

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*)

Ikan nila (*Oreochromis niloticus*) merupakan salah satu jenis ikan tawar yang banyak di budidayakan karena memiliki adaptasi yang baik terhadap berbagai kondisi lingkungan, termasuk lingkungan yang kurang mendukung. Selain itu, ikan nila relatif mudah dipijahkan sehingga penyebarannya cukup luas, baik di wilayah tropis maupun daerah beriklim sedang. Ikan ini juga tergolong memiliki toleransi tinggi terhadap kondisi perairan dengan kadar oksigen rendah. Ketika mengalami kekurangan oksigen terlarut, ikan nila mampu memanfaatkan oksigen dari udara bebas untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya (Kordi, 2010).

2.1.2 Pemanfaatan Tulang Ikan Nila

Pemanfaatan tulang ikan nila untuk pembuatan kerupuk merupakan bentuk pengolahan produk dengan memanfaatkan limbah tulang ikan sebagai bahan baku pembuatan kerupuk. Tulang juga merupakan sumber mineral penting: natrium, fosfor, dan kalium. Di antara mereka, kalium ion penting untuk perkembangan tulang manusia terutama pada bayi. Pemanfaatan tulang ikan bisa menjadi bahan makanan dan tambahan. Ini akan menjadi strategi untuk memanfaatkan secara maksimal sumber daya ikan serta untuk secara efektif mengurangi limbah dari industri perikanan (Nanang, 2021).

2.1.3 Kerupuk Tulang

Kerupuk merupakan makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari tepung tapioka atau singkong yang dicampur dengan bahan pengisi tertentu, kemudian difermentasi, dicetak, dikukus, dipotong tipis, dijemur, dan digoreng hingga mengembang. Kerupuk ikan berbeda dengan kerupuk biasa karena mengandung protein hewani dari daging ikan segar sebagai pengisi utama (Widyawati *et al.*, 2022). Kerupuk tulang ikan merupakan produk pangan yang diolah dari tulang ikan yang dihaluskan dan dicampur dengan tepung serta bumbu, kemudian dikukus, dipotong, dijemur, dan digoreng (Nusaibah, 2021). Penelitian pada kerupuk tulang ikan nila menunjukkan proses produksi meliputi penerimaan bahan baku, pencucian, perebusan, penghalusan, pencampuran adonan, pencetakan, pengukusan, pemotongan, penjemuran, penggorengan, pengemasan, dan penyimpanan. Kerupuk tulang ikan merupakan inovasi pengolahan limbah perikanan yang menggunakan tulang ikan sebagai pengisi utama.

Kandungan kalsium dan fosfor yang tinggi pada tulang ikan membuat kerupuk tulang ikan memiliki nilai gizi yang lebih baik dibandingkan kerupuk biasa (Agusta *et al.*, 2024).

2.1.4 Strategi Pengembangan

A. Pengembangan strategi

Menurut Syahputra (2019) Strategi diartikan sebagai cetak biru, desain, muslihat, program, rencana, siasat, skema, kebijakan, pendekatan, politik, garis haluan dan prosedur. Sedangkan secara istilah, strategi diartikan sebagai perencanaan dan pengaturan operasional untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Pengertian strategi menurut Syahputra (2019), merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkatkan dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa datang. Jadi, terjadi strategi sering kali dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan di mulai dari apa yang terjadi.

B. Strategi Pengembangan

Menurut Rangkuti (2016), strategi adalah sarana yang dimanfaatkan organisasi untuk mencapai tujuan jangka Panjang dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya secara efektif dan efisien. Dalam merumuskan strategi pengembangan, diperlukan analisis terhadap faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Analisis tersebut menjadi landasan dalam menentukan alternatif strategi yang tepat guna mendukung pertumbuhan serta berkelanjutan usaha (Rangkuti, 2016).

2.1.5 Konsep Agribisnis

Agribisnis adalah suatu sistem yang meliputi seluruh rangkaian kegiatan ekonomi pertanian, dimulai dari penyediaan input produksi, pelaksanaan usaha tani, pengolahan hasil, hingga proses distribusi dan pemasaran produk pertanian. Konsep agribisnis tidak hanya menitikberatkan pada aktivitas budidaya, tetapi juga mencakup pengelolaan rantai pasok secara terpadu serta upaya penciptaan nilai tambah dari sektor hulu sampai hilir (Asmarantaka *et al*, 2017).

2.1.6 Konsep Agroindustri

Agroindustri merupakan kegiatan industri yang menjadikan hasil pertanian sebagai bahan baku utama untuk diolah menjadi produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Agroindustri juga dapat dipahami sebagai salah satu tahapan dalam proses pembangunan ekonomi yang berperan mengintegrasikan sektor pertanian dengan sektor industri melalui pengelolaan produk pertanian secara berkesinambungan (Soekartiwi, 2011).

2.1.7 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM diartikan sebagai kegiatan usaha ekonomi produktif yang meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan menengah, yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. UMKM memiliki peranan yang sangat strategis dalam perekonomian nasional, karena berkontribusi dalam penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan dan pemerataan ekonomi.

2.1.8 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2005), Marimin (2004) dan Hunger dan Wheelen (2003), analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) yang ada, namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT merupakan pengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT dimulai dengan mengidentifikasikan kompetensi langka (*distinctive competence*) perusahaan yaitu keahlian tertentu dan sumber-sumber yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dan cara unggul yang digunakan setiap perusahaan (Hunger dan Wheelen, 2003). Dengan demikian strategi (*strategy planner*) dapat menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2005).

Menurut Mahfud (2020), Faktor-faktor yang dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sering disebut sebagai faktor kunci keberhasilan atau faktor strategis. Keempat faktor tersebut dianalisis dan dijadikan landasan utama dalam merancang alternatif strategis.

1. Faktor Internal perusahaan adalah terdiri dari kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*). Dengan kata lain, faktor ini berada dalam kendali penuh perusahaan atau dapat dikontrol oleh perusahaan. Kesuksesan sebuah perusahaan di pengaruhi oleh kekuatan atau kelemahan yang dimilikinya.

- Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan yang lebih besar akan memiliki dampak positif yang lebih besar. Dalam konteks ini, kekuatan merujuk pada aspek positif atau faktor yang menonjol dari perusahaan/produk dan dapat menjadi keunggulan kompetitif.

- Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yang lebih besar akan memiliki dampak negatif.

Analisis internal mengacu pada proses perencanaan strategis yang dilakukan untuk mempelajari berbagai hal, antara lain (1) pemasaran dan penjualan suatu perusahaan, (2) penelitian dan pengembangan produksi dan operasi, serta (3) sumber daya dan tenaga kerja (Mahfud, 2020).

2. Faktor eksternal terdiri dari Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Kedua faktor ini tidak dapat dikendalikan karena berasal dari lingkungan luar perusahaan dan berada di luar kendali perusahaan.

- Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan potensi keberhasilan yang dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan untuk meraih tujuan dan kesuksesan.

- Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah kemungkinan terjadinya gangguan eksternal yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Meskipun keduanya berada di luar kemampuan perusahaan, perusahaan diharapkan untuk menghadapi dan merencanakan antisipasi terhadap berbagai faktor tersebut.

Analisis SWOT merupakan alat untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis, yang kemudian digunakan untuk merancang strategi perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dengan demikian, analisis SWOT melibatkan analisis dan klasifikasi keempat faktor tersebut. Hasil analisis atas faktor-faktor perusahaan tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk menyusun perencanaan strategis. (Fatimah, 2020).

Menurut Fatimah (2020), ada beberapa kata kunci yang perlu dipahami saat memulai dunia usaha, terutama dalam menggunakan dan menerapkan metode analisis SWOT ini. Beberapa kata kuncinya adalah:

- Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk merangkai elemen-elemen strategis suatu organisasi, yang secara rinci menggambarkan bagaimana organisasi dapat menyesuaikan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internalnya. Rangkuti (2016), menambahkan bahwa dengan matriks SWOT, dapat melihat dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.
- IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) adalah penjabaran ringkasan atau rangkuman faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).

- EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) adalah penjabaran atau ringkasan faktor-faktor strategis eksternal dalam konteks kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).
- Strategi SO merupakan strategi yang ditentukan oleh pola pikir organisasi, di mana organisasi menggunakan semua kekuatannya untuk menangkap dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi WO merupakan strategi yang berfokus pada memanfaatkan peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki.
- Strategi ST didasarkan pada kekuatan yang dimiliki oleh organisasi untuk menghadapi ancaman.
- Strategi WT merupakan strategi yang difokuskan pada tindakan defensif guna mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

A. IFAS (*Internal Strategic Analysis Summary*)

Keuangan, sumber daya manusia, operasional pemasaran, dan teknik budidaya merupakan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan suatu usaha. Kekuatan adalah kondisi yang kuat dan dominan dalam perusahaan. Faktor ini menjadi keunggulan dalam perusahaan itu sendiri karena dapat menciptakan nilai tambah atau keunggulan komparatif dari perusahaan. Namun, kelemahan adalah kondisi suatu hal yang menjadikan kelemahan atau IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*).

Tabel 1. Matrik Faktor Strategi Internal

Faktor Internal	Bobot	Nilai	Bobot x Nilai
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total			

Sumber: Rangkuti (2009)

B. EFAS (*Eksternal Strategi Factors Analisis Summary*)

Faktor-faktor yang berasal dari luar atau luar perusahaan disebut faktor eksternal. Analisis faktor strategi eksternal, atau EFAS, merupakan analisis lingkungan di luar bisnis yang dapat menciptakan peluang dan ancaman. Peluang suatu kondisi lingkungan yang berada diluar perusahaan yang bersifat menguntungkan pada perusahaan dan dapat memajukan suatu peluang, sedangkan ancaman merupakan kondisi eksternal yang mengganggu kelancaran suatu perusahaan. Ancaman ini biasanya sangat merugikan perusahaan. Ancaman ini apabila tidak ditanggulangi akan berdampak berkepanjangan sehingga menghambat tercapainya visi dan misi perusahaan (Nur' Aini, 2016).

Tabel 2. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Faktor Eksternal	Bobot	Nilai	Bobot x Nilai
Peluang			
1.			
2.			
3.			
4.			
Ancaman			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total			

C. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Melalui matriks ini, dapat terlihat jelas bagaimana perusahaan menyesuaikan kekuatan dan kelemahannya terhadap peluang serta ancaman dari lingkungan eksternal.

Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan utama yaitu:

- Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), yaitu strategi yang berfokus pada pemanfaatan seluruh kekuatan perusahaan untuk merebut dan mengoptimalkan peluang yang tersedia.
- Strategi ST (*Strengths-Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghadapi serta mengurangi dampak ancaman dari luar.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), yaitu strategi yang diterapkan dengan cara memanfaatkan peluang eksternal untuk menutupi atau memperbaiki kelemahan yang dimiliki perusahaan.

d. Strategi WT (*Weakness-Threats*), yaitu strategi yang bersifat defensif dengan tujuan meminimalkan kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal yang berpotensi merugikan.

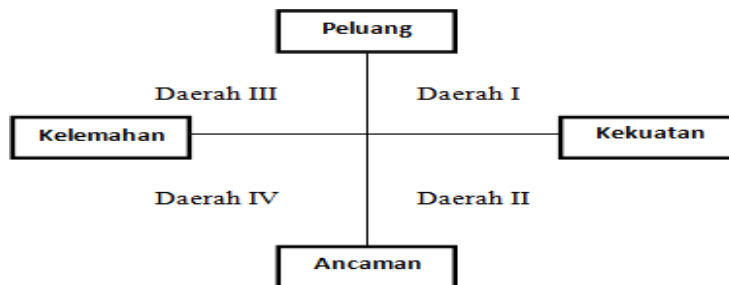
Tabel 3. Penyusunan Matriks SWOT

Eksternal/Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Buatlah strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Rancangan strategi yang mengurangi kelemahan dan kekuatan untuk menghindari ancaman mengatasi ancaman.

Sumber: Rangkuti (2016).

D. Diagram SWOT

Diagram SWOT merupakan alat pemetaan yang membagi posisi perusahaan ke dalam empat kuadran, tujuannya agar perusahaan bisa mengetahui posisi atau keadaan suatu perusahaan tersebut dengan kuadran I, II, III, IV.



Gambar 1. Diagram SWOT

2.1.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

NO	Judul & Penulis (Tahun)	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Singkong Skala Rumah Tangga di Desa Sukamaju Sari, A. & Pratama, D. (2020)	Mengetahui strategi pengembangan agroindustri keripik singkong skala rumah tangga dengan memanfaatkan potensi bahan baku lokal desa.	Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan bahan baku lokal dan tenaga kerja desa menjadi kekuatan utama. Strategi yang direkomendasikan adalah peningkatan kualitas produk, inovasi kemasan, dan perluasan

					jaringan pemasaran.
2.	Judul & Penulis (Tahun)	Menganalisis potensi desa dalam pengembangan agribisnis olahan Pangan Lokal Berbasis Potensi Desa	Penelitian menggunakan metode studi kasus dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dan observasi lapangan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengolahan pangan lokal memiliki prospek yang baik apabila didukung oleh ketersediaan bahan baku, keterampilan masyarakat, serta dukungan pemerintah desa.	
3.	Strategi Pengembangan Usaha Keripik Tradisional Berbasis UMKM	Menentukan strategi pengembangan usaha keripik tradisional agar mampu bersaing di pasar lokal dan regional.	Metode kuantitatif dan kualitatif dengan analisis SWOT dan matriks IE. Data diperoleh melalui kuesioner dan wawancara.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan utama usaha keripik adalah pada aspek pemasaran dan permodalan. Strategi yang disarankan adalah penguatan merek, peningkatan promosi digital, dan kemitraan usaha.	

4.	Pengembangan Produk Olahan Pangan Lokal Berbasis Potensi Wilayah Putri, D. A. (2022).	Mengidentifikasi strategi pengembangan produk olahan pangan lokal berbasis potensi wilayah pedesaan.	Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan partisipatif masyarakat dan analisis SWOT.	Hasil Penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk olahan pangan lokal dapat meningkatkan nilai tambah hasil pertanian desa dan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat.
5.	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Berbasis Pangan Lokal Rahmawati (2020).	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha keripik berbahan pangan lokal serta faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha.	Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dan matriks IE (Internal-Eksternal).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha keripik pangan lokal memiliki potensi berkembang dengan strategi peningkatan kualitas produk, inovasi rasa, dan perluasan jaringan pemasaran.

2.1.10 Kerangka Pemikiran

Kerupuk Cucuk Kriuk merupakan salah satu produk olahan pangan lokal yang memanfaatkan limbah tulang ikan nila yang berasal dari proses pengolahan abon ikan nila. Pemanfaatan limbah tersebut dilakukan untuk mengolah bagian ikan yang sebelumnya belum

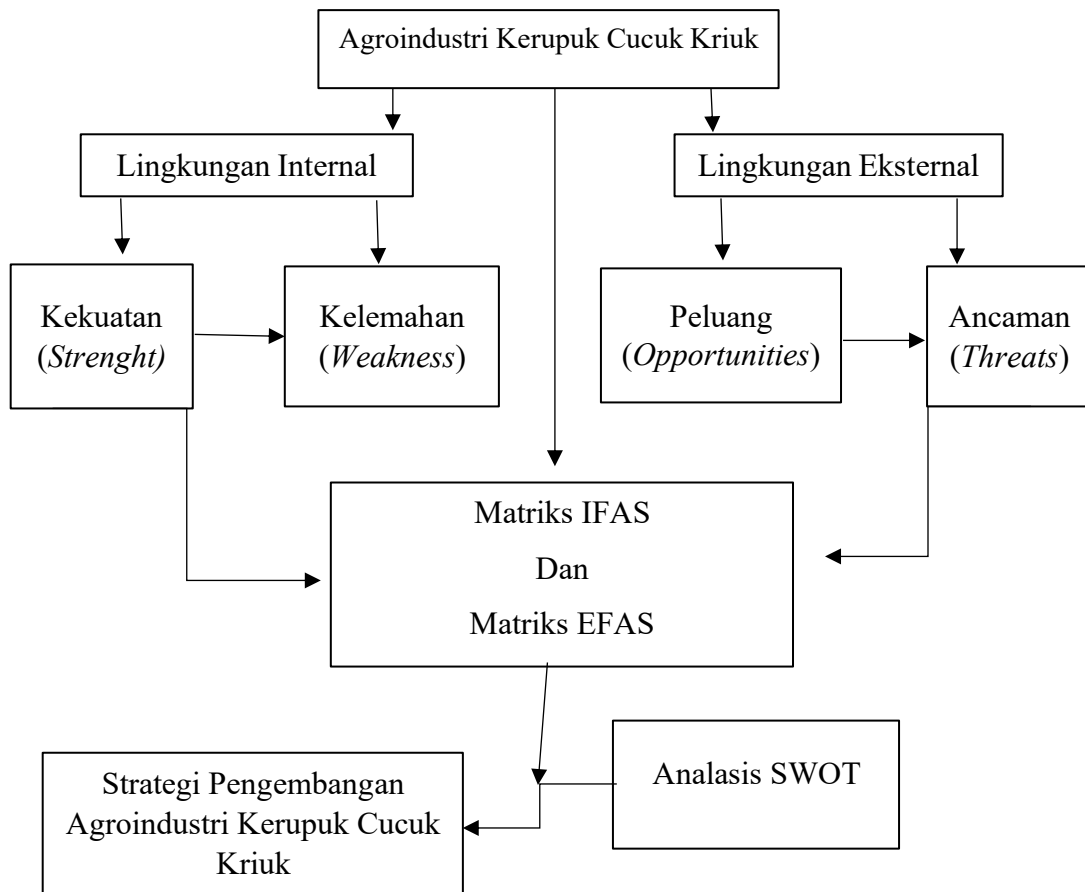
dimanfaatkan secara maksimal menjadi produk pangan yang memiliki nilai tambah. Salah satu usaha yang memanfaatkan limbah tulang ikan nila tersebut adalah UMKM Rasa Katineung yang berada di Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis.

Dalam menjalankan usaha Kerupuk Cucuk Kriuk, masih terdapat beberapa kendala yang dapat memengaruhi pengembangannya. Kendala tersebut meliputi proses produksi yang masih sederhana, keterbatasan kapasitas produksi, penggunaan teknologi dalam pengeringan dan pengemasan yang belum optimal, serta pemasaran yang masih terbatas. Oleh sebab itu, diperlukan suatu strategi yang dapat membantu usaha dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki sekaligus menghadapi berbagai kendala dalam pengembangannya.

Penentuan strategi dilakukan dengan mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal usaha. Faktor internal terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang terdapat dalam usaha, sedangkan faktor eksternal terdiri atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang berasal dari lingkungan di luar usaha. Faktor-faktor tersebut kemudian dianalisis menggunakan Matriks IFAS dan EFAS untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi usaha.

Selanjutnya, hasil analisis IFAS dan EFAS digunakan dalam analisis SWOT untuk mengidentifikasi posisi usaha dan menyusun berbagai alternatif strategi. Strategi yang diperoleh dari analisis tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi pengembangan agribisnis Kerupuk Cucuk Kriuk pada UMKM Rasa Katineung.

Berdasarkan pada gambar 2 yang disusun oleh peneliti bahwa kegiatan penelitian yang akan dilakukan berawal dari melihat potensi usaha agroindustri Kerupuk Cucuk Kriuk kemudian mencari informasi sejauh mana pengembangan agroindustri Kerupuk Cucuk Kriuk oleh pengrajin dengan mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) menggunakan tabel IFAS dan EFAS lalu merumuskan alternatif strategi dengan menggunakan analisis matrika SWOT.



Gambar 2 . Kerangka Pemikiran