terpal*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Kadariah. 2001. *Evaluasi Proyek Analisis Ekonomi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Jakarta

Karyono dan Wachid. 1982. *Petunjuk Praktek Penanganan dan Pengolahan Ikan*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Laapo. 2013. *Strategi Pengembangan Usaha Abon Pada UKM Mutiara Di Kota Palu*.

e-J. Agrotekbis 1 (3) : 295-300, Agustus 2013. Palu. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadiloka.

Meredith Geoffrey.G, Nelson Robert.E dan Neck Philip.A. 1996. Kewirausahaan Teori dan Praktek. PT. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta

Mohammed, Rafi, Fisher, Robert J., Jaworski, Bernard J., & Paddison, Gordon J. (2003). Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy. McGrawHill, United States of America.

Potter, W. James. 2004. Theory of Media literacy : A Cognitive Approach. London : sage Publications.

Rachmawati. D, 2014. Penggantian Tepung Ikan Dengan Tepung Kepala Lele Dalam Pakan Terhadap Efisiensi Pemanfaatan Pakan Dan Pertumbuhan Juvenil Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*). Journal of Aquaculture Management and Technology Volume 3, Nomor 4, Tahun 2014, Halaman 1-8. FPIK Universitas Diponegoro. Semarang

Rangkuti, F. 2013. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta. Gramedia.

Saaty, T.L. 1993. Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin. Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks. Jakarta. PT. Pustaka Binaman Pressindo.

Stanton, William J. 2005. Prinsip Pemasaran. Cetakan Ketujuh. Jakarta. Erlangga.

Sugiono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung. CV.ALFABETA.

Suryani, A, Erliza Hambali, Encep Hidayat. 2007. Membuat Aneka Abon. Jakarta Penebar Swadaya.

Sutinah Made, Sri Suro Adhawaty, Hamzah, Amiluddin. 2010. Strategi Pengembangan Produk Abon Ikan Kering Untuk Mengakses Pasar Internasional. Ujungpandang. Universitas Hasanunin.

Swastha, Basu dan Irawan, 2005, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas, Liberty Offset. Yogyakarta.

Terence.A.S, 2003. Periklanan dan Promosi, Erlangga, Jakarta.

Tunggal, 2002. Tanya-Jawab Manajemen Strategik. Jakarta. Harvarinto.

Wahyono. T. 2016. Manajemen Bisnis Perikanan. Manajemen Strategik dan Analisis Kelayakan. Flantaxia. Yogyakarta.

Winarno, F.G., 2004. Keamanan Pangan. Jilid I. Bogor: M-BRIO Press

Wisena. M. 1998. Evaluasi Nilai Gizi Abon Sapi Menggunakan Metode Invitro dan Evaluasi Mutu Abon Komersial yang Beredar di Kota Bogor. Fakultas Teknologi Pangan IPB. Bogor

Lampiran 1. Kuisisioner untuk mengetahui kondisi kelompok pengolah abon
Lele Sangkuriang

Petunjuk :

Mohon dijawab sesuai dengan keadaan sebenarnya yang terjadi di kelompok
Bapak/Ibu!

Profil Kelompok

Nama Kelompok :

Kelas Kelompok :

Alamat :

Legalitas Usaha

a.Nomor PIRT :

b.Nomor Halal :

Proses Produksi

a.Dari mana sumber bahan baku untuk abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

.....
.....

b.Berapa ukuran dan jumlah bahan baku/siklus produksi?

Jawaban :

.....
.....

c.Berapa harga Lele Sangkuriang untuk bahan baku abon?

Jawaban :

.....
.....

d. Bagaimana proses produksi abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

.....
.....
.....

e. Apa saja hasil produksi dari usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

.....
.....

f. Bagaimana pengelolaan dan pemanfaatan limbah pengolahan abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

.....
.....
.....

Pemasaran

a. Bagaimana cara pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

(1) Langsung :

.....

(2) Tidak langsung :

.....

b. Siapa yang menangani pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

.....
.....

c. Berapa harga jual abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

.....
.....

d. Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen/mitra pemasaran?

Jawaban :

.....
.....

Analisa Usaha

Apakah Bapak/Ibu memiliki analisa memiliki cacatan analisa usaha?

Jawaban :

.....
.....

Pembinaan dari Pemerintah

Siapa saja yang berperan dalam pendampingan/pembinaan usaha abon lele dan bagaimana metode serta waktunya?

Jawaban :

.....
.....
.....
.....

....., 2016

Responden,

.....

Lampiran 2. Kuisisioner Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang

Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang

Nama Kelompok :

Nama Ketua :

Alamat :

Tahun : 2015

1. Biaya Tetap		
(1) Biaya umum dan administrasi	Rp
(2) Biaya penyusutan	Rp
	Jumlah	Rp
2. Biaya Tidak Tetap		
(1) Pembelian bahan baku	Rp
(2) Pembelian pembantu (bumbu, minyak, dll)	Rp
(3) Upah tenaga kerja	Rp
(4) Kemasan dan sertifikasi	Rp
(5) Biaya pemasaran	Rp
(6) Listrik dan air	Rp
(7) Lain-lain	Rp
	Jumlah	Rp
3. Hasil Penjualan (..... kg @ Rp)	Rp
4. Keuntungan (3 – (1 + 2))	Rp
5. B/C rasio (4/(1 + 2))	

....., April 2016
Ketua,

.....

Acuan pengisian kuisiner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = cukup

Angka 4 = agak baik

Angka 5 = baik

Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan :

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1											
2											
3											
4											
5											

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1											
2											
3											
4											
5											

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1											
2											
3											
4											
5											

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1											
2											
3											
4											
5											

....., 2016
 Responden,

.....

Lampiran 4. Kuisisioner untuk wawancara dengan Petugas Dinas

Kuisisioner untuk Petugas Dinas

Nama Petugas/ NIP :

Instansi :

Jabatan :

Alamat Kantor :

No.Telp & HP :

Petunjuk :

Mohon dijawab dengan sebenarnya dan ditulis pada lembar yang tersedia!

1. Apa saja kriteria penerima kelompok penerima Program PUMP-P2HP?
Kriteria penerima kelompok penerima Program PUMP-P2HP :

.....

.....

.....

2. Tuliskan, nama, dan lokasi kelompok penerima Program PUMP-P2HP Tahun 2013?

No	Nama Poklamsar	Jenis Usaha	Desa/ Kelurahan	Kecamatan
1				
2				
3				
4				
5				

3. Apa tujuan Program PUMP-P2HP?

.....

.....

.....

4. Apa saja fasilitas yang diterima oleh kelompok penerima manfaat dari Program PUMP-P2HP?

.....

.....

.....

5. Bagaimana pendampingan kepada kelompok penerima Program PUMP-P2HP?

.....
.....

6. Hasil-hasil apa saja yang dicapai oleh kelompok penerima Program PUMP-P2HP secara teknis, sosial dan ekonomi?

.....
.....

7. Apa saja faktor-faktor pendukung keberhasilan pelaksanaan Program PUMP-P2HP?

.....
.....

8. Apa saja faktor-faktor penghambat keberhasilan pelaksanaan Program PUMP-P2HP?

.....
.....
.....

Soreang, April 2016
Responden,

.....
NIP.

Lampiran 5. Kuisisioner penelitian untuk menggali informasi faktor-faktor, aktor-aktor dan tujuan pada Analisis Hirarki Proses (AHP)

Nama Responden :

Instansi :

Jabatan :

Alamat :

.....

No, Tlp & HP. :

Petunjuk pengisian kuisisioner :

1. Responden dimohon untuk merinci faktor-faktor, aktor-aktor, dan tujuan-tujuan yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang.
2. Responden dimohon untuk menentukan tingkat kepentingan faktor-faktor, aktor-aktor, tujuan-tujuan dan strategi yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang secara berpasangan (antara baris dan kolom) berdasarkan tingkat kepentingannya, dengan score 1 sampai 9 dan dituliskan pada kotak yang tidak diwarnai, seperti tabel di bawah ini.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang :

Faktor yg mempengaruhi	a	b	c	d	e	f	g
a	1						
b		1					
c			1				
d				1			
e					1		
f						1	
g							1

Aktor-aktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang :

Aktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang	a	b	c	d	e
a	1				
b		1			
c			1		
d				1	
e					1

Tujuan-tujuan pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang :

Tujuan pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang	a	b	c	d	e
a	1				
b		1			
c			1		
d				1	
e					1

.....
Responden,
.....

Keterangan :

Skala Penilaian Analisis Hirarki Proses (AHP)

Intensitas kepentingan pada skala absolut	Definisi	Penjelasan
1	sama pentingnya	Kedua aktifitas menyumbangkan sama pada tujuan
3	agak lebih penting yang satu atas lainnya	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
5	cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
7	sangat penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan kuat atas satu aktifitas lebih dari yang lain
9	kepentingan yang ekstrim (sangat sangat penting)	Bukti menyukai satu aktifitas atas yang lain sangat kuat
2, 4, 6, 8	nilai tengah diantara dua nilai keputusan yang berdekatan	
berbalikan	Jika aktifitas i mempunyai nilai yang lebih tinggi dari aktifitas j maka j mempunyai nilai berbalikan ketika dibanding dengan i	
Rasio	rasio yang didapat langsung dari pengukuran	

Lampiran 6. Kuisisioner penelitian untuk menentukan nilai kepentingan alternatif strategi pada Analisis Hirarki Proses (AHP)

Nama Responden :

Instansi :

Jabatan :

Alamat :

.....

No, Tlp & HP. :

Petunjuk pengisian kuisisioner :

Responden dimohon untuk menentukan tingkat kepentingan alternatif strategi yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang secara berpasangan (antara baris dan kolom) berdasarkan tingkat kepentingannya, dengan score 1 sampai 9 dan dituliskan pada kotak yang tidak diwarnai, seperti tabel di bawah ini.

Nilai Penentuan Kepentingan Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Mata Pencapaian Alternatif	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1							
S2		1						
S3			1					
S4				1				
S5					1			
S6						1		
S7							1	
S8								1

Nilai Penentuan Kepentingan Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Diversifikasi Usaha	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1							
S2		1						
S3			1					
S4				1				
S5					1			
S6						1		
S7							1	
S8								1

Nilai Penentuan Kepentingan Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Meningkatkan Konsumsi Ikan	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1							
S2		1						
S3			1					
S4				1				
S5					1			
S6						1		
S7							1	
S8								1

.....
Responden,
.....

Keterangan :

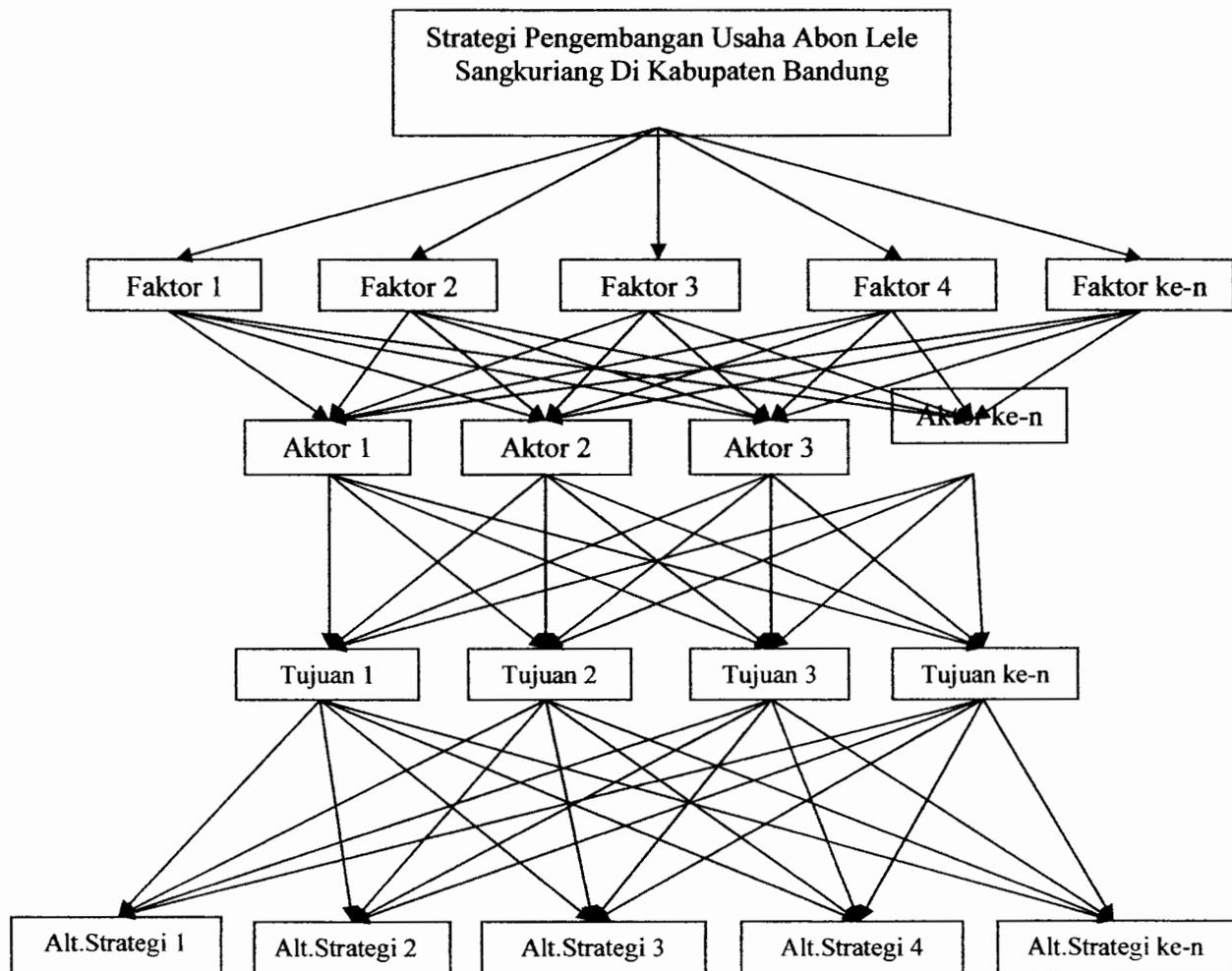
- S1 : Pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (*online*)
 S2 : Fasilitasi pemasaran abon Lele Sangkuriang
 S3 : Pemisahan tempat pengolahan abon Lele Sangkuriang dengan tempat tinggal
 S4 : Integrasi budidaya dengan pengolahan abon Lele Sangkuriang
 S5 : Meningkatkan kompetensi dalam akses dan memanfaatkan informasi melalui internet
 S6 : Fasilitasi sertifikasi legalitas keamanan pangan
 S7 : Pengolahan abon Lele Sangkuriang tanpa limbah
 S8 : Promosi abon dan aneka olahan Lele Sangkuriang

Skala Penilaian Analisis Hirarki Proses (AHP)

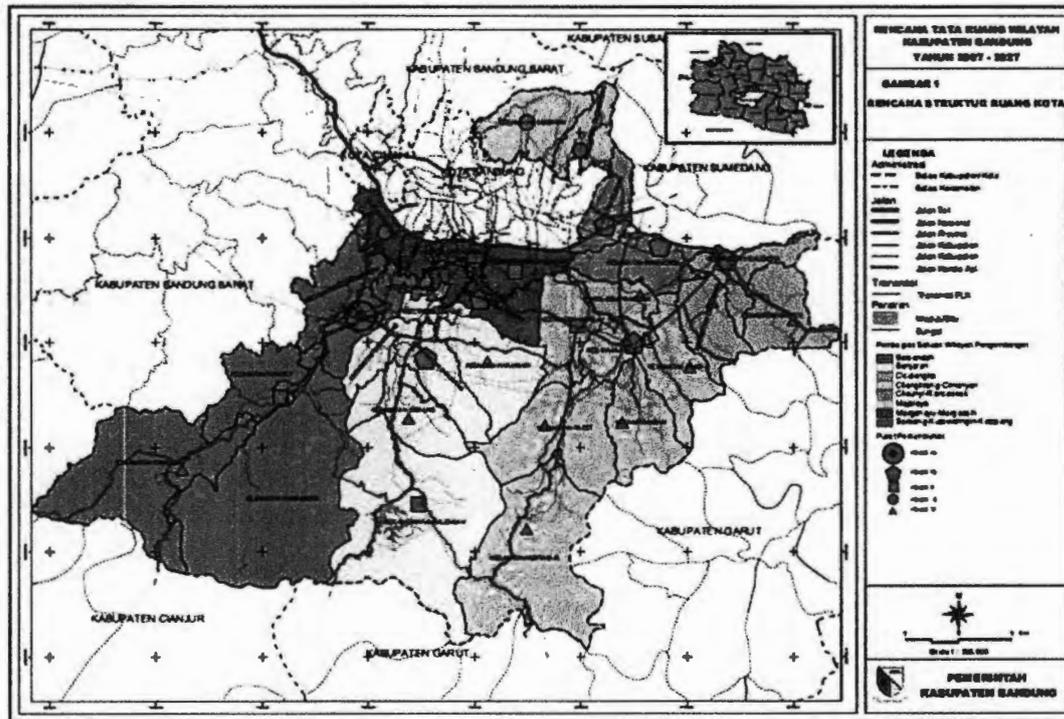
Intensitas kepentingan pada skala absolut	Definisi	Penjelasan
1	sama pentingnya	Kedua aktifitas menyumbangkan sama pada tujuan
3	agak lebih penting yang satu atas lainnya	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
5	cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
7	sangat penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan kuat atas satu aktifitas lebih dari yang lain
9	kepentingan yang ekstrim (sangat sangat penting)	Bukti menyukai satu aktifitas atas yang lain sangat kuat
2, 4, 6, 8	nilai tengah diantara dua nilai keputusan yang berdekatan	
berbalikan	Jika aktifitas i mempunyai nilai yang lebih tinggi dari aktifitas j maka j mempunyai nilai berbalikan ketika dibanding dengan i	
rasio	rasio yang didapat langsung dari pengukuran	

Lampiran 7. Rancangan Hirarki Analisis Proses untuk Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

Rancangan Hirarki Analisis Proses untuk Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung



Lampiran 8. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 9. Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklahsar Sejahtera

Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang

Nama Kelompok : Sejahtera
 Nama Ketua : H. Ubedillah
 Alamat : Desa Maruyung, Kec. Pacet, Kab. Bandung
 Tahun : 2015

No	Uraian	Jumlah
I.	Biaya Tetap	
1.	Biaya umum dan administrasi	150,000
2.	Biaya penyusutan	550,000
3.	Biaya pemasaran	120,000
4.	Lain-lain	100,000
	Jumlah	920,000
II.	Biaya Tidak Tetap	
1.	Bahan baku/Lele Sangkuriang (1.800 kg @ Rp 20.000)	36,000,000
2.	Bahan pembantu/Bumbu	11,250,000
3.	Upah tenaga kerja	1,800,000
4.	Kemasan	6,000,000
5.	Listrik dan air	120,000
	Jumlah	55,170,000
III.	Jumlah Biaya Tetap dan Tidak Tetap	56,090,000
IV.	Hasil	
	Abon Lele Sangkuriang 600 kg @ Rp 250.000	150,000,000
V.	Keuntungan	93,910,000
	B/C rasio	1.67

Pacet, April 2016

Ketua,



H. Ubedillah

Lampiran 10. Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklhasar Tunas Mekar

Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang

Nama Kelompok : Tunas Mekar
 Nama Sekretaris : Yusuf Wahyu R. Dani
 Alamat : Desa Cileunyiwetan, Kec. Cileunyi, Kab. Bandung
 Tahun : 2015

No	Uraian	Jumlah
I.	Biaya Tetap	
1.	Biaya umum dan administrasi	150,000
2.	Biaya penyusutan	550,000
3.	Biaya pemasaran	120,000
4.	Lain-lain	100,000
	Jumlah	920,000
II.	Biaya Tidak Tetap	
1.	Bahan baku/Lele Sangkuriang (720 kg @ Rp 20.000)	14,400,000
2.	Bahan pembantu/Bumbu	5,000,000
3.	Upah tenaga kerja	900,000
4.	Kemasan	2,400,000
5.	Listrik dan air	120,000
	Jumlah	22,820,000
III.	Jumlah Biaya Tetap dan Tidak Tetap	23,740,000
IV.	Hasil	
	Abon Lele Sangkuriang 240 kg @ Rp 250.000	60,000,000
V.	Keuntungan	36,260,000
	B/C rasio	1.53

Cileunyi, April 2016

Sekretaris,



Yusuf Wahyu R. Dani

Lampiran 11. Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang Poklahsar Ikhlas Sosial

Analisa Usaha Abon Lele Sangkuriang

Nama Kelompok : Ikhlas Sosial
 Nama Ketua : Indeung Sukmara
 Alamat : Desa Neglasari, Kec. Banjaran, Kab. Bandung
 Tahun : 2015

No	Uraian	Jumlah
I.	Biaya Tetap	
1.	Biaya umum dan administrasi	150,000
2.	Biaya penyusutan	750,000
3.	Biaya pemasaran	240,000
4.	Lain-lain	100,000
	Jumlah	1,240,000
II.	Biaya Tidak Tetap	
1.	Bahan baku/Lele Sangkuriang (720 kg @ Rp 20.000)	14,400,000
2.	Bahan pembantu/Bumbu	5,000,000
3.	Upah tenaga kerja	900,000
4.	Kemasan	2,400,000
5.	Listrik dan air	120,000
	Jumlah	22,820,000
III.	Jumlah Biaya Tetap dan Tidak Tetap	24,060,000
IV.	Hasil	
	Abon Lele Sangkuriang 240 kg @ Rp 250.000	60,000,000
V.	Keuntungan	35,940,000
	B/C rasio	1.49

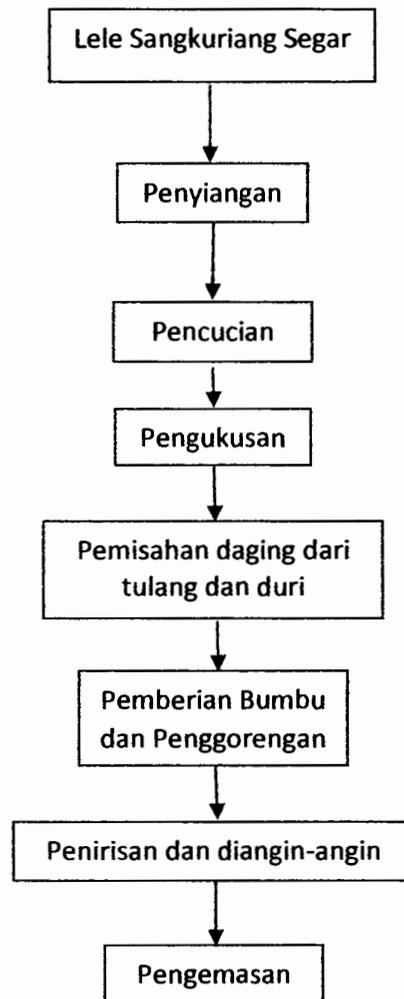
Banjaran, April 2016

Ketua,



Indeung Sukmara

Lampiran 12. Skema Pembuatan Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung



Lampiran 13 . Data Hasil Wawancara dengan Poklahsar Sejahtera

Profil Kelompok

Nama Kelompok : Sejahtera

Kelas Kelompok : Pemula

Alamat : Jl. Raya Pacet – Ciparay, Km. 8 Kp. Cikujang
RT.2/4, Desa Maruyung, Kec. Pacet, Kab. Bandung

Legalitas Keamanan Pangan

a.Nomor PIRT : 2023204011778-18, Juli 2013

b.Nomor Halal : 01021123571214, 10 – 12 – 2014 s.d 9 – 12 – 2016

Proses Produksi

a.Dari mana sumber bahan baku untuk abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Dari Depo Pasar Ikan dan kelompok pembudidaya ikan di Kecamatan Pacet

b.Berapa ukuran dan jumlah bahan baku/siklus produksi?

Jawaban :

Ukuran 800 – 1.000 gr/ekor, jumlah bahan baku 50 kg/minggu

c.Berapa harga Lele Sangkuriang untuk bahan baku abon?

Jawaban : Rp. 20.000,-/kg

d.Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen/mitra pemasaran:

Jawaban : Tunai

e.Bagaimana garis besar proses produksi abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Garis besar proses pembuatan abon Lele Sangkuriang, yaitu penyiangan dan pemotongan, pencucian, pengukusan, pemisahan daging dari tulang dan duri, pencampuran bumbu, penggorengan, penirisan dengan spiner dan diangin-angin serta pengemasan.

f. Apa saja hasil produksi dari usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Hasil produksi berupa abon serta kerupuk kulit dan sirip.

g. Bagaimana pengelolaan dan pemanfaatan limbah pengolahan abon lele sangkuriang?

Jawaban :

Jeroan dimanfaatkan untuk pakan induk, kelapa dan tulang dimanfaatkan untuk pembuatan kerupuk, darah dan lendir pencucian belum dimanfaatkan dan minyak perasan abon dimanfaatkan untuk campuran bahan pakan.

Pemasaran

a. Bagaimana cara pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

- (1) Dijual langsung ke daerah Cimahi, Arjasari, Ujungberung dan Garut
- (2) Dijual tidak langsung melalui *facebook* : Poklahsar Sejahtera

b. Siapa yang menangani pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Pengurus kelompok, yaitu Ibu Mimin (penjualan langsung) dan Ibu Yuyun (penjualan via *facebook*)

c. Berapa harga jual abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Harga jual abon Lele Sangkuriang Rp 20.000,-/100 gram untuk abon curah dan Rp 25.000,-/100 gram untuk abon dalam kemasan.

Pembinaan dari Pemerintah

Siapa yang berperan dalam pendampingan/pembinaan usaha abon Lele Sangkuriang dan bagaimana metode serta waktunya?

Jawaban :

Pembimbing/pembina usaha abon Lele Sangkuriang yaitu Penyuluh Perikanan PNS, Penyuluh Perikanan Bantu (PPB) dan staf teknis dari BKPPP serta Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan ceramah, tanya jawab dan peragaan. Waktu pembinaan yaitu sebulan satu kali, setiap hari Jum'at minggu kedua.

Lampiran 14. Data Hasil Wawancara dengan Poklhasar Ikhlas Sosial

Profil Kelompok

Nama Kelompok : Ikhlas Sosial
Kelas Kelompok : Madya
Alamat : Kp. Citeureup, Desa Neglasari, Kecamatan Banjaran,
Kabupaten Bandung

Legalitas Keamanan Pangan

a.Nomor PIRT : 2023204011556-17
b.Nomor Halal : 01021123741214

Proses Produksi

a.Dari mana sumber bahan baku untuk abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Hasil produksi kelompok sebanyak 70% dan dari kelompok pembudidaya ikan di Kecamatan Banjaran 30%.

b.Berapa ukuran dan jumlah bahan baku/siklus produksi?

Jawaban :

Ukuran \geq 250 gr/ekor, jumlah bahan baku 20 kg/hari

c.Berapa harga Lele Sangkuriang untuk bahan baku abon?

Jawaban : Rp 17.000,-/kg - Rp. 20.000,-/kg

d.Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen/mitra pemasaran:

Jawaban : Tunai

e.Bagaimana garis besar proses produksi abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Garis besar proses pembuatan abon Lele Sangkuriang, yaitu penyiangan dan pemotongan, pencucian, pengukusan, pemisahan daging dari tulang dan duri, pencampuran bumbu, penggorengan, penirisan dengan spiner dan diangin-angin serta pengemasan.

f. Apa saja hasil produksi dari usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Hasil produksi berupa abon serta kerupuk kulit dan sirip.

g. Bagaimana pengelolaan dan pemanfaatan limbah pengolahan abon lele sangkuriang?

Jawaban :

Jeroan dimanfaatkan untuk pakan induk, kelapa dimasak jadi Balado Kepala Lele, tulang dimanfaatkan untuk campuran pakan, sedangkan darah dan lendir pencucian belum dimanfaatkan.

Pemasaran

a. Bagaimana cara pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Dijual melalui perantara ke kota Bandung dan Jakarta serta menunggu pesanan dari konsumen.

b. Siapa yang menangani pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Belum ada petugas khusus, tetapi dibantu oleh ketua kelompok.

c. Berapa harga jual abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Harga jual abon Lele Sangkuriang Rp 20.000,-/100 gram untuk abon curah dan Rp 25.000,-/100 gram untuk abon dalam kemasan.

d. Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen/mitra pemasaran:

Jawaban : Tunai

Pembinaan dari Pemerintah

Siapa yang berperan dalam pendampingan/pembinaan usaha abon Lele Sangkuriang dan bagaimana metode serta waktunya?

Jawaban :

Pembimbing/pembina usaha abon Lele Sangkuriang yaitu Penyuluh Perikanan PNS, Penyuluh Perikanan Bantu (PPB) dan staf teknis dari BKPPP serta Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan ceramah, tanya jawab dan peragaan. Waktu pembinaan yaitu sebulan satu kali, setiap hari Rabu minggu pertama.

Lampiran 15. Data Hasil Wawancara dengan Poklhasar Tunas Mekar

Profil Kelompok

Nama Kelompok : Tunas Mekar

Kelas Kelompok : Pemula

Alamat : Kp. Ciburial, Desa Cileunyikulon, Kecamatan Cileunyi,
Kabupaten Bandung

Legalitas Keamanan Pangan

a.Nomor PIRT : 2023204012245-20

b.Nomor Halal : -

Proses Produksi

a.Dari mana sumber bahan baku untuk abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Hasil produksi kelompok sebanyak 50% dan dari kelompok pembudidaya ikan di Kecamatan Cileunyi dan Rancaekek 50%.

b.Berapa ukuran dan jumlah bahan baku/siklus produksi?

Jawaban :

Ukuran \geq 250 gr/ekor, jumlah bahan baku 10 - 20 kg/minggu

c.Berapa harga Lele Sangkuriang untuk bahan baku abon?

Jawaban : Rp 20.000,-/kg - Rp. 23.000,-/kg

d.Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen/mitra pemasaran:

Jawaban : Tunai

e.Bagaimana garis besar proses produksi abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Garis besar proses pembuatan abon Lele Sangkuriang, yaitu penyiangan dan pemotongan, pencucian, pengukusan, pemisahan daging dari tulang dan duri, pencampuran bumbu, penggorengan, penirisan dengan spiner dan diangin-angin serta pengemasan.

f. Apa saja hasil produksi dari usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Hasil produksi berupa abon, kerupuk kulit dan sirip serta stik tulang.

g. Bagaimana pengelolaan dan pemanfaatan limbah pengolahan abon lele sangkuriang?

Jawaban :

Jeroan dimanfaatkan untuk pakan induk, sedangkan kelapa, darah dan lendir pencucian belum dimanfaatkan.

Pemasaran

a. Bagaimana cara pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

- (1) Dijual secara langsung kepada pemesan.
- (2) Dijual tidak langsung melalui *facebook*

b. Siapa yang menangani pemasaran abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Pemasaran ditangani oleh Sekretaris dan seksi pemasaran.

c. Berapa harga jual abon Lele Sangkuriang?

Jawaban :

Harga jual abon Lele Sangkuriang Rp 25.000,-/100 gram sampai Rp 30.000,-/100 gram untuk abon dalam kemasan.

d. Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen/mitra pemasaran:

Jawaban : Tunai

Pembinaan dari Pemerintah

Siapa yang berperan dalam pendampingan/pembinaan usaha abon Lele Sangkuriang dan bagaimana metode serta waktunya?

Jawaban :

Pembimbing/pembina usaha abon Lele Sangkuriang yaitu Penyuluh Perikanan PNS, Penyuluh Perikanan Bantu (PPB) dan staf teknis dari BKPPP serta Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan ceramah, tanya jawab dan peragaan. Waktu pembinaan yaitu sebulan satu kali, setiap hari Jumát minggu kedua.

Lampiran 16. Data Hasil Wawancara dengan Ketua Poklhasar Ikhlas Sosial
tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok

JAWABAN KUISIONER PENELITIAN SWOT

Profil Responden

Nama Responden : Indeung Sukmara

Jabatan dalam kelompok : Ketua

Nomor HP/Telepon : 0853 8550 0460

Apakah Anda bersedia dihubungi? (beri tanda silang atau lingkari salah satu jawaban);

Ya Tidak

Isu Strategis

Sebutkan masalah-masalah yang saat ini sedang dihadapi oleh kelompok ini :

1. Kekurangan bahan baku berkualitas dan harganya tinggi
2. Modal usaha terbatas karena tidak mempunyai jaminan untuk meminjam modal ke Bank
3. Pemasaran terbatas karena terbatas jangkauan pasar dan belum mempunyai tempat penjualan
4. Keterampilan anggota belum merata dalam pengolahan dan pengembangan usaha

Penelitian SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan kelompok ini.
2. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman kelompok ini.

Cara pengisian :

- a. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja kelompok saat ini.
- b. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan pengisian kuisiner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = cukup

Angka 4 = agak baik

Angka 5 = baik

Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan :

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Akses informasi dan regulasi cukup besar			V								v
2.	Memiliki alat-alat pengolahan ikan cukup lengkap					v			v			
3.	Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan				v				v			
4.	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai olahan ikan					v			v			
5.	Kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok baik			V							v	
6.	Memiliki kemampuan budidaya Lele Sangkuriang					v		v				

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Kompetensi SDM dalam pemasaran hasil olahan rendah		v								v	
2.	Kompetensi SDM dalam mengakses informasi melalui internet rendah		v									v
3.	Kemampuan memupuk modal usaha rendah		v									v
4.	Pembagian tugas diantara pengurus dan anggota belum dilaksanakan dgn konsisten		V									v
5.	Kerjasama dengan sesama kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang tidak tertulis	v										v

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Pemasaran abon Lele Sangkuriang luas					v						v
2.	Kebijakan pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang					v			v			
3.	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang					v			v			
4.	Tersedia berbagai mitra pemasaran abon Lele Sangkuriang					v					v	
5.	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (<i>online</i>)		v									v

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Adanya persaingan dari produk sejenis				v						v	
2.	Tingginya bunga pinjaman per-Bank-an		v								v	
3.	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan ikan makin ketat					v						v
4.	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang			V							V	

Banjaran, 1 April 2016
Responden,


Indung Sukmara

Lampiran 17. Data Hasil Wawancara dengan Sekretaris Poklhasar Ikhlas Sosial
tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok

JAWABAN KUISIONER PENELITIAN SWOT

Profil Responden

Nama Responden : Nia Supiatin

Jabatan dalam kelompok : Sekretaris

Nomor HP/Telepon : 0896 6217 6714

Apakah Anda bersedia dihubungi? (beri tanda silang atau lingkari salah satu jawaban);

Ya Tidak

Isu Strategis

Sebutkan masalah-masalah yang saat ini sedang dihadapi oleh kelompok ini :

1. Kekurangan bahan baku berkualitas dan harganya tinggi
2. Modal usaha terbatas karena tidak mempunyai jaminan untuk meminjam modal ke Bank
3. Pemasaran terbatas karena terbatas jangkauan pasar dan belum mempunyai tempat penjualan
4. Keterampilan anggota belum merata dalam pengolahan dan pengembangan usaha

Penelitian SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan kelompok ini.
2. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman kelompok ini.

Cara pengisian :

- a. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja kelompok saat ini.
- b. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan pengisian kuisiner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = cukup

Angka 4 = agak baik

Angka 5 = baik

Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan :

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Akses informasi dan regulasi cukup baik			V								V
2.	Memiliki alat-alat pengolahan ikan cukup lengkap					v			v			
3.	Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan				v				v			
4.	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai olahan ikan					v			v			
5.	Kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok baik			V							V	
6.	Memiliki kemampuan budidaya Lele Sangkuriang		v								V	

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Kompetensi SDM dalam pemasaran hasil olahan rendah		v								v	
2.	Kompetensi SDM dalam mengakses informasi melalui internet rendah		v									v
3.	Kemampuan memupuk modal usaha rendah		v									v
4.	Pembagian tugas diantara pengurus dan anggota belum dilaksanakan dgn konsisten		v									v
5.	Kerjasama dengan sesama kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang tidak tertulis	v										V
No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Pemasaran abon Lele Sangkuriang luas					v						v
2.	Kebijakan pemerintah mendukung					v		v				

	pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang											
3.	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang				v		v					
4.	Tersedia berbagai mitra pemasaran abon Lele Sangkuriang				v					V		
5.	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (<i>online</i>)		v									v

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Adanya persaingan dari produk sejenis				v						V	
2.	Tingginya bunga pinjaman per-Bank-an		v								V	
3.	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan ikan makin ketat					v						v
4.	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang			V							V	

Banjaran, 1 April 2016
Responden,



Nia Supriatin

Lampiran 18. Data Hasil Wawancara dengan Ketua Poklamsar Sejahtera
tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok

JAWABAN KUISIONER PENELITIAN SWOT

Profil Responden

Nama Responden : H. Ubedillah

Jabatan dalam kelompok : Ketua

Nomor HP/Telepon : 0852 2239 2220

Apakah Anda bersedia dihubungi? (beri tanda silang atau lingkari salah satu jawaban);

(×) Ya () Tidak

Isu Strategis

Sebutkan masalah-masalah yang saat ini sedang dihadapi oleh kelompok ini :

1. Kekurangan bahan baku berkualitas dan harganya tinggi
2. Modal usaha terbatas karena tidak mempunyai jaminan untuk meminjam modal ke Bank
3. Pemasaran terbatas karena terbatas jangkauan pasar dan belum mempunyai tempat penjualan
4. Keterampilan anggota belum merata dalam pengolahan dan pengembangan usaha

Penelitian SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

3. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan kelompok ini.
4. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman kelompok ini.

Cara pengisian :

- c. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja kelompok saat ini.
- d. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan pengisian kuisiner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = cukup

Angka 4 = agak baik

Angka 5 = baik

Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan :

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Akses informasi dan regulasi besar					√			√			
2.	Memiliki alat-alat pengolahan ikan cukup lengkap					√			√			
3.	Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan				√				√			
4.	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai olahan ikan					√			√			
5.	Kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok baik					√			√			

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Kompetensi SDM dalam pemasaran hasil olahan rendah		√									√
2.	Kompetensi SDM dalam mengakses informasi melalui internet rendah		√									√
3.	Kemampuan memupuk modal usaha rendah		√							√		
4.	Pembagian tugas diantara pengurus dan anggota belum dilaksanakan dgn konsisten		√							√		
5.	Kerjasama dengan sesama kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang tidak tertulis		√							√		

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Pemasaran abon Lele Sangkuriang luas					v						V
2.	Kebijakan pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang				v				v			
3.	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang					v				v		
4.	Tersedia berbagai mitra pemasaran abon Lele Sangkuriang		v							v		
5.	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (<i>online</i>)					v						V

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Adanya persaingan dari produk sejenis			V					v			
2.	Tingginya bunga pinjaman per-Bank-an		v						v			
3.	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan ikan makin ketat				v					v		
4.	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang			V								v

Pacet, 2 April 2016
Responden,



H. Ubedillah

Acuan pengisian kuisiner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = cukup

Angka 4 = agak baik

Angka 5 = baik

Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan :

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Akses informasi dan regulasi besar					√			√			
2.	Memiliki alat-alat pengolahan ikan cukup lengkap					√			√			
3.	Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan				√				√			
4.	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai olahan ikan					√			√			
5.	Kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok baik					√			√			

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Kompetensi SDM dalam pemasaran hasil olahan rendah		√									√
2.	Kompetensi SDM dalam mengakses informasi melalui internet rendah		√									√
3.	Kemampuan memupuk modal usaha rendah		√								√	
4.	Pembagian tugas diantara pengurus dan anggota belum dilaksanakan dgn konsisten		√								√	
5.	Kerjasama dengan sesama kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang tidak tertulis		√								√	

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Pemasaran abon Lele Sangkuriang luas					v						V
2.	Kebijakan pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang				v				v			
3.	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang					v				v		
4.	Tersedia berbagai mitra pemasaran abon Lele Sangkuriang		v							v		
5.	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (<i>online</i>)					v						V

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Adanya persaingan dari produk sejenis			V					v			
2.	Tingginya bunga pinjaman per-Bank-an		v						v			
3.	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan ikan makin ketat				v					v		
4.	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang			V								V

Pacet, 2 April 2016
Responden,



Nunu Nurdin

Lampiran 20. Data Hasil Wawancara dengan Sekretaris Poklhasar Tunas Mekar
tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok

KAWABAN KUISIONER PENELITIAN SWOT

Profil Responden

Nama Responden : Yusuf Wahyu R. Dani

Jabatan dalam kelompok : Sekretaris

Nomor HP/Telepon : 0821 1631 8444

Apakah Anda bersedia dihubungi? (beri tanda silang atau lingkari salah satu jawaban);

() Ya () Tidak

Isu Strategis

Sebutkan masalah-masalah yang saat ini sedang dihadapi oleh kelompok ini :

1. Kekurangan bahan baku berkualitas dan harganya tinggi
2. Modal usaha terbatas karena tidak mempunyai jaminan untuk meminjam modal ke Bank
3. Pemasaran terbatas karena terbatas jangkauan pasar dan belum mempunyai tempat penjualan
4. Keterampilan anggota belum merata dalam pengolahan dan pengembangan usaha

Penelitian SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan kelompok ini.
2. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman kelompok ini.

Cara pengisian :

- a. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja kelompok saat ini.
- b. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan pengisian kuisiner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = cukup

Angka 4 = agak baik

Angka 5 = baik

Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan :

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Akses informasi dan regulasi cukup besar					v				v		
2.	Memiliki alat-alat pengolahan ikan cukup lengkap					v			v			
3.	Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan				v				v			
4.	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai olahan ikan					v			v			
5.	Kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok baik				v					v		
6.	Memiliki kemampuan budidaya Lele Sangkuriang					v		v				

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Kompetensi SDM dalam pemasaran hasil olahan rendah		v							v		
2.	Kompetensi SDM dalam mengakses informasi melalui internet rendah		v							v		
3.	Kemampuan memupuk modal usaha rendah		v							v		
4.	Pembagian tugas diantara pengurus dan anggota belum dilaksanakan dgn konsisten		v							v		
5.	Kerjasama dengan sesama kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang tidak tertulis		v							v		

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
1.	Pemasaran abon Lele Sangkuriang luas					v						v
2.	Kebijakan pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang				v				v			

3.	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang					v				v	
4.	Tersedia berbagai mitra pemasaran abon Lele Sangkuriang		v							v	
5.	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (<i>online</i>)					v					v

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1.	Adanya persaingan dari produk sejenis			v						v	
2.	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang		v							v	
3.	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan ikan makin ketat				v					v	
4.	Bahan baku berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi			v						v	

Cileunyi, 8 April 2016
Responden,



Yusuf Wahyu R. Dani

Lampiran 21. Data Hasil Wawancara dengan Seksi Pemasaran Poklhasar
Tunas Mekar tentang Faktor Internal dan Eksternal Kelompok

JAWABAN KUISIONER PENELITIAN SWOT

Profil Responden

Nama Responden : Susilawati Halim

Jabatan dalam kelompok : Seksi Pemasaran

Nomor HP/Telepon : 0813 2090 2550

Apakah Anda bersedia dihubungi? (beri tanda silang atau lingkari salah satu jawaban);

Ya Tidak

Isu Strategis

Sebutkan masalah-masalah yang saat ini sedang dihadapi oleh kelompok ini :

1. Kekurangan bahan baku berkualitas dan harganya tinggi
2. Modal usaha terbatas karena tidak mempunyai jaminan untuk meminjam modal ke Bank
3. Pemasaran terbatas karena terbatas jangkauan pasar dan belum mempunyai tempat penjualan
4. Keterampilan anggota belum merata dalam pengolahan dan pengembangan usaha

Penelitian SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

3. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan kelompok ini.
4. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman kelompok ini.

Cara pengisian :

- c. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja kelompok saat ini.
- d. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan pengisian kuisiner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = cukup

Angka 4 = agak baik

Angka 5 = baik

Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan :

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1.	Akses informasi dan regulasi cukup baik					v				v	
2.	Memiliki alat-alat pengolahan ikan cukup lengkap					v			v		
3.	Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan				v				v		
4.	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai olahan ikan					v			v		
5.	Kerjasama antara pengurus dan anggota kelompok baik					v			v		
6.	Memiliki kemampuan budidaya Lele Sangkuriang		v							v	

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1.	Kompetensi SDM dalam pemasaran hasil olahan rendah		v								v
2.	Kompetensi SDM dalam mengakses informasi melalui internet rendah		v							v	
3.	Kemampuan memupuk modal usaha rendah		v							v	
4.	Pembagian tugas diantara pengurus dan anggota belum dilaksanakan dgn konsisten		v							v	
5.	Kerjasama dengan sesama kelompok pengolah abon Lele Sangkuriang tidak tertulis		v							v	

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
1.	Pemasaran abon Lele Sangkuriang luas					v					v
2.	Kebijakan pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele				v					v	

	Sangkuriang												
3.	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang				v							v	
4.	Tersedia berbagai mitra pemasaran abon Lele Sangkuriang		v									v	
5.	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (<i>online</i>)					v							v

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi Saat ini						Urgensi Penanganan					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4		
1.	Adanya persaingan dari produk sejenis			v								v	
2.	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang		v									v	
3.	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan ikan makin ketat				v							v	
4.	Bahan baku berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi			v								v	

Banjaran, 1 April 2016
Responden,



Susilawati Halim

Lampiran 22. Rata-rata Nilai Rating Responden

No.	Faktor Internal	Responden						Rating
		1	2	3	4	5	6	
Kekuatan :								
1	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai jenis olahan ikan	4	4	3	4	3	4	4
2	Kerjasama antara pengurus dan kelompok cukup baik	4	4	4	4	4	4	4
3	Alat-alat pengolahan abon lele lengkap	4	4	4	4	4	4	4
4	Memiliki kemampuan membudidayakan Lele Sangkuriang	4	4	4	4	3	4	4
5	Akses informasi dan regulasi cukup baik	3	3	3	3	3	3	3
Sub Jumlah								
Kelemahan :								
1	Pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas	1	1	1	1	1	1	1
2	Tempat pengolahan ikan bergabung dengan rumah	2	2	1	1	1	1	1
3	Pembagian tugas diantara pengurus belum dilaksanakan dengan konsisten	2	2	2	2	2	2	2
4	Kemampuan memupuk modal usaha terbatas	2	2	1	1	1	1	1
5	Kerjasama antar kelompok tidak tertulis	1	1	1	1	1	1	1

No.	Faktor Eksternal	Responden						Rating
		1	2	3	4	5	6	
Peluang :								
1	Peluang pemasaran abon lele sangkurang cukup luas	3	3	3	3	3	3	3
2	Kebijakan Pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang	4	4	4	4	4	4	4
3	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang	3	3	3	3	3	3	3
4	Terdapat pendamping dan pembina usaha abon Lele Sangkuriang di lapangan	3	3	3	3	3	3	3
5	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (online)	2	2	2	2	2	2	2
Ancaman :								
1	Adanya persaingan pemasaran dari produk sejenis	2	2	2	2	2	2	2
2	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang	2	2	2	2	2	2	2
3	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan lele makin ketat	3	3	2	2	2	2	2
4	Bunga pinjaman per-Bank-an cukup tinggi	1	1	1	1	1	1	1
5	Bahan baku olahan Lele Sangkuriang berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi	2	2	2	2	2	2	2

Lampiran 23. Rata-rata Nilai Bobot Responden

A	Memiliki kemampuan mengolah Lele Sangkuriang menjadi berbagai jenis olahan ikan	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	10	0,125
B	Kerjasama antara pengurus dan kelompok cukup baik	1	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	9	0,113
C	Alat-alat pengolahan abon lele lengkap	1	1	2	1	0	2	1	1	2	1	1	11	0,138
D	Memiliki kemampuan membudidayakan Lele Sangkuriang	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,013
E	Akses informasi dan regulasi cukup baik	0	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	10	0,125
F	Pemasaran abon Lele Sangkuriang terbatas	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	15	0,188
G	Tempat pengolahan ikan bergabung dengan rumah	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	3	0,038
H	Belum terampil mengakses dan memanfaatkan internet	0	1	0	2	1	1	2	1	1	1	1	9	0,113
I	Kemampuan memupuk modal usaha terbatas	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	0	9	0,113
J	Kerjasama antar kelompok tidak tertulis	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	3	0,038
	Jumlah												80	1,000

A	Peluang pemasaran abon lele sangkurang cukup luas	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	13	0,155
B	Kebijakan Pemerintah mendukung pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0,107
C	Tersedia berbagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha pengolahan abon Lele Sangkuriang	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	4	0,048
D	Terdapat pendamping dan pembina usaha abon Lele Sangkuriang di lapangan	1	1	1	1	0	0	0	2	2	1	1	8	0,095
E	Terdapat peluang pemasaran abon Lele Sangkuriang secara daring (online)	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0,119
F	Adanya persaingan pemasaran dari produk sejenis	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0,119
G	Banyak hasil olahan ikan sebagai substitusi abon Lele Sangkuriang	0	1	1	1	0	1	0	2	0	0	0	6	0,071
H	Persyaratan jaminan kualitas hasil olahan lele makin ketat	1	1	2	1	1	1	0	2	1	1	1	10	0,119
I	Bunga pinjaman per-Bank-an cukup tinggi	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0,024
J	Bahan baku olahan Lele Sangkuriang berkualitas sulit diperoleh dan harganya cukup tinggi	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	12	0,143
	Jumlah												84	1,000

Lampiran 24. Data Hasil Wawancara dengan Petugas Dinas

Kuisisioner untuk Petugas Dinas

Nama Petugas/ NIP : Ir.Ishak Effendi, MM/ 19661023 199603 1 002
 Instansi : Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung
 Jabatan : Kepala Seksi Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan
 Alamat Kantor : Jl. Raya Soreang, Pamekaran, Soreang, Bandung, Jawa Barat
 No.Telp & HP : 0811217121
 Petunjuk :

Mohon dijawab dengan sebenarnya dan ditulis pada lembar yang tersedia!

1. Apa saja kriteria penerima kelompok penerima Program PUMP-P2HP?

Kriteria penerima kelompok penerima Program PUMP-P2HP :

- a) Kelompok penerima yang bersangkutan harus melakukan usaha pengolahan dan pemasaran hasil perikanan
- b) Pengurus dan anggota bukan perangkat Desa/ Kelurahan, PNS, TNI/Polri, dan Penyuluh Perikanan Tenaga Kontrak (PPTK)
- c) Kelompok penerima harus terdaftar di Dinas Kabupaten/Kota
- d) Jumlah pengurus dan anggota kelompok paling sedikit 5 orang
- e) Mempunyai kepengurusan yang aktif dan dikelola oleh pengolah dan pemasar
- f) Kelompok penerima harus mau dibina oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten/ Kota
- g) Satu kelompok penerima hanya diperbolehkan untuk mengusulkan satu jenis menu usaha PUMP-P2HP
- h) Satu kelompok penerima hanya berhak memperoleh satu paket BLM PUMP-P2HP

2. Tuliskan, nama, dan lokasi kelompok penerima Program PUMP-P2HP Tahun 2013?

No	Nama Poklhasar	Jenis Usaha	Desa/ Kelurahan	Kecamatan
1	Sindang Mulya	Pindang	Kp. Sindang Mulya RT 003 RW 011 Desa Cukanggenteng	Pasir Jambu
2	Tunas Mekar	Abon ikan lele	Kp. Ciburial RT 003 RW 021 Desa Cileunyi Kulon	Cileunyi
3	Mawar	Baby Fish	Kp. Cilandak RT 02 RW 04 Desa Cipeujeuh	Pacet
4	Sejahtera	Abon ikan lele	Jln Raya Pacet Km. 8 Kp. Cikujang RT 02 RW 04 Desa Maruyung	Pacet
5	Ikhlas Sosial	Abon ikan lele	Kp. Citeureup RT 01 RW 09 Desa Neglasari	Banjaran

3. Apa tujuan Program PUMP-P2HP?

Tujuan program PUMP-P2HP adalah meningkatkan kemampuan dan mengembangkan wirausaha bidang pengolahan dan pemasaran dipedesaan sekaligus menumbuh kembangkan unit-unit usaha baru bidang pengolahan dan pemasaran serta memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat kelautan dan perikanan dipedesaan.

4. Apa saja fasilitasi yang diterima oleh kelompok penerima manfaat dari Program PUMP-P2HP?

Fasilitas yang diterima oleh kelompok penerima bantuan adalah berupa Bantuan Langsung Masyarakat (BLM) yang masing-masing kelompok menerima sebesar 50 juta rupiah melalui transfer langsung ke rekening kelompok. Uang tersebut dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana dalam kegiatan usaha pengolahan dan pemasaran hasil perikanan sesuai dengan RUB yang telah dibuat. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan diantaranya meliputi : mesin *spinner*, *food processor*, timbangan digital, wajan besar, talenan *Acrylic*, baskom besar, dan lain-lain.

5. Bagaimana pendampingan kepada kelompok penerima Program PUMP-P2HP?

Pendampingan kepada kelompok penerima bantuan Program PUMP-P2HP berupa :

- Kelompok penerima bantuan dibantu dalam penyusunan dan pembuatan Rencana Usaha Bersama (RUB)
- Pemberian motivasi peran serta anggota kelompok dalam pengembangan kegiatan usaha pengolahan dan pemasaran hasil perikanan
- Kelompok penerima bantuan dibantu dalam mengakses teknologi, informasi pasar, peluang usaha, permodalan dan sarana produksi
- Kelompok penerima bantuan dibantu dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi kelompok
- Kelompok penerima bantuan dibantu dalam hal penumbuhan dan pengembangan kelembagaan/ kelompok
- Kelompok penerima bantuan dibantu dalam penyusunan laporan

6. Hasil-hasil apa saja yang dicapai oleh kelompok penerima Program PUMP-P2HP secara teknis, sosial dan ekonomi?

Secara Teknis :

Dengan adanya Program PUMP-P2HP , proses produksi dapat lebih terjamin sanitasi dan higienisnya karena peralatan yang digunakan memenuhi kaidah standar sanitasi dan higienis serta kapasitas produksi yang meningkat, pada awalnya skala produksi kecil atau terbatas, menjadi lebih besar dan berkembang.

Secara Ekonomi :

Dengan adanya Program PUMP-P2HP, anggota kelompok penerima bantuan meningkat dari segi pendapatan hasil usaha karena kapasitas produksi yang meningkat pula, sehingga kesejahteraan anggota kelompok penerima bantuan juga meningkat dan lebih baik dari sebelumnya.

Secara Sosial :

Dengan adanya Program PUMP-P2HP, anggota kelompok penerima bantuan dapat menularkan dan menginspirasi masyarakat sekitar dalam usaha kegiatan pengolahan dan pemasaran hasil perikanan.

7. Apa saja faktor-faktor pendukung keberhasilan pelaksanaan Program PUMP-P2HP?

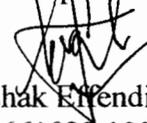
- Kejujuran dan kedisiplinan masing-masing anggota kelompok
- Ketersediaannya bahan baku
- Sarana dan pra sarana produksi (dapur produksi harus terpisah dengan dapur rumah)
- Kelengkapan administrasi dan izin seperti P-IRT, halal dan lain-lain

8. Apa saja faktor-faktor penghambat keberhasilan pelaksanaan Program PUMP-P2HP?

- Fluktuasi harga bahan baku
- Administrasi yang tidak teratur
- Kurangnya jaringan pemasaran
- Konsistensi anggota dalam berusaha/ berproduksi

Soreang, April 2016

Responden,



Ir. Ishak Effendi, MM

NIP. 19661023 199603 1 002

Lampiran 25. Pendapat Pakar dalam menentukan, faktor, aktor dan tujuan Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang (Bapak Joko Santoso)

Jawaban Pakar dalam menentukan Faktor, Aktor dan Tujuan

Nama Pakar : Joko Santoso
 Instansi : Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan IPB
 Jabatan : Wakil Dekan bidang Akademik dan Kemahasiswaan
 Alamat Kantor : Kampus IPB Dramaga Bogor, Jl Rasamala No 1 Bogor 16680
 No. Tlp & HP. : 0251-8622910/0813 1077 4600

Petunjuk pengisian kuisioner :

1. Responden dimohon untuk menjelaskan faktor-faktor, aktor, dan tujuan yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang.
2. Responden dimohon untuk menentukan tingkat kepentingan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang secara berpasangan (antara baris dan kolom) berdasarkan tingkat kepentingannya pada kotak yang tidak diwarnai, dengan score 1 sampai 9, seperti tabel di bawah ini.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang :

Faktor yg mempengaruhi	a	b	c	d	E
a Bahan baku Lele Sangkuriang	1	9	7	7	9
b Persepsi masyarakat tentang abon lele, preferensi masyarakat ttg abon lele		1	5	3	3
c Teknologi pengolahan dan pengemasan			1	7	3
d Persaingan usaha dengan abon daging yang sudah ada terlebih dahulu				1	3
e Keperpihakan pemerintah daerah dan pusat terhadap pengusaha abon ikan					1

Aktor-aktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang :

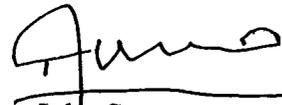
Aktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang	a	b	c	D	E
a Pembudidaya lele	1	7	7	5	3
b Pengolah abon		1	9	7	3
c Pemerintah daerah/dinas KKP			1	3	5
d Perbankan				1	3
e Masyarakat/konsumen					1

Tujuan-tujuan pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang :

Tujuan pengembangan usaha abon Lele Sangkuriang		a	b	c	d	E
a	Sumber mata pencaharian alternatif	1	9	3		
b	Diversifikasi usaha		1	7		
c	Menyukkseskan program pemerintah			1		

Bogor, 31 Maret 2016

Responden/Pakar,


Joko Santoso

Keterangan :

Skala Penilaian Analisis Hirarki Proses (AHP)

Intensitas kepentingan pada skala absolute	Definisi	Penjelasan
1	sama pentingnya	Kedua aktifitas menyumbangkan sama pada tujuan
3	agak lebih penting yang satu atas lainnya	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
5	cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
7	sangat penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan kuat atas satu aktifitas lebih dari yang lain
9	kepentingan yang ekstrim (sangat sangat penting)	Bukti menyukai satu aktifitas atas yang lain sangat kuat
2, 4, 6, 8	nilai tengah diantara dua nilai keputusan yang berdekatan	
Berbalikan	Jika aktifitas i mempunyai nilai yang lebih tinggi dari aktifitas j maka j mempunyai nilai berbalikan ketika dibanding dengan i	
Rasio	rasio yang didapat langsung dari pengukuran	

Lampiran 26. Pendapat Pakar dalam menentukan, faktor, aktor dan tujuan Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang (Bapak Eddy Aprianto)

Jawaban Pakar untuk menentukan Faktor, Aktor dan Tujuan

Nama Pakar : Eddy Afrianto
 Instansi : FPIK Unpad
 Jabatan : Kepala Departemen Pengolahan Hasil Perikanan
 Alamat Kantor : Jl Raya Bandung-Sumedang km-21 Jatinangor
 No. Tlp & HP. : 08164207587

Petunjuk pengisian kuisioner :

1. Responden dimohon untuk menjelaskan faktor-faktor, aktor, dan tujuan yang mempengaruhi pengembangan usaha abon lele sangkuriang.
2. Responden dimohon untuk menentukan tingkat kepentingan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha abon lele sangkuriang secara berpasangan berdasarkan tingkat kepentingannya pada kotak yang tidak diwarnai, dengan score 1 sampai 9, seperti tabel di bawah ini.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha abon lele sangkuriang :

Faktor yg mempengaruhi	a	b	c	d	e	f	
A Cita rasa	1	7	5	5	5	7	
B Kenampakan		1	5	5	5	5	
C Kemasan			1	5	7	6	
D Bobot Produk				1	5	6	
E Harga					1	5	
F Pesaing						1	

Aktor-aktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon lele sangkuriang :

Aktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha abon lele sangkuriang	a	b	c	d	e
a Poklhasar Abon	1	7	9	3	7
b Pembudidaya Lele		1	5	3	5
c Pemerintah daerah/dinas KKP			1	5	5
d Per-Bankan				1	3
e Masyarakat Konsumen					1

Tujuan-tujuan pengembangan usaha abon lele sangkuriang :

Tujuan pengembangan usaha abon lele sangkuriang		a	b	C		
a	Diversifikasi produk	1	7	7		
b	Sumber pendapatan		1	5		
c	Meningkatkan konsumsi makan ikan			1		

Bandung, 19 April 2016

Responden/Pakar,



Eddy Afrianto

Keterangan :

Skala Penilaian Analisis Hirarki Proses (AHP)

Intensitas kepentingan pada skala absolut	Definisi	Penjelasan
1	sama pentingnya	Kedua aktifitas menyumbangkan sama pada tujuan
3	agak lebih penting yang satu atas lainnya	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
5	cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
7	sangat penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan kuat atas satu aktifitas lebih dari yang lain
9	kepentingan yang ekstrim (sangat sangat penting)	Bukti menyukai satu aktifitas atas yang lain sangat kuat
2, 4, 6, 8	nilai tengah diantara dua nilai keputusan yang berdekatan	
Berbalikan	Jika aktifitas i mempunyai nilai yang lebih tinggi dari aktifitas j maka j mempunyai nilai berbalikan ketika dibanding dengan i	
Rasio	rasio yang didapat langsung dari pengukuran	

Lampiran 27. Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Menurut Pakar (Bapak Joko Santoso)

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang	F1	F2	F3	F4	F5
F1	1	9	7	7	9
F2		1	5	3	4
F3			1	7	3
F4				1	4
F5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Bahan Baku	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	3	7	7	3
A2		1	9	9	3
A3			1	5	3
A4				1	3
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Persepsi dan preferensi	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	3	7	7	3
A2		1	9	9	3
A3			1	3	3
A4				1	3
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Tek. Pengolahan & Pengemasan	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	9	9	9	3
A2		1	7	7	3
A3			1	3	3
A4				1	3
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Persaingan	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	7	9	9	3
A2		1	7	7	3
A3			1	3	3
A4				1	3
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Pemerintah Pusat	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	3	3	3	7
A2		1	5	3	3
A3			1	3	3
A4				1	3
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Poklhasar Abon Lele	T1	T2	T3
T1	1	9	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Pembudidaya Lele	T1	T2	T3
T1	1	9	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Pemerintah Daerah	T1	T2	T3
T1	1	7	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Lembaga Keuangan	T1	T2	T3
T1	1	5	3
T2		1	5
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Konsumen/Masyarakat	T1	T2	T3
T1	1	7	5
T2		1	5
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Mata Pencaharian Alternatif	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1	7	3	7	7	7	3	9
S2		1	3	5	5	5	3	7
S3			1	3	5	5	3	7
S4				1	3	3	3	3
S5					1	3	3	5
S6						1	3	5
S7							1	5
S8								1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Diversifikasi Usaha	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1	3	5	7	5	7	3	7
S2		1	3	5	5	7	3	7
S3			1	3	3	5	3	7
S4				1	3	3	3	5
S5					1	5	3	5
S6						1	3	5
S7							1	7
S8								1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

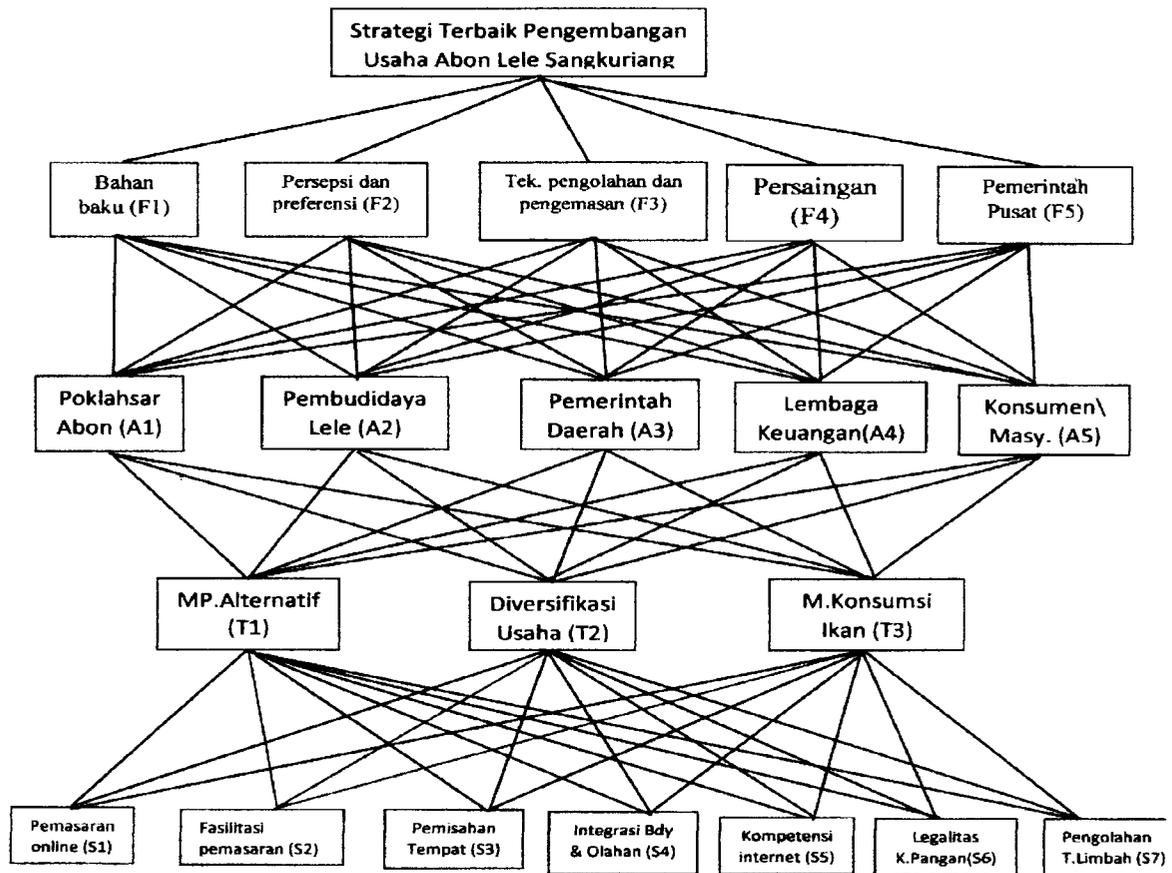
Meningkatkan Konsumsi Ikan	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1	7	5	7	7	7	3	3
S2		1	7	5	5	5	3	5
S3			1	5	3	3	5	5
S4				1	3	5	3	3
S5					1	5	3	5
S6						1	5	5
S7							1	7
S8								1

Keterangan :

Skala Penilaian Analisis Hirarki Proses (AHP)

Intensitas kepentingan pada skala absolute	Definisi	Penjelasan
1	sama pentingnya	Kedua aktifitas menyumbangkan sama pada tujuan
3	agak lebih penting yang satu atas lainnya	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
5	cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
7	sangat penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan kuat atas satu aktifitas lebih dari yang lain
9	kepentingan yang ekstrim (sangat sangat penting)	Bukti menyukai satu aktifitas atas yang lain sangat kuat
2, 4, 6, 8	nilai tengah diantara dua nilai keputusan yang berdekatan	
Berbalikan	Jika aktifitas i mempunyai nilai yang lebih tinggi dari aktifitas j maka j mempunyai nilai berbalikan ketika dibanding dengan i	
Rasio	rasio yang didapat langsung dari pengukuran	

Hirarki Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Lele Sangkuriang



Keterangan :

Poklhasar = kelompok pengolah dan pemasaran

MP = Mata Pencaharian, M.Konsumsi = meningkatkan konsumsi,

Integrasi Bdy = Integrasi Budidaya & pengolahan lele

Legalitas K.Pangan = Legalitas Keamanan Pangan

Pengolahan T,Limbah = Pengolahan lele tanpa limbah

Lampiran 28. Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang Menurut Pakar (Bapak Eddy Apriyanto)

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang	F1	F2	F3	F4	F5
F1	1	9	7	7	9
F2		1	5	3	4
F3			1	7	3
F4				1	4
F5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Bahan Baku	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	7	7	7	7
A2		1	7	7	5
A3			1	7	5
A4				1	5
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Persepsi dan preferensi	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	7	7	7	7
A2		1	7	7	5
A3			1	7	7
A4				1	5
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Tek. Pengolahan & Pengemasan	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	7	7	7	7
A2		1	7	7	5
A3			1	7	7
A4				1	5
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Persaingan	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	7	7	7	7
A2		1	5	7	5
A3			1	7	5
A4				1	5
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Pemerintah Pusat	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	5	5	5	5
A2		1	5	5	5
A3			1	5	5
A4				1	5
A5					1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Poklhasar Abon Lele	T1	T2	T3
T1	1	7	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Pembudidaya Lele	T1	T2	T3
T1	1	7	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Pemerintah Daerah	T1	T2	T3
T1	1	7	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Lembaga Keuangan	T1	T2	T3
T1	1	7	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Konsumen/Masyarakat	T1	T2	T3
T1	1	7	7
T2		1	7
T3			1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Mata Pencapaian Alternatif	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1	5	5	5	7	7	7	7
S2		1	5	5	5	5	5	5
S3			1	7	5	5	7	7
S4				1	4	5	7	7
S5					1	5	5	5
S6						1	5	7
S7							1	5
S8								1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

Diversifikasi Usaha	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1	7	5	5	5	7	7	7
S2		1	7	7	4	5	7	7
S3			1	7	5	5	7	7
S4				1	4	5	7	7
S5					1	5	7	7
S6						1	5	7
S7							1	7
S8								1

Nilai Penentuan Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Abon I.clc Sangkuriang

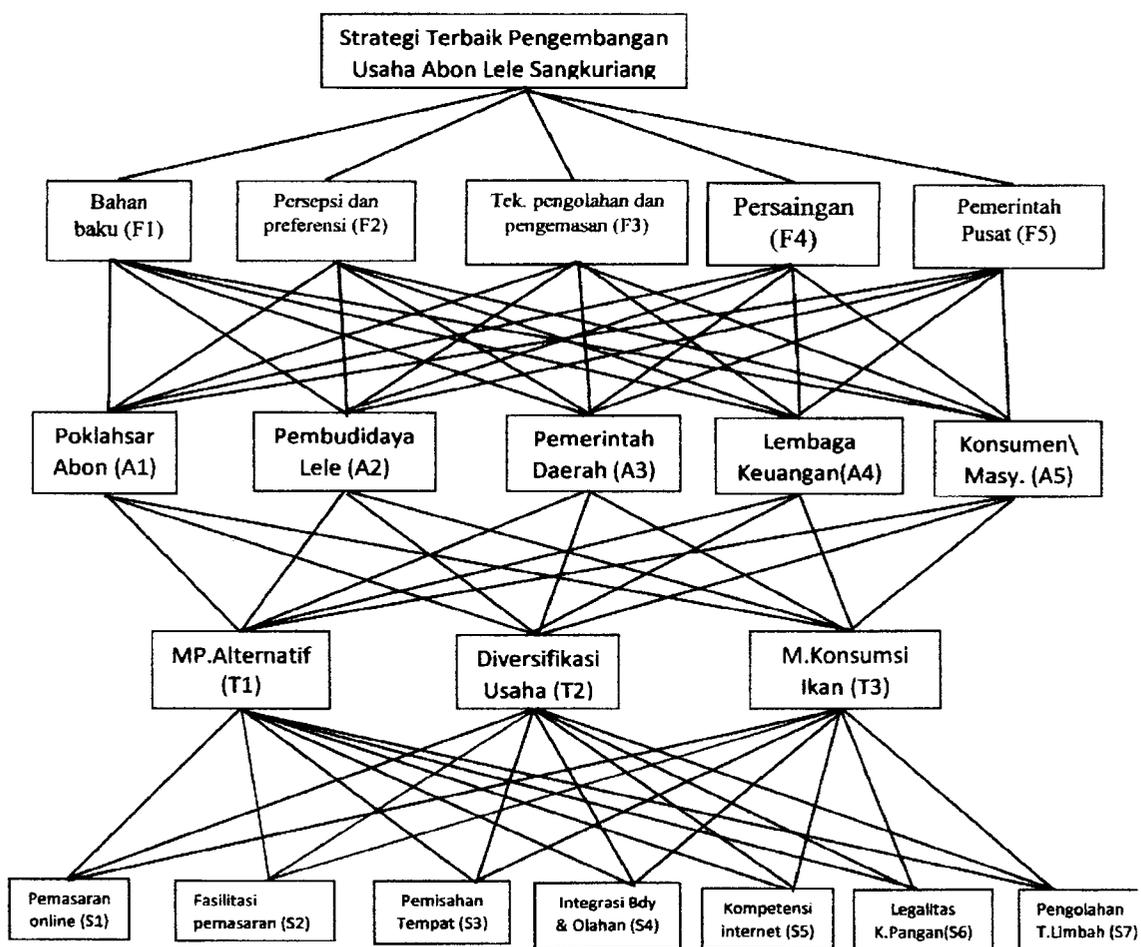
Meningkatkan Konsumsi Ikan	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
S1	1	7	7	7	7	7	7	7
S2		1	5	5	6	5	7	7
S3			1	5	5	5	7	7
S4				1	5	5	7	7
S5					1	4	7	7
S6						1	4	7
S7							1	7
S8								1

Keterangan :

Skala Penilaian Analisis Hirarki Proses (AHP)

Intensitas kepentingan pada skala absolut	Definisi	Penjelasan
1	sama pentingnya	Kedua aktifitas menyumbangkan sama pada tujuan
3	agak lebih penting yang satu atas lainnya	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
5	cukup penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan atas satu aktifitas lebih dari yang lain
7	sangat penting	Pengalaman dan keputusan menunjukkan kesukaan kuat atas satu aktifitas lebih dari yang lain
9	kepentingan yang ekstrim (sangat sangat penting)	Bukti menyukai satu aktifitas atas yang lain sangat kuat
2, 4, 6, 8	nilai tengah diantara dua nilai keputusan yang berdekatan	
Berbalikan	Jika aktifitas i mempunyai nilai yang lebih tinggi dari aktifitas j maka j mempunyai nilai berbalikan ketika dibanding dengan i	
Rasio	rasio yang didapat langsung dari pengukuran	

Hirarki Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Lele Sangkuriang



Keterangan :

Poklahsar = kelompok pengolah dan pemasaran

MP = Mata Pencaharian, M. Konsumsi = meningkatkan konsumsi,

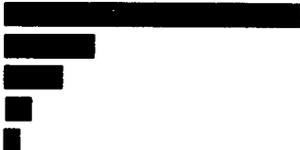
Integrasi Bdy = Integrasi Budidaya & pengolahan lele

Legalitas K. Pangan = Legalitas Keamanan Pangan

Pengolahan T. Limbah = Pengolahan lele tanpa limbah

Lampiran 29. Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Faktor yang Berpengaruh
Pada Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten
Bandung

Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Faktor yang Berpengaruh
Pada Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

Bahan Baku (F1)	.609	
Persapei dan preferensi (F2)	.184	
Tek Pengolahan dan Pengemasan (F3)	.118	
Pesaingan (F4)	.056	
Pemerintah Pusat (F5)	.032	

Lampiran 30. Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Aktor yang Berpengaruh
Pada Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten
Bandung

Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Aktor yang Berpengaruh
Pada Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

Pokjahsar Abon Lele	.440	
Pembudidaya Lele	.338	
Pemerintah Daerah	.106	
Lembaga Keuangan	.057	
Konsumen/Masyarakat	.059	

Lampiran 31. Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Tujuan yang Berpengaruh
Pada Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten
Bandung

Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Tujuan yang Berpengaruh
Pada Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

MP. Alternatif	.735	
Div. Usaha	.203	
M. Konsumsi Ikan	.061	

Lampiran 32. Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Strategi Pengembangan
Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung

Hasil Analisis Expert Choice 11,0 untuk Strategi Pengembangan
Usaha Abon Lele Sangkuriang di Kabupaten Bandung



Lampiran 33. Hirarki Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Sangkuriang

