

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KEBAB FROZEN DI ERA PANDEMI
COVID-19 DI KOTA PEKANBARU

Oleh

Sundari Ramadhani M¹), Jahrizal²), Mardiana³)

^{1,2,3}Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Riau

Email: ¹sundari.ramadhani3249@student.unri.ac.id, ²jahrizal@lecturer.unri.ac.id,
³mardiana@lecturer.unri.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the development of the frozen kebab industry in Pekanbaru City. In this study, the number of research population is all frozen kebab industry business actors in Pekanbaru City, namely 7 businesses, the sampling in this study uses the census method because the population is less than 100 so that the entire population is sampled. The analytical method used is descriptive quantitative. Measurements carried out in this study are by using a questionnaire, the existing data is processed and analyzed using data tabulation, while to analyze it is by using a SWOT analysis tool. Based on the results of the study, it is known that the results of the IE matrix analysis are compiled by plotting the total score of the IFAS and EFAS matrices. On the average weight and rating, these internal factors have the highest average weight and rating. Weakness is frozen resistance outside of refrigeration. This means that respondents consider this factor to be the most important weakness compared to other weaknesses. The main opportunity for the frozen kebab industry in Pekanbaru City is the increasing use of social media which is increasingly becoming an easier and more economical promotion target. While the threat is the existence of policies that require social distancing so as to limit direct meetings with consumers. This means that respondents consider this factor to be the most important threat compared to other threat indicators. Based on the IE Matrix, it is in the S-O strategy column, this is because the meeting between IFAS and EFAS is on opportunities and strengths.

Keywords: *Frozen Kebab Industry, Development Strategy, SWOT Analysis.*

PENDAHULUAN

Persaingan global, menuntut daerah untuk mampu menghasilkan output secara efisien, agar tetap dapat bertahan. Efisiensi memicu timbulnya pemikiran kreatif, yang pada akhirnya dapat memunculkan ide kreatif. Ekonomik kreatif yang identik dengan industri kreatif, pada saat ini dianggap dapat memberikan kontribusi yang sangat signifikan, bagi perekonomian daerah. Dan keberadaannya merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. Industri kreatif banyak memberikan kontribusi secara nyata pada perekonomian Negara, yaitu peningkatan nilai ekspor, penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar, serta satu penyumbang produk domestik bruto (PDRB) (Nurchayati & Ratnawati, 2016).

Salah satu sektor industri adalah sektor industri pengolahan makanan. Industri pengolahan makanan merupakan bagian dari industri pengolahan hasil pertanian yang mempunyai peranan penting dalam pemenuhan dan keanekaragaman pangan. Pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia disamping pakaian dan tempat tinggal yang diperlukan manusia untuk mempertahankan hidupnya.

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi harus disikapi oleh para pelaku bisnis/usaha dengan menerapkan langkah-langkah strategis bagi kelangsungan usahanya. Semakin banyaknya bermunculan pesaing – pesaing bisnis tentunya hal tersebut menjadi ancaman yang harus diperhatikan pelaku usaha.

Tidak hanya itu, selain dari kegiatan usaha itu sendiri ancaman bagi kemajuan kegiatan usaha yaitu kondisi yang terjadi di lingkungan. Salah satunya peristiwa alam yang tidak direncanakan terjadi.

Di era pandemi COVID-19, UMK adalah sektor yang paling terdampak. Berdasarkan hasil Survei Pelaku Usaha yang dilakukan BPS pada bulan Juli 2020, 84,20 persen UMK mengalami penurunan pendapatan (BPS, 2020a). Namun demikian, di sisi lain, UMK juga merupakan pilar ekonomi bangsa. Peningkatan kewirausahaan merupakan hal penting dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Kota Pekanbaru Provinsi Riau juga merupakan wilayah yang terindikasi wabah covid-19 dan menunjukkan peningkatan dan penyebaran kasus covid-19 yang signifikan dan cepat. Maka, berdasarkan keputusan Gubernur Riau no. HK. 01. 07 / MENKES / 250 / 2020. Ditetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar di wilayah Kota Pekanbaru Provinsi Riau dalam rangka percepatan penanganan corona virus disease 2019 (Covid-19).

Kondisi perekonomian Kota Pekanbaru sendiri tentunya akan mengalami perubahan semenjak berkembangnya wabah COVID 19, selain itu untuk daerah Provinsi Riau sendiri, Kota Pekanbaru merupakan daerah yang paling besar masyarakat terinfeksi virus corona atau Covid-19. Berdasarkan laporan dinas kesehatan Provinsi Riau pada November 2020 jumlah masyarakat yang terinfeksi, virus corona atau COVID-19 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Masyarakat Terinfeksi Virus Corona di Provinsi Riau Berdasarkan Kabupaten Kota per 30 November 2020

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Kasus (Orang)
1	Pekanbaru	9.735
2	Kampar	1.759
3	Pelalawan	941
4	Indragiri Hulu	523
5	Indragiri Hilir	486
6	Dumai	1.867

7	Kep. Meranti	167
8	Bengkalis	1.413
9	Siak	1.455
10	Kuantan Singingi	483
11	Rokan Hilir	645
12	Rokan Hulu	412

Sumber: Dinas Kesehatan Provinsi Riau, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah kasus terinfeksi virus corona 19 di Kota Pekanbaru per 30 November adalah 9.735 kasus. Selain itu, kondisi Kota pekanbaru sendiri masih tergolong memiliki zona garis merah yang mengharuskan masyarakat untuk tetap menjaga jarak dan mematuhi protocol kesehatan guna memutus rantai penyebaran COVID-19.

Sektor yang mengalami keterpurukan di masa pandemi salah satunya adalah Sektor Industri Pengolahan terutama Industri Makanan dan Minuman yang mengalami perlambatan perekonomian akibat menurunnya demand luar negeri, tercermin dari terkontraksinya ekspor komoditas makanan dan minuman.

Sebagaimana diketahui bahwa, industri makanan dan minuman pada dasarnya adalah kegiatan usaha yang menyediakan makanan dan minuman serta dapat dikonsumsi di tempat usaha tersebut. Di Kota Pekanbaru sendiri diketahui bahwa kegiatan usaha UMKM merupakan yang memiliki potensi perkembangan yang terbesar hal tersebut dapat dilihat dari penerimaan PDRB kota Pekanbaru yang berasal dari sektor makanan dan minuman terus mengalami peningkatan. Dimana pada tahun 2015 PDRB dari sektor makanan dan minuman Rp1.819,51 Milyar meningkat di tahun 2016 menjadi Rp1.941,72 Milyar dan peningkatan penerimaan PDRB menurut sektor makanan dan minuman di tahun 2019 mencapai Rp2.203,51 Milyar.

Namun, industri makanan mengalami kemerosotan di tahun 2019 hal tersebut terlihat dari pertumbuhan ekonomi sektor makanan dan minuman yang mengalami penurunan di tahun 2019 yaitu 1,57% sedangkan di tahun 2018 sebesar 4,79%. Selain itu, kondisi wabah covid-

19 yang mulai melanda pada akhir tahun 2019 hingga 2020 ini menjadikan persoalan tersendiri yang harus dihadapi dunia usaha terutama usaha makanan.

Meskipun demikian, pergerakan industri makanan berusaha untuk terbebas dari situasi ini, berbagai inovasi dilakukan sehingga industri makanan dapat tetap bergerak sehingga menjaga kestabilan ekonomi. Industri kuliner atau industri makanan pada dasarnya adalah menjual makanan yang siap dikonsumsi oleh konsumen pada saat pembelian bahkan segaian besar langsung dikonsumsi pada saat tersebut.

Salah satu fenomena yang terjadi akibat pandemic yang mendorong masyarakat untuk tetap dirumah adalah usaha makanan yang diawetkan atau dikenal dengan *frozen food*. Industri *frozen food* merupakan salah satu bentuk kreatifitas dalam industri makanan, menyajikan makanan dengan kemasan lain dan penyajian yang lain. *Frozen food* merupakan salah satu bentuk industri kuliner yang merupakan wujud dari kreatifitas pengusaha makanan.

Industri *Frozen food* merupakan salah satu bisnis yang paling diminati dan memiliki prospek baik. Sudah banyak pelaku usaha yang memperoleh profit besar dari bisnis *Frozen food*. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha *Frozen food* yang berdiri dari waktu ke waktu dan tentunya dengan penawaran produk andalan masing-masing. Namun ada juga pelaku usaha *Frozen food* yang gulung tikar atau bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis *Frozen food* dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen dan juga mengetahui minat dan perhatian konsumen.

Selain itu, Faktor perkembangan era globalisasi saat ini mendorong gaya hidup masyarakat yang berdampak pada perubahan struktur pasar konsumen tak terkecuali

masyarakat Indonesia. Perubahan tersebut terjadi berbagai aspek kehidupan. Mereka mulai beradaptasi dan mengikuti pola hidup pada negara maju dimana mereka lebih menyukai sesuatu yang bersifat instan dan mudah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengguna layanan online dalam memenuhi segala kebutuhannya.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan Industri Kebab *Frozen* di era pandemi Covid-19 Di Kota Pekanbaru. 2) Untuk mengetahui strategi kebijakan pengembangan usaha Industri Kebab *Frozen* di era pandemi Covid-19 Di Kota Pekanbaru.

LANDASAN TEORI

Industri merupakan suatu bentuk kegiatan ekonomi yang mengubah barang jadi atau setengah jadi atau yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilai atau sifatnya, lebih dekat ke pemakai akhir. Termasuk dalam kegiatan ini adalah kegiatan jasa industri dan pekerjaan perakitan dengan maksud untuk dijual (Statistik Industri Riau, 2009).

Menurut Todaro (2000), sektor industri terbagi atas :

1. Sektor industri primer biasanya meliputi sektor-sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan.
2. Sektor industri sekunder ditulung punggung oleh sektor manufaktur.
3. Sektor industri tersier terdiri dari sektor-sektor perdagangan, transportasi, keuangan dan jasa-jasa.

Sementara itu Sukirno (2002) berpendapat lapangan usaha yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan yang ada dalam perekonomian dapat dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu :

1. Industri primer adalah perusahaan-perusahaan yang mengolah kekayaan alam

dan mengeksploitir faktor-faktor produksi yang disediakan oleh alam.

2. Industri sekunder meliputi perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang industri (sepatu, baju, mobil, buku dan sebagainya), mendirikan perumahan dan bangunan dan menyediakan air, listrik dan gas.
3. Industri tersier adalah industri yang menghasilkan jasa-jasa, yaitu perusahaan-perusahaan yang menyediakan pengangkutan, menjalankan perdagangan, memberi pinjaman (lembaga-lembaga keuangan) dan menyewakan bangunan (rumah dan perkantoran).

Strategi adalah menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasi aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah. Strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan (Kuncoro, 2005).

Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam.

Menurut Pambudy (2009), salah satu komponen utama dalam menyeimbangkan struktur usaha nasional adalah mengembangkan pengusaha kecil yang berorientasi produksi menjadi pengusaha-pengusaha kecil berorientasi bisnis atau berwawasan wirausaha. Pengusaha-pengusaha kecil yang mampu mengikuti peluang dan perubahan situasi sebagai faktor penentu kegiatan usahanya, terutama perubahan situasi pasar yang mengarah pada pasar global. Pengusaha kecil akan selalu dihadapkan pada berbagai kendala keterbatasan, khususnya keterbatasan skala usaha, manajemen usaha, modal, teknologi, keterampilan berusaha, dan pemasaran produk.

Menurut Wibowo (2008), cara untuk memperluas dan memperbesar pasar yaitu dengan mengembangkan usaha yang sudah ada

atau membeli perusahaan lain. Upaya-upaya tersebut harus dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dan pengelola serta situasi pasar. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya penetrasi pasar, perluasan pasar, diversifikasi produk, dan pengembangan produk.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Pekanbaru, pemilihan lokasi ini dengan alasan bahwa daerah ini merupakan potensi industri makanan yang perlu mendapat perhatian untuk dikembangkan sehingga akan menjadi pendorong ekonomi daerah dalam penelitian ini di fokuskan pada industri *frozen food* dengan objek penelitian yaitu industri kebab frozen.

Populasi dari penelitian ini adalah pemilik industri kebab *frozen* yang ada di Kota Pekanbaru. Mengingat populasi dalam penelitian berjumlah 7 usaha maka sampel yang diambil adalah keseluruhan pelaku usaha industri kebab *frozen*, hal itu karena jumlah populasi dibawah 100 (Arikunto, 2010).

Selanjutnya, responden yang merupakan sampel penelitian diharapkan untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah disiapkan oleh peneliti. Dimana responden mengisi kuesioner dengan memperhatikan petunjuk pengisian kuesioner yang dilampirkan dalam kuesioner penelitian

Metode Analisis

Setelah data yang diperlukan dalam penelitian ini terkumpul, maka data tersebut dikelompokkan menurut masing-masing variabel beserta indikatornya. Kemudian data dianalisa secara kuantitatif beserta kualitas yang dilengkapi dengan data persentase (%) berikut penjelasan serta dianalisis secara deskriptif yang nantinya digambarkan dalam bentuk tabel dan uraian.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, dimana analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan

ancaman (*threats*) proses ini melibatkan penentuan yang spesifik dari spekuasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi factor internal dan faktor eksternal. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara memilih cara berbagai hal yang dapat mempengaruhi keempat faktornya (Rangkuti, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penggunaan tenaga kerja setiap industri kebab *frozen* tidaklah sama. Hal ini tergantung pada industri kebab *frozen* tersebut. Gambaran penggunaan tenaga kerja dalam industri kebab *frozen* dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2. Jumlah Tenaga Kerja Yang Digunakan Industri Kebab *Frozen* di Kota Pekanbaru

No	Tenaga Kerja (Orang)	Unit Usaha	Persentase (%)
1	1	3	42,86
2	2	2	28,57
3	3	2	28,57
Jumlah		7	100

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah tenaga kerja yang terdapat pada industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru berkisar antara 1 – 3 orang, sebagian besar industri kebab *frozen* memiliki tenaga kerja 1 orang yaitu sebanyak 3 responden atau 42,86%, dan responden yang memiliki tenaga kerja 2 dan 3 orang yaitu 2 responden atau 28,57%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, untuk memproduksi industri kebab *frozen* digunakan bahan baku pokok yaitu daging kebab, sayuran, kulit kebab dan telur. Secara umum pembuatan industri kebab *frozen* yang dilakukan terdiri dari peracikan bahan, pengolahan adonan dan pengemasan. Setelah produk menjadi barang jadi maka dilakukan pengemasan dan produk siap diperjual belikan.

Perolehan bahan baku pada industri kebab *frozen* tidak mengalami kesulitan, hal tersebut karena sebagian besar bahan baku yang

digunakan tersedia di tokok kebutuhan kue dan pasar yang terdapat di Kota Pekanbaru, namun terkadang yang menjadi persoalan adalah ketersediaan harga bahan baku itu sendiri terutama pada saat hari besar karena tingginya permintaan.

Besarnya modal merupakan salah satu faktor penting dalam kelangsungan usaha, kegiatan industri akan berjalan lancar apabila ketersediaan modal memadai. Semakin besar modal semakin besar kemampuan suatu industri untuk memproduksi. Berikut ini dapat dilihat nilai modal usaha pada industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru :

Tabel 3. Modal Usaha Industri Kebab *Frozen* di Kota Pekanbaru

No	Modal Usaha (Rp)	Unit Usaha	Persentase (%)
1	500.000 – 625.000	3	42,86
2	626.000 – 751.000	1	14,28
3	752.000 – 877.000	1	14,28
4	878.000– 1.000.000	2	28,58
Jumlah		7	100

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa modal usaha pada kebab *frozen* berkisar antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000, sebagian besar responden memiliki modal usaha berkisar antara Rp 500.000 – Rp625.000 yaitu sebanyak 3 responden atau 42,86%. Selanjutnya sebanyak 2 responden atau 28,58% memiliki modal usaha sebesar Rp 878.000– Rp1.000.000. dan sebanyak masing – masing 1 responden atau 14,28% jumlah modal usaha responden sebesar Rp 626.000 – 751.000 dan Rp 752.000 – Rp877.000.

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan, maka perlu diketahui apa saja yang

menjadi faktor internal dan faktor eksternal pada industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru.

1. Identifikasi Faktor-Faktor Internal Industri Kebab *Frozen* di Kota Pekanbaru

Dalam melakukan identifikasi faktor-faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan ditetapkan beberapa variabel dan indikator lingkungan internal industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru. Variabel internal yang digunakan adalah manajemen, produksi, keuangan, pemasaran dan sumber daya manusia. Masing-masing variabel terdiri dari beberapa indikator untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh pada industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor internal, selanjutnya disusun matriks IFAS dan dilakukan pembobotan dan peringkat pada masing-masing indikator kekuatan dan kelemahan. Setelah diperoleh nilai bobot dan peringkat rata-rata dari tiap indikator maka dapat diketahui skor tiap indikator dan dapat diketahui kekuatan utama dan kelemahan utama industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru. Hasil analisis matriks IFAS pada industri kebab *frozen* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Analisis Matriks IFAS Industri Kebab *Frozen* di Kota Pekanbaru

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kemudahan Memperoleh Bahan Baku	0,17	4,00	0,68
Adanya spesialisasi pekerjaan	0,11	2,71	0,30
Lokasi industri yang strategis	0,14	3,43	0,48
Pengemasan Produk yang Aman dan	0,16	3,86	0,62

Menarik Konsumen			
Kelemahan			
Keterbatasan modal sendiri	0.08	2,00	0,16
Pemasaran yang terhambat pandemic COVID-19	0.13	3,00	0,39
Ketahanan Frozen saat diluar pendingin	0,13	3,00	0,39
Kurangnya variasi produk	0,08	1,86	0,15
Total	1		3,17

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa kekuatan utama bagi industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru adalah kemudahan memperoleh bahan baku dengan skor sebesar 0,68. Pada bobot dan rating rata-rata faktor internal tersebut memiliki bobot dan rating rata-rata tertinggi untuk indikator kekuatan yang artinya responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan kekuatan yang paling penting dibandingkan faktor kekuatan yang lain. Faktor internal indikator kekuatan yang penting selanjutnya yaitu pengemasan produk yang aman dan menarik sesuai selera konsumen dengan skor 0,62. Kemudian disusul Lokasi industri yang strategis dengan skor 0,48 Dan Adanya spesialisasi pekerjaan yang terakhir yaitu dengan skor 0,30.

Pada indikator kelemahan skor tertinggi adalah 0,39 yaitu pemasaran yang terhambat pandemic covid-19 dan ketahanan frozen diluar pendingin. Hal ini berarti bahwa responden menganggap faktor tersebut merupakan kelemahan yang paling penting dibandingkan kelemahan yang lainnya. Faktor internal indikator kelemahan selanjutnya dengan skor

0,16 yaitu keterbatasan modal. Selanjutnya kurangnya variasi produk dengan skor 0,15.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir matriks IFAS, total skor dari matriks IFAS sebesar 3,17 yang terdiri dari skor indikator kekuatan sebesar 2,09 dan skor indikator kelemahan sebesar 1,09.

2. Identifikasi Faktor-Faktor Eksternal Industri Kebab Frozen di Kota Pekanbaru

Variabel eksternal yang digunakan adalah Ekonomi, Sosial, budaya, demografi, dan lingkungan, Pemerintah, politik, dan hukum, Teknologi dan Kompetitif. Masing-masing variabel terdiri dari beberapa indikator untuk mengetahui peluang dan ancaman yang berpengaruh pada industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor eksternal, selanjutnya disusun matriks EFAS dan dilakukan pembobotan dan peringkat pada masing-masing indikator peluang dan ancaman. Setelah diperoleh nilai bobot dan peringkat rata-rata dari tiap indikator maka dapat diketahui skor tiap indikator dan juga dapat diketahui peluang utama dan ancaman utama industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru. Hasil analisis matriks EFAS pada industri kebab *frozen* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Analisis Matriks EFAS Industri Kebab Frozen di Kota Pekanbaru

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Meningkatnya konsumsi yang berada dirumah saat masa pandemic covid-19	0,13	3,14	0,41
Kemajuan teknologi sehingga dapat melakukan pengemasan	0,16	3,71	0,59

dalam bentuk frozen			
Penggunaan sosial media yang semakin tinggi menjadi sasaran promosi yang lebih mudah dan lebih hemat	0,17	3,86	0,66
Adanya bantuan pemerintah terkait kestabilan usaha di masa pandemic terutama terkait modal	0,13	3,0	0,39
Ancaman			
Banyaknya pendatang baru (pesaing)	0,07	1,71	0,12
Fluktuasi harga bahan baku	0,12	2,71	0,33
Adanya produk substitusi (pengganti)	0,10	2,28	0,23
Adanya kebijakanyang mewajibkan melakukan sosial distancing sehingga membatasi pertemuan langsung dengan konsumen	0,12	2,86	0,34
Total	1		3,07

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa peluang utama bagi industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru adalah Meningkatnya

Penggunaan sosial media yang semakin tinggi menjadi sasaran promosi yang lebih mudah dan lebih hemat dengan skor sebesar 0,66. Pada bobot dan rating rata-rata faktor eksternal tersebut memiliki bobot dan rating rata-rata tertinggi untuk indikator peluang yang artinya responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan peluang yang paling penting dibandingkan faktor peluang yang lain. Faktor eksternal indikator peluang yang penting selanjutnya yaitu Kemajuan teknologi sehingga dapat melakukan pengemasan dalam bentuk frozen dengan skor 0,59. Kemudian disusul dengan Meningkatnya konsumsi yang berada dirumah saat masa pandemic covid-19 memiliki skor 0,41. Dan yang terakhir yaitu Adanya bantuan pemerintah terkait kestabilan usaha di masa pandemic terutama terkait modal dengan skor 0,39.

Pada indikator ancaman skor tertinggi adalah 0,34 yaitu adanya kebijakanyang mewajibkan melakukan sosial *distancing* sehingga membatasi pertemuan langsung dengan konsumen. Hal ini berarti bahwa responden menganggap faktor tersebut merupakan ancaman yang paling penting dibandingkan indikator ancaman yang lainnya. Faktor eksternal indikator ancaman selanjutnya yaitu Fluktuasi harga bahan baku dengan skor sebesar 0,33. Dan yang terakhir yaitu Adanya produk substitusi (pengganti) dengan skor sebesar 0,23 serta Banyaknya pendatang baru (pesaing) dengan skor 0,12.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir matriks EFAS, total skor dari matriks IFAS sebesar 3,07 yang terdiri dari skor indikator peluang sebesar 2,05 dan skor indikator ancaman sebesar 1,02.

Berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dengan cara memplotkan total skor dari matriks IFAS (3,17) pada sumbu-x dan EFAS (3,07) pada sumbu-y, didapatkan posisi industri kebab frozen di Kota Pekanbaru berada pada daerah pertumbuhan I yaitu memiliki kemampuan internal yang kuat dan eksternal yang kuat serta dalam keadaan yang

stabil. Dalam keadaan ini paling baik usaha dikendalikan dengan menunjukkan bahwa usaha yang tumbuh dan berkembang. industri kebab *frozen* dalam kondisi tersebut mengejar pertumbuhan keuntungan, penjualan, pangsa pasar, dan lain-lain. Strategi yang dapat diterapkan untuk bagian ini adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integrasi (ke depan, belakang, atau horizontal).

Strategi penetrasi pasar merupakan strategi untuk meningkatkan pangsa pasar yang ada untuk barang dan jasa yang ada sat ini melalui peningkatan usaha pemasaran. Strategi pengembangan pasar merupakan strategi untuk memperkenalkan produk-produk yang sudah sudah ada ke daerah pemasaran yang baru, sedangkan strategi pengembangan produk merupakan strategi untuk meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang sudah ada. Strategi integrasi ke belakang merupakan strategi untuk mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas distributor atau pengecer. Strategi integrasi ke depan merupakan tipe strategi untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas pemasok (*supplier*), sedangkan strategi integrasi horizontal adalah strategi untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kontrol pesaing.

Dari perhitungan diatas bahwasanya faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan dan pengaruh faktor peluang lebih besar dari pada faktor ancaman, sehingga industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru berada pada kuadran I yang berarti pada posisi agresif yaitu posisi agresif, artinya industri kebab *frozen* memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada. Posisi ini menandakan bahwa industri kebab *frozen* sebuah kegiatan usaha yang kuat dan berpeluang, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) ataupun dengan rekomendasi strategi

progresif, artinya usaha dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Dimana peluang sudah terbuka maka ambil kesempatan dengan intensitas yang tidak membuat konsumen jenuh serta dengan produk yang bervariasi.

Pembahasan

Analisis SWOT merupakan analisis yang dilihat dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman) yang ada pada suatu usaha. Kekuatan dalam hal ini adalah kekuatan yang dimiliki oleh industri kebab frozen di Kota Pekanbaru yang bisa dimanfaatkan oleh industri tersebut. Kelemahan yaitu kelemahan yang ada pada industri tersebut sehingga harus dihindari atau paling tidak di minimalisir oleh industri tersebut. Peluang dalam hal ini yaitu peluang yang berasal dari faktor eksternal atau dari luar sehingga dapat dimanfaatkan. Dan ancaman yaitu ancaman yang berasal dari luar industri sehingga bisa di hindari.

Kekuatan utama bagi industri kebab frozen di Kota Pekanbaru adalah kemudahan memperoleh bahan baku dengan skor sebesar 0,68. Pada bobot dan rating rata-rata faktor internal tersebut memiliki bobot dan rating rata-rata tertinggi untuk indikator kekuatan yang artinya responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan kekuatan yang paling penting dibandingkan faktor kekuatan yang lain. Faktor internal indikator kekuatan yang penting selanjutnya yaitu pengemasan produk yang aman dan menarik sesuai selera konsumen dengan skor 0,62. Kemudian disusul Lokasi industri yang strategis dengan skor 0,48 Dan Adanya spesialisasi pekerjaan yang terakhir yaitu dengan skor 0,30.

Pada indikator kelemahan skor tertinggi adalah 0,39 yaitu pemasaran yang terhambat pandemic covid-19 dan ketahanan frozen diluar pendingin. Hal ini berarti bahwa responden menganggap faktor tersebut merupakan kelemahan yang paling penting dibandingkan

kelemahan yang lainnya. Faktor internal indikator kelemahan selanjutnya dengan skor 0,16 yaitu keterbatasan modal. Selanjutnya kurangnya variasi produk dengan skor 0,15.

Peluang utama bagi industri kebab frozen di Kota Pekanbaru adalah Meningkatnya Penggunaan sosial media yang semakin tinggi menjadi sasaran promosi yang lebih mudah dan lebih hemat dengan skor sebesar 0,66. Pada bobot dan rating rata-rata faktor eksternal tersebut memiliki bobot dan rating rata-rata tertinggi untuk indikator peluang yang artinya responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan peluang yang paling penting dibandingkan faktor peluang yang lain. Faktor eksternal indikator peluang yang penting selanjutnya yaitu Kemajuan teknologi sehingga dapat melakukan pengemasan dalam bentuk frozen dengan skor 0,59. Kemudian disusul dengan Meningkatnya konsumsi yang berada dirumah saat masa pandemic covid-19 memiliki skor 0,41. Dan yang terakhir yaitu Adanya bantuan pemerintah terkait kestabilan usaha di masa pandemic terutama terkait modal dengan skor 0,39.

Konsumen menjadi salah satu pihak eksternal yang menentukan keberlanjutan setiap usaha, begitu juga halnya dengan industri kebab frozen di Kota Pekanbaru, dimana faktor pendorong utama usaha yaitu penggunaan sosial media yang tinggi menjadi sasaran bagi pelaku usaha untuk media promosi. Hal tersebut karena dengan perkembangan zaman saat ini banyak konsumen yang mencari tau banyak hal dari sosial media, begitu juga halnya dengan kebab frozen. Hal tersebut dipertegas dari hasil wawancara kepada salah satu konsumen kebab frozen, saat diwawancarai perihal ketertarikannya kepada kebab frozen, konsumen tersebut Sari (2021) menjelaskan bahwa:

”saya menjadi penikmat kebab frozen pada awalnya saya ketahui dari sosial media instagram pada saat awal pandemic karena saat itu ada keterbatasan untuk keluar rumah,

melihat kelebihan dari makanan frozen akhirnya saya memesan dan terus hingga sekarang”

Pada indikator ancaman skor tertinggi adalah 0,34 yaitu Adanya kebijakanyang mewajibkan melakukan sosial distancing sehingga membatasi pertemuan langsung dengan konsumen). Hal ini berarti bahwa responden menganggap faktor tersebut merupakan ancaman yang paling penting dibandingkan indikator ancaman yang lainnya. Faktor eksternal indikator ancaman selanjutnya yaitu Fluktuasi harga bahan baku dengan skor sebesar 0,33. Dan yang terakhir yaitu Adanya produk substitusi (pengganti) dengan skor sebesar 0,23 serta banyaknya pendatang baru (pesaing) dengan skor 0,12.

Ketersediaan bahan baku menjadi salah satu faktor utama dari kegiatan usaha, pada saat keterbatasan bahan baku maka itu akan sangat mengganggu kegiatan operasional, seperti halnya kebab *frozen* yang mana bahan baku utama yaitu kulit dan daging kebab yang mana bahan tersebut adalah bahan baku khusus untuk kebab, akan tetapi permintaan akan kebab *frozen* akan mengalami peningkatan pada saat hari – hari besar keagamaan dan juga saat libur panjang. Menurut salah satu pemasok bahan baku khusus kebab mengatakan :

Anton (2021), semenjak mencuatnya kasus pandemic COVID-19 makanan kebab frozen menjadi salah satu yang diminati hal itu terlihat dari permintaan bahan baku kebab seperti daging kebab menjadi sangat meningkat, apalagi saat perayaan hari besar di saat pandemic, pada saat itu sering kali terjadi kekosongan bahan baku yaitu daging kebab. Kalau sudah seperti itu maka akan sangat banyak penjual kebab kesulitan mencari ketesediaan bahan baku yang dbutuhkan usahanya”.

Strategi ini dibuat berdasarkan penggunaan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan dengan melakukan berbagai strategi

diantaranya mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk menjaga loyalitas pelanggan, melihat bahwa kekuatan utama industri kebab *frozen* adalah kemudahan dalam memperoleh bahan baku sehingga point pokok kegiatan produksi tidak menjadi hal yang sangat menakutkan, terlebih lagi industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru memiliki peluang yang besar di masa pandemi yaitu masyarakat lebih sering dirumah sehingga hal ini mendorong tingginya permintaan akan makanan yang biasa dijual diluar dan harus berjumpa banyak orang.

Oleh karena itu perlu menambah berbagai inovasi produk sehingga konsumen memiliki banyak pilihan. Serta memanfaatkan bantuan pemerintah untuk UMKM, sehingga kegiatan usaha dapat memasuki segmen pasar lain. Salah satu bentuk bantuan pemerintah terhadap UMKM adalah Bantuan Presiden Produktif (Banpres) Usaha Mikro (BPUM) atau BLT (bantuan langsung tunai) UMKM yang diselenggarakan pemerintah kepada pelaku UMKM yang bertujuan untuk membantu masalah modal UMKM.

Sehingga penelitian ini memiliki strategi yaitu strategi SO (*strength and opportunities*), hasil penelitian ini sejalan penelitian yang dilakukan oleh Djalil (2015), yang mana hasil penelitian ini menunjukkan analisis SWOT berada pada kuadran I, yaitu strategi S-O dimana usaha tersebut dapat menciptakan strategi internal seperti rasa produk beragam, harga terjangkau, ketersediaan bahan baku dengan memanfaatkan berbagai strategi peluang eksternal.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Kekuatan utama bagi industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru adalah kemudahan memperoleh bahan baku selanjutnya kelemahan dalam industri

kebab frozen di Kota Pekanbaru ketahanan frozen diluar pendingin. Sedangkan peluang utama bagi industri kebab frozen di Kota Pekanbaru adalah Meningkatnya Penggunaan sosial media yang semakin tinggi menjadi sasaran promosi yang lebih mudah dan lebih hemat dan ancaman dalam industri kebab frozen di Kota Pekanbaru yaitu Adanya kebijakanyang mewajibkan melakukan sosial distancing sehingga membatasi pertemuan langsung dengan konsumen.

2. Berdasarkan hasil matriks IE menunjukkan industri kebab frozen di Kota Pekanbaru berada pada daerah pertumbuhan I yaitu memiliki kemampuan internal yang kuat dan eksternal yang sedang serta dalam keadaan yang stabil. Dalam keadaan ini paling

Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka dapat dirumuskan saran dalam penelitian ini :

1. Pelaku usaha industri kebab *frozen* di Kota Pekanbaru sebaiknya semakin meningkatkan lagi variasi produk (rasa) karena dengan meningkatnya jumlah variasi produk usaha menjadikan konsumen memperoleh lebih banyak pilihan pada produk kebab *frozen*.
2. Pemerintah sebagai pemegang kebijakan tentunya memiliki wewenang terkait dengan keberlangsungan dunia usaha ditengah pandemic COVID-19 pada saat ini dengan mengatur bagaimana pelaku usaha tetap beroperasi seperti sebelum adanya pandemic namun dengan aturan paturan tertentu untuk tujuan kesehatan bersama.
3. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan peneliti selanjutnya, yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini ataupun menjadikan penelitian ini sebagai referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nurchayati, & Ratnawati, A. T. (2016). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata Di Kabupaten Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank (Sendi_U) Ke-2* .
- [2] Todaro, Michael. P. 2000. Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga. EdisiKetujuh, Terjemahan Haris Munandar. Jakarta : Penerbit Erlangga
- [3] Sukirno, Sadono. 2002. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta : PT. Raja Gravindo Persada.
- [4] Kuncoro, Mudrajat. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- [5] Pambudy, dkk. 2009. *Bisnis dan Kewirausahaan dalam Sistem Agribisnis*.Pustaka Wirausaha Muda. Bogor.
- [6] Wibowo, 2008. *Manajemen Kinerja*, Raja Grafindo perak, Jakarta
- [7] Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- [8] Rangkuti, Freddy, 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus Bisnis*, Gramedia, Jakarta
- [9] Djalil, Majeni., Sulaiman, 2015. *Strategi Pengembangan Usaha Keripik Kayu Pada Pundi Mas di Kota palu*, e-J.Agrotekbis 3 (3) ISSN:2338-3011.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN