

Original Research

Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya

Kristina Djoatmodjo^{1,2,*}, Ferdinand², Bambang Mantikei²

¹ Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kalimantan Tengah, Jl. Brigjend Katamso No.2 Palangka Raya, Indonesia 73112

² Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Palangka Raya, Kampus UNPAR Tunjung Nyaho, Jl. Yos Sudarso Palangka Raya, Indonesia 73111

* Korespondensi: Kristina Djoatmodjo (Email: titin.hero@gmail.com)

Diterima: 05 Maret 2020

Direvisi: 12 Mei 2020

Disetujui: 21 Mei 2020

Abstract

Kalimantan Tengah Province, especially Palangka Raya city, to date, does not have yet a medium to large-scale fishery product processing industry. Most of the existing one are the small-scale or home industries. In order to improve this business performance, so that it achieve its objectives, it is necessary to have a doable strategy. This research explores the process of formulating strategies in the MEFs Foods and Snacks Fisheries Product Processing Group in Palangka Raya. It also examines the development of fisheries product processing businesses, to identify internal and external factors and develop appropriate strategies in developing MEFs Foods and Snacks businesses. The research employs a qualitative descriptive approach, while data analysed used SWOT. As the results, it is known that business development strategies for MEFs Foods and Snacks lie in Quadrant 1, namely supports aggressive strategies. Appropriate strategy to be applied in this state is SO strategy or uses internal strength to take advantage of external opportunities. The Generic strategy recommended is the overall cost leadership strategy.

Keywords

SWOT analysis, processing, fisheries, strategy

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan wilayah perairan yang sangat luas. Indonesia memiliki 17.499 pulau dari sabang sampai merauke dengan luas lautan 3,25 juta km² dan 2,55 juta km² Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE). Sementara itu di Kalimantan Tengah memiliki pantai laut di di bagian selatan yang merangkai 7 (tujuh) kabupaten mulai dari Sukamara di barat hingga Kapuas di timur dengan panjang garis pantai ±750 km dan potensi laut Kalimantan Tengah sebesar 94.500 km².

Selain potensi perairan laut, Kalimantan Tengah juga memiliki potensi perairan sungai, danau maupun rawa. Palangka Raya merupakan juga memiliki potensi perairan sebagai penghasil ikan yang cukup besar. Palangka Raya memiliki luas wilayah perairan berupa sungai dan danau menurut penggunaannya seluas 42,86 Km² (BPS Kota Palangka Raya, 2009).

Sektor kelautan dan perikanan memegang peranan yang cukup penting dalam meningkatkan sektor riil perekonomian di Indonesia. Dalam Undang-Undang

Nomor 45 Tahun 2009 tentang Perikanan disebutkan bahwa *perikanan* adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungannya mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Sementara itu, *ikan* adalah segala jenis organisme yang seluruh atau sebagian dari siklus hidupnya berada di dalam lingkungan perairan.

Ikan merupakan salah satu sumber zat gizi penting bagi proses kelangsungan hidup manusia. Sebagai bahan pangan, ikan mengandung zat gizi utama berupa protein, lemak, vitamin dan mineral (Asmira et al., 2019; Howara, 2013; Nugroho dan Hardjomidjojo, 2017). Daging ikan memiliki kadar protein yang cukup tinggi dan sangat diperlukan pada manusia karena selain lebih mudah dicerna juga mengandung asam amino yang sama dengan pola asam amino yang terdapat di dalam tubuh manusia (Putra et al., 2016). Selain itu, ikan mudah didapat dan harganya terjangkau sehingga mudah dikonsumsi dan disukai oleh semua lapisan masyarakat.

Kalimantan Tengah memiliki potensi perairan tawar (darat) yang sangat luas yaitu $\pm 2,29$ juta ha. Perairan tawar yang luas ini tentu memberikan peluang potensi sumberdaya ikannya yang cukup besar bagi daerah (BPS Provinsi Kalimantan Tengah, 2019). Di Palangka Raya potensi perairan umum di wilayah mencapai 515,8 km persegi terdiri dari 100,09 km persegi luas sungai, 13,63 km persegi danau dan 400,03 km persegi rawa. Sampai 2018, di Kota Palangka Raya terdapat 2.383 rumah tangga perikanan (RTP) dan 2.383 armada usaha tangkap ikan serta 5.676 alat tangkap ikan berbagai jenis (Winarsih, 2019). Berdasarkan data potensi perairan yang dimiliki Provinsi Kalimantan Tengah dan Kota Palangka Raya khususnya menunjukkan adanya potensi perikanan yang cukup besar.

Peluang besar pada sektor perikanan di Kalimantan Tengah atau Palangka Raya khususnya harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Oleh karenanya perlu adanya pengelolaan dan pemanfaatan potensi wilayah perikanan secara baik. Kota Palangka Raya merupakan salah satu sentra produksi perikanan yang didominasi oleh produksi perikanan air tawar dengan luas wilayah perairan berupa sungai dan danau menurut penggunaannya seluas 42,86 km². Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kalimantan Tengah (BPS Provinsi Kalimantan Tengah, 2019) menyebutkan bahwa kuantitas produksi pengolahan hasil perikanan di Kota Palangka Raya pada tahun 2018 mencapai sebesar 423.347 kg atau 423,35 ton. Produksi budidaya perikanan yang mencapai 16.886,67 ton dengan ikan potensial adalah ikan Nila (*Oreochromis niloticus*), Patin (*Pangasius pangasius*), dan Lele (*Clarias batrachus*), dan produksi perikanan tangkap yang mencapai 1.520,73 ton dengan ikan potensial adalah Gabus (*Channa striata*), Baung (*Mystus nemurus*), dan Lais (*Kryptopterus bicirrhis*). Kuantitas produksi pengolahan hasil perikanan di Kota Palangka Raya ini hanya memenuhi 6,92% dari total kuantitas produksi se-Kalimantan Tengah sebesar 6.118,96 ton.

Hasil perikanan yang berlimpah ini tidak semuanya dapat dikonsumsi dalam keadaan segar karena ikan yang merupakan sumber protein tinggi ini memiliki kelemahan, yaitu cepat mengalami pembusukan apabila tidak segera diolah atau dikonsumsi (*perishable food*) (Rahayuningsih dan Astuti, 2017; Tulak, 2013; Howara, 2013; Wahida et al., 2013). Oleh karena itu, masyarakat terpicu untuk membuat berbagai bentuk hasil olahan ikan, sehingga hasil olahan ikan menjadi lebih tahan lama dan memiliki nilai ekonomis. Untuk itu, keberadaan industri perikanan sangat diperlukan, agar ikan menjadi suatu produk yang siap untuk dikonsumsi oleh masyarakat (Talib, 2018). Masyarakat dapat memanfaatkan beberapa bisnis atau usaha di berbagai bidang perikanan, mulai dari penangkapan ikan, pembudidayaan ikan, maupun usaha pengolahan dan pemasaran hasil perikanan.

Sahubawa (2018) menyatakan bahwa pengolahan hasil perikanan adalah upaya yang dilakukan terhadap sumberdaya ikan melalui proses pengolahan secara tradisional maupun modern, baik secara fisika, kimia,

mikrobiologis atau kombinasinya, untuk dijadikan produk akhir yang dapat berupa ikan segar, ikan beku dan bentuk olahan lainnya, untuk mengawetkan dan memperbaiki penampilan (*appearance*) sifat-sifat fisika, kimia dan nilai gizi serta nilai tambahnya (*value added*) untuk memenuhi konsumsi manusia. Pada Kegiatan pengolahan hasil perikanan di Kalimantan Tengah, pasokan bahan baku ikan yang digunakan tersebar di beberapa daerah, salah satunya adalah Kota Palangka Raya.

Di Palangka Raya industri pengolahan hasil perikanan masih berbentuk industri pengolahan tradisional berskala kecil atau industri rumah tangga (*home industry*). Pengembangan usaha kecil atau menengah saat ini cukup menjadi perhatian karena usaha mikro-kecil merupakan harapan agar menjadi motor penggerak perekonomian yang diakibatkan adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia (Howara, 2013; Hatta et al., 2018). Selain itu, Glendoh (2001) menyatakan bahwa usaha kecil berperan pokok sebagai penyerap tenaga kerja dan sebagai penghasil barang dan jasa pada tingkat harga yang terjangkau bagi kebutuhan rakyat banyak yang berpenghasilan rendah, bahkan usaha kecil juga berperan sebagai penghasil devisa negara yang potensial karena keberhasilannya dalam memproduksi komoditi ekspor non migas.

MEFs Foods and Snacks merupakan salah satu kelompok pengolah dan pemasar produk-produk olahan berbahan dasar ikan yang berada di Kota Palangka Raya. MEFs Foods and Snacks merupakan kelompok usaha yang bergerak di bidang pengolahan hasil perikanan yang berlokasi di Jalan Merak No. 4 Palangka Raya, bergerak dalam usaha untuk mengolah dan menjual aneka produk kuliner khas Kalimantan Tengah berbahan dasar ikan seperti abon, wadi, amplang, kerupuk/keripik, dan produk-produk lainnya. Selain itu, kelompok ini juga menjual produk-produk kuliner baik dalam bentuk beku (*frozen food*) maupun siap saji, seperti bakso ikan dan biskuit ikan.

MEFs Foods and Snacks tidak hanya menjual produk-produk kuliner, tetapi juga melayani Jasa Pisah Tulang (JPT) menggunakan mesin pemisah tulang (*fishbone separator*). MEFs Foods and Snacks mempunyai program gerakan TATULITI atau *Tabungan Tulang dan Kulit Ikan*. Kelompok MEFs Foods and Snacks mengajak masyarakat untuk bersama-sama mewujudkan diversifikasi produk olahan hasil perikanan berbasis *Zero Waste Concept* (tanpa limbah) melalui gerakan TATULITI ini. Program ini dapat membantu konsumen untuk meminimalkan sisa hasil produksi.

Strategi yang tepat sangat diperlukan dalam rangka mengembangkan usaha pengolahan hasil ikan agar dapat terus bertahan. Strategi diperlukan untuk menggambarkan rencana masa depan suatu perusahaan yang harus diterapkan dengan menciptakan berbagai peluang baru agar perusahaan dapat berkembang ke arah yang diharapkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Kurniawan, 2018; Solihin, 2012). Manajemen strategis serupa dengan istilah perencanaan strategis yang berfokus

pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produk/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional (David, 2012). Porter (2007) berpendapat bahwa terdapat 5 (lima) kekuatan persaingan, yaitu: masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, serta persaingan di antara para pesaing yang ada. *Strategi Generik* merupakan salah satu pendekatan strategis yang diperlukan dalam menangani kelima kekuatan persaingan tersebut. *Strategi Generik*, yaitu: keunggulan biaya menyeluruh (*overall cost leadership*), diferensiasi (*differentiation*), dan fokus (*focus*).

Pada usaha kecil skala rumah tangga seperti MEFs Foods and Snacks, strategi yang dijalankan merupakan strategi informal dan tidak tertuang secara tertulis. Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan, MEFs Foods and Snacks dalam menjalankan usahanya sampai saat ini masih belum merumuskan strategi yang terukur sehingga dirasa perlu melakukan penelitian untuk merumuskan suatu strategi yang tepat agar kelompok ini dapat mengembangkan usahanya dengan lebih baik lagi, terutama untuk mengatasi berbagai ancaman dan merebut peluang yang ada. Hal ini sejalan dengan pendapat Rangkuti (2018) yang menyatakan bahwa suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.

Beberapa penelitian terdahulu telah mendeskripsikan bahwa strategi yang tepat dalam rangka pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan dengan menggunakan Analisis SWOT adalah strategi *Strengths Opportunity* (Lantang et al., 2018; Putra et al., 2018; Aliyah et al., 2015; Tulak, 2013; Howara, 2013; Laisa et al., 2013; Wahida et al., 2013). Dengan belum adanya perencanaan strategis yang dilakukan oleh MEFs Foods and Snacks maka ini menjadi salah satu kelemahan yang dapat menghambat keberlangsungan usaha. Analisis SWOT juga sangat diperlukan untuk mendapatkan strategi yang benar sehingga dapat meningkatkan produktivitas usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada kelompok pengolahan hasil perikanan MEFs Foods and Snacks Palangka Raya agar dapat merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai tujuannya dalam pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan MEFs Foods and Snacks. Penelitian ini dilakukan di Kota Palangka Raya yang merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Tengah dan merupakan salah satu sentra produksi perikanan yang didominasi oleh produksi perikanan air tawar.

2. METODOLOGI

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Yusuf (2014), penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena: fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik; mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Pendekatan kualitatif dipilih permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu tentang perumusan strategi dalam pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya yang membutuhkan sejumlah data lapangan yang sifatnya *aktual* dan *kontekstual*. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif maka memungkinkan peneliti untuk dapat menyesuaikan diri dengan situasi yang berubah-ubah dalam penelitian ini.

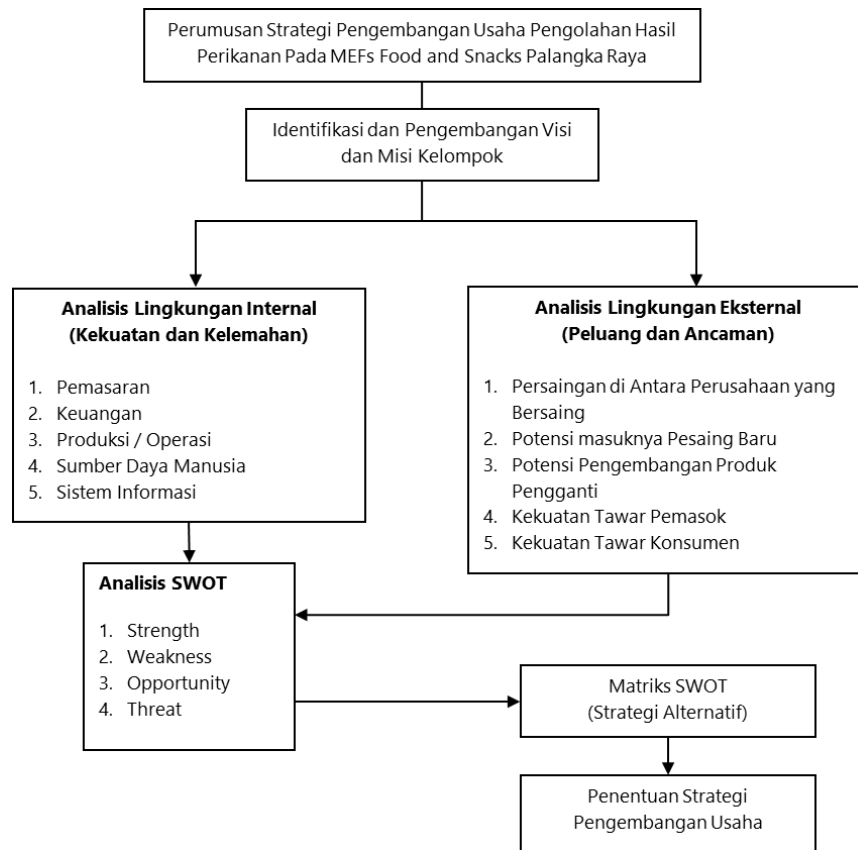
Hasil penelitian atau fenomena-fenomena yang diteliti kemudian dijabarkan dalam bentuk narasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dapat menentukan strategi dalam pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya.

Alur pemikiran terhadap strategi pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya disajikan pada Gambar 1.

2.2. Prosedur Pengumpulan Data

Data diperoleh dari informan sebagai narasumber. Informan dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Informan yaitu orang-orang yang dianggap ahli atau memiliki kewenangan yang tinggi dan dipilih menggunakan teknik penarikan *purposive sampling* (Sugiyono, 2003). Pada teknik *snowball sampling* atau dijelaskan bahwa peneliti memilih narasumber/informan secara berantai. Teknik *snowball sampling* dilakukan dengan meminta rekomendasi dari informan kunci (*key informan*) untuk menentukan siapa yang dapat dijadikan sebagai informan kedua, ketiga dan seterusnya. Hal ini dilakukan karena informan kunci ini lebih mengetahui siapa saja orang-orang yang layak dan berkompeten dijadikan sebagai informan utama maupun informan tambahan sampai peneliti memperoleh data yang cukup sesuai kebutuhan (Zellatifanny dan Mudjiyanto, 2018).

Prosedur atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumen. Prosedur ini dianggap tepat dilakukan pada penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data-data yang mendukung hasil



Gambar 1. Alur pemikiran penelitian

atau temuan penelitian dengan menggunakan wawancara secara mendalam yang kemudian dibandingkan dengan hasil observasi dan studi dokumen (Ropiah et al, 2018).

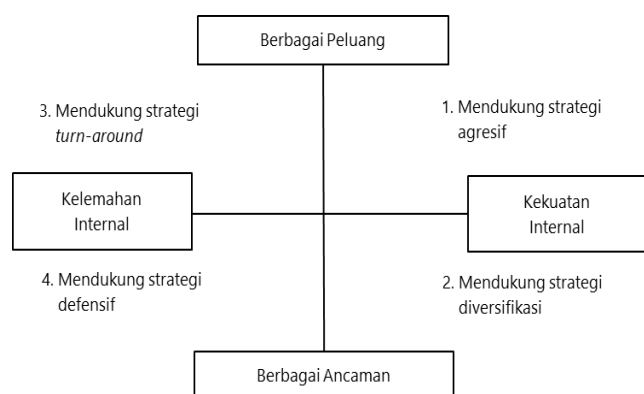
2.3. Analisis Data

Data penelitian dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT, yaitu analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*). Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan analisis faktor-faktor internal maupun eksternal guna merumuskan strategi pengembangan usaha dengan menggunakan metode Analisis SWOT ini, seperti di Amerika (Glass et al., 2015), Thailand (Phadermrod et al., 2019), dan Indonesia (Suyoto et al., 2019; Afrianto et al., 2018; Hatta et al., 2018; Lantang et al., 2018; Putra et al., 2018; Setyowati et al., 2016; Aliyah et al., 2015; Tulak, 2013; Howara, 2013; Laisa et al., 2013; Wahida et al., 2013)

Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT merupakan alat bantu analisis untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dengan melihat hubungan atau interaksi antara faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan terhadap faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman sehingga dapat merumuskan suatu strategi bagi perusahaan atau organisasi.

Hasil analisis lingkungan internal dan eksternal akan diterjemahkan ke dalam faktor keunggulan dan

kekurangan internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor keunggulan dan kekurangan eksternal (peluang dan ancaman) yang terdapat dalam analisa SWOT. Kondisi sistem ini dikelompokkan oleh Rangkuti (2018) ke dalam empat kuadran (Gambar 2).



Sumber: Rangkuti, 2018

Gambar 2. Analisis SWOT

Dari Gambar 2 dapat dijabarkan perumusan strategi sebagai berikut:

Kuadran 1 : merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena didukung oleh adanya kekuatan dan peluang sehingga

Tabel 1. Matriks SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
		Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
	OPPORTUNIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
	Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
	Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dilakukan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : merupakan situasi dimana adanya ancaman diimbangi oleh adanya kekuatan internal sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi diversifikasi (produk/pasar) dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

Kuadran 3 : merupakan situasi ketika peluang pasar sangat besar namun perusahaan memiliki kendala/kelemahan internal yang juga besar sehingga strategi pada kondisi ini difokuskan untuk meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan karena perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Setelah analisis SWOT dibuat, kemudian dilakukan pembuatan matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi bagi perusahaan dengan menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis sebagai berikut:

Strategi SO : Strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Strategi ST : Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

Strategi WO : Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

Strategi WT : Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimal-

kan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Matriks SWOT disajikan dalam bentuk Tabel 1 (Rangkuti, 2018).

3. HASIL

Hasil identifikasi dan pembobotan terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya disajikan dalam bentuk Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*).

Berdasarkan Matriks IFAS (Tabel 2) dan Matriks EFAS (Tabel 3) diketahui bahwa MEFs Foods and Snacks memiliki nilai total IFAS sebesar 2,86 sedangkan nilai total EFAS adalah sebesar 2,71. Nilai ini dapat digunakan untuk mengetahui kriteria tingkat pertumbuhan dari kelompok MEFs Foods and Snacks ini dengan menggunakan Matriks Internal Eksternal (Rangkuti, 2018) yang merupakan pengembangan dari model General Electric (GE). Matriks Internal Eksternal (IE) merupakan parameter yang meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Matriks IE digunakan dengan tujuan agar memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih jelas (Setiyorini et al., 2018).

Bila dilihat dari matriks IE pada MEFs Foods and Snacks maka dapat diketahui bahwa nilai total IFAS sebesar 2,86 berada pada kriteria "rata-rata" dan nilai total EFAS sebesar 2,71 berada pada kriteria "sedang". Nilai-nilai ini dapat memperlihatkan kriteria pertumbuhan dari MEFs Foods and Snacks yang dapat mengidentifikasikan bahwa MEFs Foods and Snacks berada pada sel ke lima, yaitu *Growth* (bertumbuh) dan *Stability* (stabilitas). Hal ini disajikan pada Gambar 3.

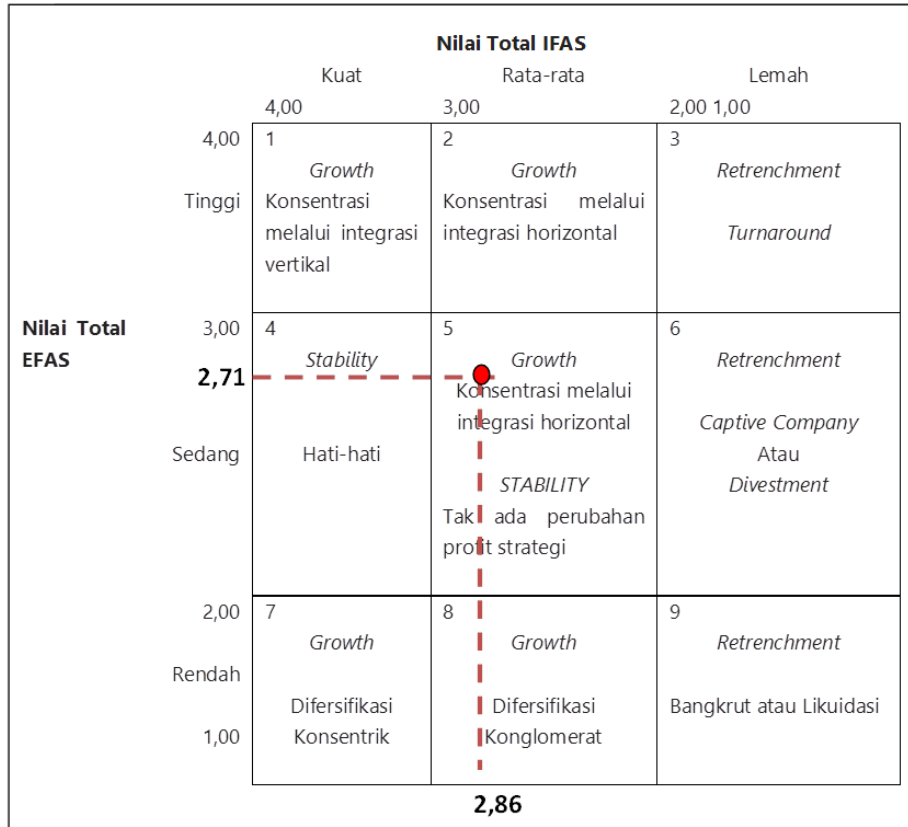
MEFs Foods and Snacks Palangka Raya memiliki nilai skor faktor-faktor eksternal dan internal yang telah disusun

Tabel 2. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) Pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan (Strengths)				
1. Kualitas produk unggulan dengan cita rasa yang khas	0,11	4	0,44	Abon Ikan
2. Lokasi usaha strategis	0,08	3	0,25	Mudah dijangkau
3. Layanan Jasa Pisah Tulang (JPT)	0,11	4	0,44	TATULITI
4. Memiliki ruang produksi terpisah	0,11	3	0,33	Sesuai kegunaannya
5. Kemasan	0,11	4	0,44	Menarik
6. Sumber daya manusia	0,11	4	0,44	Memiliki pengetahuan dan keterampilan
Sub-Total (I)	0,64	22	2,36	
Kelemahan (Weakness)				
1. Modal usaha	0,08	1	0,08	Terbatas
2. Persediaan produk olahan	0,08	2	0,17	Terbatas
3. Tenaga kerja	0,06	2	0,11	Kurang mencukupi
4. Pemasaran produk	0,08	1	0,08	Terbatas
5. Proses pengolahan belum bersertifikat	0,06	1	0,06	SKP
Sub-Total (II)	0,36	7	0,50	
Total (I+II)	1,00	29	2,86	

Tabel 3. Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*) Pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya

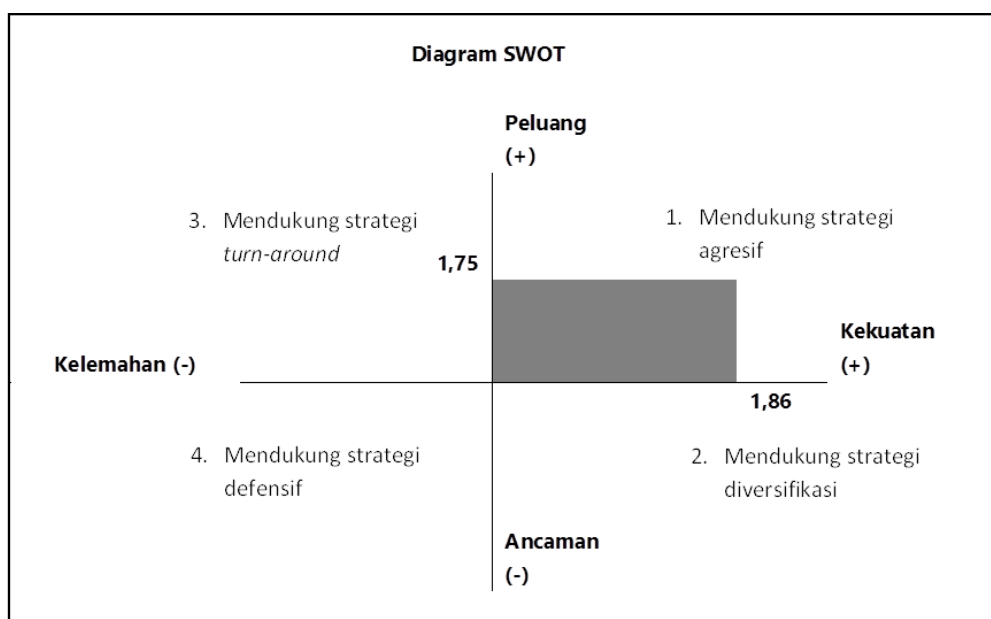
Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Peluang (Opportunities)				
1. Diversifikasi produk	0,13	4	0,52	Variasi produk
2. Jaringan pemasaran	0,10	4	0,39	Online/offline
3. Adanya perkembangan teknologi produksi	0,10	3	0,29	Inovasi
4. Potensi perikanan besar	0,13	4	0,52	Mendukung ketersediaan bahan baku
5. Adanya dukungan pemerintah	0,13	4	0,52	Pelatihan dan promosi
Sub-Total (I)	0,58	19	2,23	
Ancaman (Threats)				
1. Adanya pesaing produk sejenis	0,06	1	0,06	Dari dalam dan luar daerah
2. Harga bahan baku berfluktuasi	0,10	1	0,10	Tergantung ketersediaan ikan
3. Perkembangan IPTEK	0,06	2	0,13	Semakin cepat
4. Minat masyarakat terhadap produk olahan perikanan	0,10	1	0,10	Rendah
5. Daya beli masyarakat	0,10	1	0,10	Rendah
Sub-Total (II)	0,42	6	0,48	
Total (I+II)	1,00	25	2,71	



Gambar 3. Matriks Internal Eksternal pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya

Tabel 4. Perhitungan untuk Sumbu X dan Sumbu Y pada Diagram SWOT Pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya

Sumbu	Perhitungan	Hasil
X	Kekuatan - Kelemahan = 2,36 - 0,50	1,86
Y	Peluang - Ancaman = 2,23 - 0,48	1,75



Gambar 4. Diagram SWOT pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya

ke dalam matriks EFAS dan IFAS tersebut, maka dapat dibuat diagram SWOT untuk menentukan letak kuadran dari strategi yang akan dipilih. Dengan melakukan perhitungan IFAS sebagai nilai pada sumbu X dan perhitungan EFAS sebagai nilai pada sumbu Y, nilai-nilai tersebut dapat dibuat diagram sebagaimana tersaji pada Tabel 4.

Dari hasil perhitungan pada Tabel 4. diketahui bahwa sumbu X berada pada nilai 1,86 dan nilai untuk sumbu Y

adalah 1,75. Oleh karena itu, dapat dibuat suatu Diagram SWOT untuk menentukan letak kuadrannya seperti ditunjukkan pada Gambar 4.

Gambar 4 menunjukkan bahwa letak kuadran untuk penentuan strategi pengembangan usaha pada MEFs Foods and Snacks terletak pada Kuadran 1, yaitu mendukung strategi agresif.

Dari data-data yang telah dikumpulkan maka dapat

Tabel 5. Matriks SWOT Pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya

EFAS	IFAS	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Lokasi usaha 3. JPT 4. Rumah produksi 5. Kemasan 6. SDM 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modal usaha 2. Persediaan produk olahan 3. Tenaga kerja 4. Pemasaran produk 5. Proses pengolahan
	<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi produk 2. Jaringan pemasaran 3. Teknologi produksi 4. Potensi perikanan 5. Dukungan pemerintah 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan layanan Jasa Pisah Tulang untuk melakukan diversifikasi produk. 2. Memanfaatkan kualitas produk dengan cita rasa khas yang unik dan kemasan yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. 3. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk memperluas jaringan pemasaran dengan menggunakan perkembangan teknologi, baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>. 4. Memanfaatkan sumber daya manusia yang berpengetahuan dan terampil untuk menggunakan teknologi terbaru (modern) serta membangun jejaring/kemitraan dengan pemerintah maupun pihak swasta, dan <i>supplier</i>. 5. Bekerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan kemampuan rumah produksi dan ikut serta dalam pameran promosi, serta pelatihan untuk peningkatan kualitas SDM. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempererat hubungan dengan pemasok dan memanfaatkan peralatan modern (teknologi) untuk meningkatkan jumlah produksi produk olahan. 2. Memaksimalkan penggunaan peralatan modern yang telah ada untuk mengatasi kurangnya tenaga kerja dan menjalin kerjasama dengan tenaga kerja lepas. 3. Memanfaatkan jaringan pemasaran baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> dalam memperkenalkan dan memasarkan produk olahan. 4. Memaksimalkan kemampuan unit pengolahan ikan agar sesuai persyaratan SKP dengan memanfaatkan dukungan dari pemerintah.
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan 2. Harga bahan baku 3. IPTEK 4. Minat masyarakat 5. Daya beli masyarakat 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas SDM dan kualitas produk guna menghadapi persaingan dari kelompok lain. 2. Membangun hubungan baik dengan pemasok bahan baku (<i>supplier</i>) untuk menghadapi berfluktuasinya harga bahan baku. 3. Melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat terhadap produk olahan perikanan. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan kemampuan <i>freezer</i> pada unit pengolahan ikan untuk menyimpan bahan baku ikan agar dapat tetap tersedia saat diperlukan. 2. Memperkenalkan dan memasarkan produk-produk olahan melalui pemasaran <i>online</i> maupun <i>offline</i>. 	

disusun matriks SWOT yang memuat empat set kemungkinan alternatif strategi yang akan dipilih sebagai strategi dalam pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya yang dapat diterapkan sesuai dengan kuadran pada Diagram SWOT. Matriks SWOT tersebut disajikan pada Tabel 5.

4. PEMBAHASAN

4.1. Analisis Faktor-Faktor Internal

MEFs Foods and Snacks Faktor-faktor dalam mengembangkan usahanya di bidang pengolahan hasil perikanan memiliki faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang disajikan pada Tabel 2. MEFs Foods and Snacks Palangka Raya harus memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan meminimalkan kelemahan yang ada untuk mengembangkan usaha pengolahan hasil perikanan.

MEFs Foods and Snacks memiliki beberapa kekuatan diantaranya yaitu kualitas produk unggulan dengan citarasa yang khas (Abon Ikan Kandas Sarai), Lokasi usaha yang strategis karena berada di dalam kota dan mudah dijangkau. Selain itu, kelompok MEFs Foods and Snacks memiliki layanan Jasa Pisah Tulang (JPT) dengan program TATULITI. MEFs Foods and Snacks memiliki rumah produksi yang terpisah dari rumah pribadi dan ruang produksi yang terpisah-pisah sesuai dengan fungsinya. Kekuatan lainnya yaitu kemasan produk menarik dan memiliki sumber daya manusia pengolah yang memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang pengolahan hasil perikanan.

Kekuatan internal ini harus dapat lebih ditingkatkan dan dimaksimalkan dengan meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada berupa terbatasnya modal usaha yang dimiliki, terbatasnya persediaan produk olahan karena dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dan modal, tenaga kerja yang kurang mencukupi dalam membantu proses produksi, keterbatasan dalam pemasaran produk serta proses pengolahan yang masih belum bersertifikat.

Faktor-faktor kekuatan dan kelemahan ini merupakan beberapa faktor internal yang dimiliki oleh kelompok MEFs Foods and Snacks yang harus dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin sehingga kelompok ini mampu mengembangkan usaha pengolahan hasil perikanan dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada dan mengatasi setiap ancaman yang datang dari luar.

4.2. Analisis Faktor-Faktor Eksternal

Assauri (2018) menyatakan bahwa perspektif eksternal terfokus pada struktur industri, dan cara perusahaan memposisikan dirinya di dalam keunggulan bersaing. Seorang perencana harus mampu menganalisis industri dan memposisikan perusahaan atau organisasi untuk mengambil keuntungan pada lingkungan eksternal. kelompok MEFs Foods and Snacks harus memperhatikan faktor-faktor dalam lingkungan eksternal pada Tabel 3.

yang menunjukkan peluang maupun ancaman yang dihadapi dalam mengembangkan usahanya di bidang pengolahan hasil perikanan.

Kelompok MEFs Foods and Snacks memiliki beberapa peluang diantaranya adalah melakukan diversifikasi produk agar produk dapat lebih bervariasi, memperluas jaringan pemasaran sehingga pemasaran produk tidak hanya dilakukan secara *offline* tetapi juga dapat dilakukan secara *online*, adanya perkembangan teknologi yang semakin maju dalam hal teknologi produksi dapat dipergunakan agar dapat melakukan inovasi-inovasi dalam melakukan proses produksinya, potensi perikanan yang besar dalam mendukung ketersediaan bahan baku, dan adanya dukungan pemerintah sebagai pendamping dan pembina agar kelompok ini dapat mengembangkan usahanya kearah yang lebih baik lagi melalui kerjasama promosi produk maupun pelatihan-pelatihan guna mengembangkan kemampuan dan keterampilan sumberdaya manusia pengolah yang dimiliki oleh kelompok ini.

Peluang-peluang yang ada harus dimanfaatkan oleh kelompok MEFs Foods and Snacks dengan sebaik-baiknya agar dapat mengatasi ancaman-ancaman yang datang dari luar. Adanya pesaing produk sejenis yang datang dari dalam daerah maupun luar daerah, harga bahan baku ikan yang berfluktuasi tergantung dari ketersediaan ikan yang ada di pasaran, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin cepat, rendahnya minat masyarakat terhadap produk olahan perikanan, serta daya beli masyarakat yang masih rendah merupakan ancaman-ancaman yang datang dari luar.

4.3. Strategi Pengembangan Usaha

Kelompok MEFs Foods and Snacks Palangka Raya dapat mengembangkan potensi usaha pengolahan hasil perikanan besar dengan cara menekankan peningkatan mutu atau kualitas produk dan diversifikasi produk-produk olahan hasil perikanan sesuai dengan tuntutan pasar, dan menghindari ancaman-ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha.

Strategi yang dihasilkan berdasarkan Analisis SWOT disajikan melalui Matriks SWOT pada Tabel 5. menunjukkan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya. Dari empat set alternatif pada Gambar 4, strategi yang dapat diterapkan sesuai dengan kuadran pada Diagram SWOT terletak pada Kuadran 1, yaitu mendukung strategi agresif. Kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dimana perusahaan memiliki peluang (*Opportunities*) dan kekuatan (*Strenghts*) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Strategi ini sejalan dengan kriteria yang terdapat pada Matriks Internal Eksternal (IE) pada Gambar 4. Dapat diartikan kelompok MEFs Foods and Snacks memiliki

peluang dalam kategori sedang yang dapat dimanfaatkan dalam menjalankan usahanya dengan memaksimalkan kekuatan rata-rata yang dimilikinya. Dari nilai total EFAS dan IFAS tersebut didapatkan titik pertemuan antara nilai total EFAS dengan nilai total IFAS pada sel (5) yaitu *growth* (pertumbuhan) dan *Stability* (stabilitas). *Growth Strategy* merupakan pertumbuhan dari perusahaan atau organisasi itu sendiri, sedangkan *Stability Strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*) didesain agar suatu perusahaan atau organisasi mampu mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset, profit, maupun kombinasi dari ketiga hal tersebut (Rangkuti, 2018).

Rangkuti (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Dilihat dari Diagram SWOT pada gambar 5., letak kuadran untuk penentuan strategi pengembangan usaha pada MEFs Foods and Snacks terletak pada Kuadran 1, yaitu mendukung strategi agresif. Jika dibandingkan dengan Matriks IE, maka strategi terpenting apabila kondisi suatu perusahaan atau organisasi tersebut berada dalam pertumbuhan yang agresif atau cepat dan terdapat kecenderungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam rangka meningkatkan pangsa pasar adalah dengan cara meminimalkan biaya (*minimize cost*) sehingga dapat meningkatkan profit atau keuntungan. Dilihat dari matriks IE pada MEFs Foods and Snacks ini, *Growth Strategy* dengan "Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal" dapat dilakukan oleh kelompok ini karena kelompok ini memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan serta adanya berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman.

Strategi SO (*Strengths Opportunities*) dapat diterapkan pada kelompok MEFs Foods and Snacks Palangka Raya berdasarkan hasil analisis SWOT. Strategi SO merupakan strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan atau industri karena memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan usahanya ke masa yang akan datang sehingga strategi ini dapat dikategorikan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan internal suatu industri untuk memanfaatkan peluang-peluang eksternal yang ada.

Strategi SO yang dapat diterapkan:

1. Memanfaatkan Layanan Jasa Pisah Tulang untuk melakukan diversifikasi produk.
2. Memanfaatkan kualitas produk dengan cita rasa khas yang unik dan kemasan yang menarik untuk menarik perhatian konsumen.
3. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk memperluas jaringan pemasaran dengan

menggunakan perkembangan teknologi, baik secara *online* maupun *offline*.

4. Memanfaatkan sumber daya manusia yang berpengetahuan dan terampil untuk menggunakan teknologi terbaru (modern) serta membangun jejaring/kemitraan dengan pemerintah maupun pihak swasta, dan *supplier*.
5. Bekerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan kemampuan rumah produksi dan ikut serta dalam pameran promosi, serta pelatihan untuk peningkatan sumber daya manusia.

5. KESIMPULAN

Strategi SO (*Strengths Opportunities*) merupakan strategi yang tepat digunakan pada kelompok MEFs Foods and Snacks Palangka Raya berdasarkan hasil analisis SWOT. Strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal yang dimiliki oleh MEFs Foods and Snacks Palangka Raya untuk memanfaatkan peluang-peluang eksternal yang ada. Strategi SO yang dapat diterapkan yaitu memanfaatkan Layanan Jasa Pisah Tulang untuk melakukan diversifikasi produk; memanfaatkan kualitas produk dengan cita rasa khas yang unik dan kemasan yang menarik untuk menarik perhatian konsumen; memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk memperluas jaringan pemasaran dengan menggunakan perkembangan teknologi, baik secara *online* maupun *offline*; memanfaatkan sumber daya manusia yang berpengetahuan dan terampil untuk menggunakan teknologi terbaru (modern) serta membangun jejaring/kemitraan dengan pemerintah maupun pihak swasta, dan *supplier*; serta bekerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan kemampuan rumah produksi dan ikut serta dalam pameran promosi dan juga pelatihan untuk peningkatan sumber daya manusia.

Strategi yang direkomendasikan untuk kelompok pengolah hasil perikanan MEFs Foods and Snacks Palangka Raya berdasarkan Strategi Generik Michael Porter adalah Strategi Keunggulan Biaya Menyeluruh (*Overall Cost Leadership*). Strategi ini dilakukan dengan mengendalikan biaya agar kelompok MEFs Foods and Snacks dapat mencapai kemampuan biaya produksi dan biaya distribusi yang paling rendah sehingga dapat memberikan harga produk yang lebih rendah daripada pesaing dengan produk sejenis dan memenangkan persaingan dalam pangsa pasar yang besar.

Ikan-ikan yang digunakan oleh kelompok ini sebagai bahan baku adalah ikan-ikan yang digemari oleh masyarakat dan belum mengakomodir pengolahan hasil perikanan menggunakan ikan-ikan yang kurang disukai. Untuk itu, peneliti selanjutnya dapat meneliti pengolahan hasil perikanan dengan bahan baku ikan-ikan lain termasuk ikan-ikan yang kurang disukai.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, A., Malik, D. and Hasiholan, L.B., 2018. Strategy Business Development Of Companies Through SWOT Analysis (Study at PT. Sido Muncul, Tbk Semarang District). *Journal of Management*, 4(4), 1-14.
- Aliyah, R., Gumilar, I. and Maulina, I., 2015. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 6(2 (1), 78-84.
- Anonim, 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2009 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 Tentang Perikanan.
- Assauri, S., 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Asmira, S., Nova, M. and Hanum, D., 2019. Pengaruh substitusi alpukat (*Persea americana mill*) dan tepung ikan lele (*Clarias gariepinus burchell*) terhadap mutu organoleptik dan kadar protein pada biskuit mpasi. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 8(1), 8-13.
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, 2009. *Kota Palangka Raya dalam Angka 2009*. Palangka Raya.
- David, F.R., 2012. *Manajemen strategis konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kalimantan Tengah, 2019. *Laporan Tahunan 2018 Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kalimantan Tengah*. Palangka Raya.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kalimantan Tengah, 2019. *Kelautan dan Perikanan Kalimantan Tengah Dalam Angka 2018*. Palangka Raya.
- Glass, J.R., Kruse, G.H. and Miller, S.A., 2015. Socioeconomic considerations of the commercial weathervane scallop fishery off Alaska using SWOT analysis. *Ocean & Coastal Management*, 105, 154-165.
- Glendoh, S.H., 2004. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 1-13.
- Hatta, I.H., Riskarini, D. and Ichwani, T., 2018. SME business development strategy: SWOT and EFE-EFI analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 537-543.
- Howara, D., 2013. Strategi pengembangan pengolahan hasil perikanan di kabupaten Donggala. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 20(1), 75-81.
- Kurniawan, A., 2018. *Strategi pengembangan bisnis pada UD*. Sumber Urip. *Agora*, 6(2), 1-6.
- Lantang, T., Soegoto, A.S. and Mandagie, Y., 2018. Analisis Penentuan Strategi Bersaing Pada Usaha Pengolahan Ikan PT. Deho Canning Company Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 3098-3107.
- Nugroho, B.D. and Hardjomidjojo, H., 2017. Strategi pengembangan usaha budidaya ikan konsumsi air tawar dan ikan hias air tawar pada kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 127-136.
- Pemerintah Kota Palangka Raya, 2019. (Tersedia Secara Online dengan Pembaruan Pada <https://palangkaraya.go.id>. Diakses tanggal 21 Maret 2019.
- Phadermrod, B., Crowder, R.M. and Wills, G.B., 2019. Importance-performance analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194-203.
- Porter, M.E., 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Putra, A.W., Basuki, F. and Yuniarti, T., 2016. Pengaruh Penambahan Recombinant Growth Hormone (Rgh) Pada Pakan Dengan Kadar Protein Tinggi Terhadap Pertumbuhan dan Tingkat Kelulushidupan Benih Ikan Gurame (*Osphronemus gouramy*). *Journal of Aquaculture Management and Technology*, 5(1), 17-25.
- Putra, D. P., Rafiuddin, R., & Anwar, A., 2018. Strategi Pemasaran Abon Ikan Citra Lestari Produksi (CLP) Pendekatan Marketing Mixdi Kota Palu Sulawesi Tengah. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 1(1), 1294-1304.
- Rahayuningsih, C.K. and Astuti, S.S.E., 2017. Proses Pengolahan Ikan Bandeng (*Chanos Chanos*) Terhadap Kadar Protein. *Jurnal Penelitian Kesehatan*, 15(1), 58-63.
- Rangkuti, F., 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ropiah, S., Susanto, T., & Ramdhani, M., 2018. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Cafe dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 3(2), 231-239.
- Sahubawa, L., 2018. *Teknologi pengawetan dan pengolahan hasil perikanan*. UGM Press.
- Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M., 2018. Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan Pada UMKM Cindy Group. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 19-28.
- Setyowati, N., Rahayu, W., & Ishartani, D., 2016. Development of Tuna Processed Business in Pacitan District, Indonesia. *Aquatic Procedia*, 7, 160-165.
- Suyoto, S., Laily, D. W., Wajdi, F., Santoso, E. B., & Putra, F. M. E., 2019. Strategi Bisnis Pengolahan Ikan Pada Ud SBY Corporation di Desa Wangundadi, Kecamatan Duduk Sampeyan Kabupaten Gresik. *Groupier*, 10(1), 23-31.
- Solihin, S. 2012. *Manajemen Strategik*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Talib, A., 2018. Peluang dan tantangan industri teknologi pengolahan hasil perikanan dalam mendukung terwujudnya Lumbung Ikan Nasional (LIN) di Maluku Utara. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 11(1), 19-27.
- Tulak, A., 2013. Pengembangan strategi industri pengolahan ikan PT. Palu Jaya Utama Kecamatan Palu Utara Kota Palu Sulawesi Tengah. *Agrotekbis*, 1(2), 159-165.

Wahida, F., Marhawati, M. and Laapo, A., 2013. Strategi pengembangan usaha abon pada UKM Mutiara di Kota Palu. *Agrotekbis*, 1(3), 295-300.

Winarsih, M., 2019. *Petakan Potensi Perairan Palangka*

Raya. Multimedia Center Provinsi Kalimantan Tengah. [Online]. Dari : <https://mmc.kalteng.go.id/>. [16 Februari 2020].