

**Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Keberlanjutan
Industri Surimi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan
Pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat sarjana S1 Manajemen**

Program studi Manajemen



Disusun oleh:

Asyifatus Sabila

Nim : 30401900055

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2023**

SKRIPSI

Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Keberlanjutan Industri Surimi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban

Disusun oleh:

Asyifatul sabila

Nim : 30401900055

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan
sidang panitia ujian *Skripsi MB-KM*

Program studi Manajemen fakultas ekonomi

Universitas Islam Sulatan Agung Semarang

Semarang, 2 Januari 2023

Pembimbing,

Dosen pembimbing lapangan,

Dosen Supervisor



Dr. Alifah Ratnawati, M.M
NIK.210489019



M. Iqbal Badubah S.Tp

**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK SEBAGAI KEBERLANJUTAN
INDUSTRI SURIMI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA PT. KELOLA MINA LAUT TUBAN**

Disusun oleh :

Asyifatuz Sabila

Nim : 30401900055

Telah di pertahankan di depan penguji

Pada tanggal 12 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan



Dr. Alifah Ratnawati, M.M

NIK.210489019

Dosen Penguji I



Dr. Sri Hartono, SE,M.Si

NIK. 210495037

Dosen Penguji II



Zaenudin,S.E.,MM

NIK.210492031

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Tanggal 2 Februari 2023

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Lutfi Nurchohis, S.T.,S.E.,M.M

NIK. 210416055

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Asyifatus Sabila

Nim : 30401900055

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Keberlanjutan Industri Surimi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban”** merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik akademik dalam penyusunan skripsi ini

Semarang, 02 Februari 2023



Asyifatus Sabila
NIM. 30401900055

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan diberi kemudahan dalam menyelesaikan laporan magang ini yang berjudul **“Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Keberlanjutan Industri Surimi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban.”** Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umat yang diberi syafaat kelak oleh nabi muhammad SAW

Penelitian ini merupakan salah satu bentuk dedikasi penulis terhadap dunia akademis yang juga merupakan syarat dalam menyelesaikan Program S-1 Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam proses penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyadari tanpa bimbingan, motivasi dan ilmu dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyusun laporan magang ini dengan baik dan benar, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Alifah Ratnawati, MM selaku Dosen Pembimbing lapangan yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, pengarahan, dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan usulan laporan skripsi ini.
2. Bapak Prof Heru Sulisty, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

3. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, ST.,SE.,MM., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
4. Bapak Drs. Sarjono selaku manager perusahaan yang telah memberikan izin untuk magang di Pt. Kelola Mina Laut.
5. Bapak M. Iqbal Badubah S.Tp selaku dosen supervisor yang telah sabar memberikan informasi dan memberi arahan saat magang.
6. Bapak Ir. Agus Dauri selaku plant manager perusahaan yang telah memberikan informasi mengenai tata kelola perusahaan.
7. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungannya baik secara komersil.
8. Teman-teman saya yang lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung selama magang dan selama penulisan laporan magang dan semua pihak-pihak yang tidak saya sebutkan satu per satu.

Pada laporan magang ini sangat dimungkinkan masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima. Semoga laporan magang saya di Pt. Kelola Mina Laut Tuban dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Semarang, 2 Januari 2023



Asyifatus Sabila

ABSTRAK

Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Keberlanjutan Industri Surimi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban.

Laporan magang MB-KM ini ditunjukkan untuk membantu meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan strategi diversifikasi produk pada bahan baku surimi. Untuk keperluan tersebut, pengamatan dan pengumpulan data telah dilakukan selama 4 bulan magang di Pt. Kelola Mina Laut Tuban . Kajian teori secara kritis telah dilakukan untuk menjelaskan berbagai masalah yang ditemui terkait dengan penurunan volume. Melalui metoda komparasi idealism teori yang dibangun dengan realita di lapangan, ditemukan bahwa sangat penting Pt. Kelola Mina laut dalam meningkatkan volume penjualan kembali agar dapat bertahan pada siklus hidup perusahaan.

Kata kunci : *Diversifikasi, volume penjualan dan Pt. kelola mina laut*

ABSTRACK

Product Diversification Strategy as a Sustainability of the Surimi Industry in Increasing Sales Volume at Pt. Kelola Mina Laut Tuban. This MB-KM internship report is shown to help increase sales volume by using a product diversification strategy on surimi raw materials. For this purpose, observations and data collection have been carried out during a 4-month internship at Pt. Kelola Mina Laut Tuban. Critical theoretical studies have been carried out to explain the various problems encountered related to volume reduction. Through the method of comparing idealism theory which is built with the reality in the field, it is found

that it is very important that Pt. Manage sea Minas in increasing resale volume to survive the company life cycle.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PENYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	i
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan.....	11
1.3 Sistematika Penulisan	11
BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG	14
2.1 Profil Organisasi	14
2.1.1 Sejarah Pt. Kelola Mina Laut Tuban	14
2.1.2 Visi dan misi perusahaan.....	14
2.1.3 Lokasi Perusahaan.....	15
2.1.4 Struktur Organisasi.....	15
2.1.5 Tugas dan Wewenang Organisasi Pt. Kelola Mina Laut	18
2.1.6 Proses Bisnis Pt. Kelola Mina Laut Tuban.....	20
2.2 Aktifitas Magang	21
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH.....	24
3.1 Identifikasi masalah	24
3.2 Prioritas Masalah	26
BAB IV KAJIAN PUSTAKA	28
4.1 Strategi Diversifikasi.....	28
4.1.1 Pengertian Strategi Diversifikasi	28
4.1.2 Tujuan Diversifikasi	31
4.1.3 Manfaat Strategi Diversifikasi	32
4.1.4 Faktor Pendorong melakukan Diversifikasi.....	33
4.1.5 Pelaksanaan Diversifikasi	33
4.1.6 Kelebihan dan Kekurangan Diversifikasi	34
4.2 Volume Penjualan	36
4.2.1 Pengertian Volume Penjualan.....	36
4.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan.....	37
4.2.3 Strategi Meningkatkan Volume Penjualan.....	38
BAB V METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA.....	41
5.1 Metode Pengumpulan Data	41
5.2 Metode Analisis Data	43

BAB VI.....	47
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
6.1 Uraian masalah pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban	47
6.2 Analisis Data.....	47
BAB VII.....	60
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	60
7.1 Kesimpulan.....	60
7.2 Rekomendasi Hasil Analisis	60
7.3 Rekomendasi untuk Pt. Kelola Mina Laut Tuban	61
7.4 Rekomendasi untuk Program studi.....	61
BAB VIII.....	63
REFLEKSI DIRI	63
8.1 Hal Positif Yang Diterima Selama Magang.....	63
8.2 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan dan Kekurangan Softskill.....	63
8.3 Manfaat Magang terhadap Pengembangan dan Kemampuan Kognitif mahasiswa 64	
8.4 Kunci sukses bekerja berdasarkan pengalaman magang.....	65
8.5 Rencana perbaikan/pengembangan Diri, Karir dan Pendidikan	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68
Lampiran 5 Proses Pembimbingan Oleh Dosen Supervisor.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Volume dan Nilai Ekspor Surimi 2017-2021 4

Tabel 6. 1 Target Penjualan Pt.Kelola Mina Laut Tuban 56



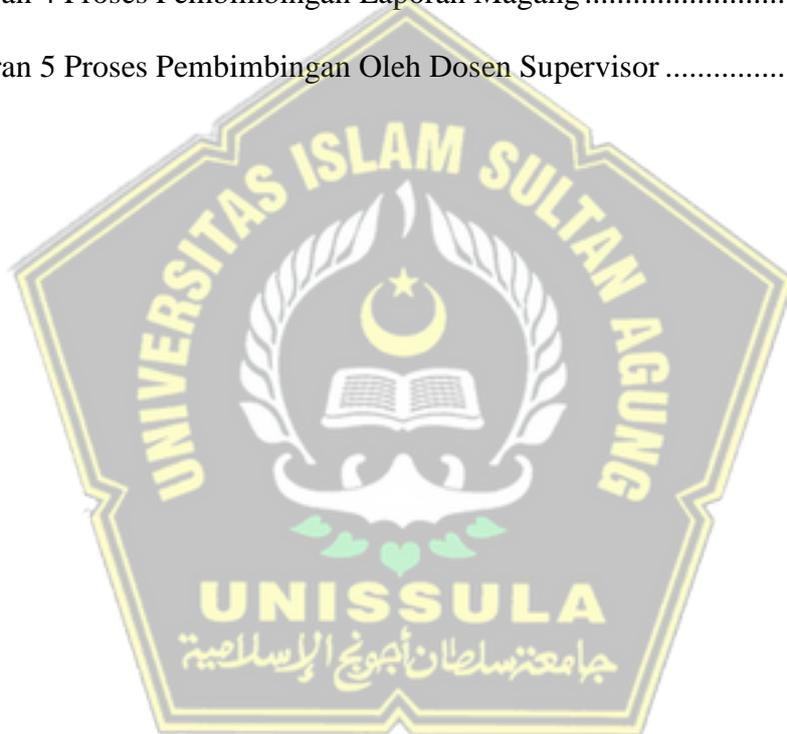
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Volume Ekspor Surimi Indonesia	5
Gambar 1. 2 Volume Penjualan Surimi Pt.Kelola Mina Laut Tuban	7
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi (Sumber Pt. Kelola Mina Laut Tuban).....	17
Gambar 6. 1 pengaruh peningkatan volume penjualan.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas Peserta Magang.....	68
Lampiran 2 Daftar Hadir Peserta Magang	69
Lampiran 3 <i>Logbook</i> Peserta Magang	77
Lampiran 4 Proses Pembimbingan Laporan Magang	85
Lampiran 5 Proses Pembimbingan Oleh Dosen Supervisor	86



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ada banyak potensi di Indonesia sumber daya alam terutama sumber daya laut. Ada banyak sumber daya hayati dilaut Indonesia, luas laut Indonesia sendiri sekitar 2,01 juta kilometer di zona ekonomi eksklusif (ZEE). Yang artinya luaslaut Indonesia hampir separuh sendiri dari luas wilayah Indonesia. sehingga Indonesia dapat menghasilkan berbagai jenis ikan dan menikmati keunggulan lainnya.

Selain jumlahnya dan jenis ikan yang banyak serta beraneka ragam, menjadikan salah satu komoditi ekspor andalan negara karena dapat meningkatkan devisa negara. Menurut Badan Pusat Statistik pada periode Januari-Maret 2020 neraca perdagangan hasil perikanan di Indonesia mencapai US\$ 1,14 Milyar, meningkat sekitar 10,50% jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Hal tersebut menunjukkan potensi perikanan Indonesia yang sangat besar. Potensi tersebut berpotensi menjadi salah satu sumber modal utama bagi perbaikan sekarang dan di masa mendatang apabila dikelola secara baik dan bertanggung jawab (Di et al., 2021)

Pembuatan surimi sendiri berawal dari daging ikan yang dihancurkan yang telah dicuci dengan larutan NaCl dingin lalu diperas, ditambahkan dengan bahan tambahan makanan, dikemas dan dibekukan menjadi produk perikanan setengah jadi (produk antara) Ikan adalah produk makanan yang memiliki banyak nilai gizi namun mudah rusak atau kehilangan kualitasnya, sehingga perlu

diolah semaksimal mungkin untuk mendapatkan nilai lebih. Pembuatan surimi dan produk olahannya merupakan salah satu strategi untuk memaksimalkan pemanfaatan ikan hasil tangkapan, khususnya hasil sampingan. Surimi adalah daging ikan yang dihancurkan yang telah dicuci dengan larutan garam dingin, diperas, ditambahkan bahan tambahan makanan, dikemas, dan dibekukan menjadi produk perikanan setengah jadi .(Dhakiri, n.d.). Dalam bahasa jepang untuk daging lumat dan jaringan yang akan dicuci. Surimi juga dapat disebut sebagai olahan daging cincang yang telah mengalami beberapa kali proses pencucian yang dimaksudkan untuk menghilangkan komponen yang larut air seperti protein, sarkoplasma, darah dan enzim (Vol, 2014)

Sedangkan menurut (Hikmayani, 2017) Surimi adalah produk setengah jadi berupa lumatan daging ikan yang dicuci menggunakan air dingin untuk memperbaiki sifat organoleptic dan fungsional dari daging lumatan tersebut. Surimi dijadikan sebagai bahan baku pada pengolahan kamaboko, chikuwa, hanpen dan *fish ham* serta produk olahan jeli ikan lainnya seperti pempek, otak-otak, bakso dan sosis

Industri surimi berkembang pesat diIndonesia sejak tahun 1995 hingga sampai saat ini dan berpeluang besar untuk terus dikembangkan, industri surimi sendiri telah memanfaatkan ikan demersal sebagai bahan baku surimi seperti kuniran (*Upeneus spp*), swanggi/mata besar (*Priacanthus spp*), kurisi (*Nemipterus spp*), beloso (*Saurida spp*), kapasan (*Gerres spp*), coklatan (*Nemipterus japonicus*) dan ikan gulamah (*Pseudociena amoyensis*) dari beberapa spesias ikan tersebut merupakan ikan utama yang menggunakan alat tangkap cantrang . Selain itu,

spesies ini juga banyak ditemukan pada laut sepanjang jalan pantura. Bahan baku surimi merupakan ikan tergolong murah serta ketersediaannya melimpah dan cocok untuk bahan baku industri surimi karena dapat menghasilkan surimi dengan kekuatan gel yang tinggi (Science, 2021)

Industri surimi merupakan salah satu industri pengolahan perikanan yang memiliki peluang besar untuk dibangun dan dikembangkan di Indonesia. Produksi surimi dunia mencapai 820.000 MT pada tahun 2017, dimana 58,5% surimi tersebut dihasilkan dari ikan tropis oleh beberapa negara di Asia (Thailand, Vietnam, India, China, Indonesia, Malaysia, Pakistan dan Myanmar. Terdapat 16 industri surimi di Indonesia, semuanya berlokasi di bagian utara pulau Jawa; Indramayu, Tegal, Pekalongan, Kendal, Rembang, Tuban, Lamongan, Sidoarjo, Pasuruan, dan Probolinggo. Dengan demikian, industri memainkan peran penting dalam perekonomian regional dan nasional. (Rizky et al., 2020)

Menurut (Mr. fact, 2021) pada pasar global permintaan surimi akan terus meningkat dari sektor service e food manufacturing, serta dari kalangan konsumen yang lebih suka mengolah makanan secara praktis. Produk surimi akan terus disukai oleh para konsumen karena lebih praktis dan memiliki kandungan gizi tinggi. Salah satu industri pengolahan ikan adalah industri surimi yang menghasilkan produk siap masak dan sederhana serta digunakan baik untuk ekspor maupun konsumsi dalam negeri. Namun sejalan dengan berkembangnya industri surimi, pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai pelarangan penggunaan alat tangkap catrang sejak tahun 2017. karena adanya peraturan dari menteri kelautan dan perikanan mengenai pelarangan penggunaan catrang tersebut,

menjadikan para nelayan semakin sulit mendapatkan bahan baku ikan yang dibuat untuk proses olahan surimi lebih lanjut. Sedangkan ikan untuk bahan baku surimi hanya bisa menggunakan catrang karena ikan-ikan tersebut merupakan ikan yang berukuran kecil. akibat dari pelarangan penggunaan catrang tersebut pada tahun 2017 terdapat beberapa perusahaan surimi nyaris bangrut karena tidak adanya stock ikan.

Tabel 1. 1Volume dan Nilai Ekspor Surimi 2017-2021

Tahun	Volume (Kg)	Nilai Satuan (USD)
2017	28.524.488	118.412.806
2018	29.613.650	90.642.866
2019	35.172.598	82.676.537
2020	33.431.229	86.816.369
2021	24.024.559	68.266.475

Sumber: Badan Pusat Statistik(BPS),diolah oleh ditjen PDSPKP



Gambar 1. 1 Volume Ekspor Surimi Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik(BPS),diolah oleh ditjen PDSPKP

Dari pemaparan diatas menunjukkan adanya penurunan volume ekspor surimi di Indonesia pada 5 tahun terakhir. Tetapi di tahun 2018 – 2019 produk surimi mengalami kenaikan kembali dibanding tahun sebelumnya menurut AP5I, Ini terjadi karena masih banyaknya pro dan kontra mengenai pelarangan penggunaan alat tangkap catrang walaupun demikian permintaan pasar terhadap produk surimi meningkat, dimasa pandemi covid-19 konsumen lebih banyak beralih ke produk perikanan olahan berbahan dasar surimi karena menjadi salah satu alternatif pilihan cutomer sebagai olahan makanan yang praktis diolah serta makanan berprotein tinggi. Namun disamping meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk surimi tidak dipungkiri persediaan bahan baku surimi terbatas. Padahal, industri pengolahan ikan surimi memiliki permintaan yang signifikan di pasar. Bahan baku tetap sekitar 65% di bawah kapasitas pabrik.

pada tahun 2020 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) karena tidak banyak kegiatan sosial dan ekonomi selama pandemi COVID-19. , serta kondisi cuaca yang menyulitkan

para nelayan mendapatkan ikan padahal kegiatan ekspor perikanan terus mengalami peningkatan terutama komoditas surimi yang banyak dikirim. Meningkatnya volume, frekuensi, dan nilai ekspor produk perikanan menunjukkan tingginya minat pasar luar negeri terhadap produk perikanan. Tetapi pada tahun 2021 terjadi penurunan yang sangat drastis, disebabkan karena Menteri Kelautan dan Perikanan Sakti Wahyu Trenggono menunjukkan kepastian kembali dalam memelihara kelestarian laut dengan tidak lagi mengizinkan alat tangkap cantrang digunakan di perairan Indonesia. Menurut Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan (Permen KP) Nomor 18 Tahun 2021 tentang Penempatan Alat Penangkapan Ikan dan Alat Bantu Penangkapan Ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan Republik Indonesia dan Laut Lepas serta Penataan Andon Fishing, official alat tangkap cantrang tidak lagi diperbolehkan beroperasi di perairan Indonesia. Menteri Trenggono mengatakan pemusnahan alat tangkap cantrang ini merupakan wujud komitmen akan mengikuti aturan yang sudah ada. Menteri Kelautan dan Perikanan mengajak semua pihak untuk ikut serta memantau perairan Indonesia guna meningkatkan efektivitas pengawasan. Dari peraturan yang ditetapkan oleh menteri kelautan dan perikanan tersebut menjadikan para nelayan-nelayan kecil serta perusahaan yang memproduksi surimi kembali terdampak dan terombang-ambing.

Pt. Kelola Mina Laut Tuban adalah salah satu industri pengolahan surimi yang ikut terdampak akibat dari pelarangan penggunaan cantrang, Pt. Kelola Mina Laut merupakan perusahaan ekspor yang memproduksi bahan setengah jadi yaitu surimi, yang berdiri pada tahun 2015. Lokasi perusahaan strategis yang berada

disepanjang pantai utara dan dekat dengan TPI(Tempat Pelelangan ikan) Berpeluang tinggi sehingga mempermudah dalam mendapatkan bahan baku berkualitas dengan harga lebih terjangkau. Namun dari adanya peraturan pemerintah mengenai penggunaan alat tangkap catrang yang menyebabkan terkendalanya pasokan bahan baku surimi yang sedikit dari para pemasok yang berdampak pada proses produksi surimi, Hal ini menyebabkan penurunan volume penjualan perusahaan. Berikut volume penjualan perusahaan dari tahun 2017-2021 :



Gambar 1. 2 Volume Penjualan Surimi Pt.Kelola Mina Laut Tuban

Sumber data Pt. Kelola Mina Laut Tuban

Dari permasalahan komplek diatas tidak dipungkiri jika perusahaan dituntut agar bisa melakukan inovasi dan lebih berupaya mengatur pemasaran sehingga dapat merebut pangsa pasar agar dapat dikenal lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan kembali. Dikarenakan bahan baku surimi yang menipis dan tidak menentu jumlah yang didapatkan akibat larangan penggunaan catrang. Pemerintah pun telah menghimbau kepada perusahaan industri surimi untuk

melakukan diversifikasi bahan baku surimi agar tidak mengandalkan jenis spesies saja, jika proses diversifikasi tidak cepat dilakukan maka industri surimi tidak akan bertahan lama karena nelayan tidak dapat menyediakan bahan baku yang dibutuhkan oleh industri (Musyafa, 2018)

Meskipun perusahaan masih dapat memproduksi surimi dengan bahan baku sebelumnya, tetapi perusahaan tidak dapat memproduksi secara maksimal dengan kapasitas yang memenuhi. Jika perusahaan masih tetap mengandalkan bahan baku surimi sebelumnya, dan tidak melakukan proses diversifikasi bahan baku, maka akan terus menyebabkan penurunan volume penjualan secara signifikan. Selain itu, terbukti bahwa pelanggan tidak pernah puas dan selalu menginginkan produk yang lebih baik. Semakin banyak persaingan dalam perdagangan, semakin berkembang perdagangan itu. ditambah semakin meningkatnya kesadaran konsumen mengenai gaya hidup dan makanan yang bergizi menjadikan mereka lebih memilih produk makanan yang berkualitas tinggi. Selain itu, konsumen juga memperhatikan kualitas bahan yang digunakan dalam produk makanannya serta praktis untuk dikonsumsi.

Maka dari itu, perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan di luar serta mampu mengkolaborasi produk yang sudah ada dengan produk baru dan tetap loyal terhadap barang yang diproduksinya, sehingga produk yang dihasilkan tetap diminati oleh konsumen. Pada bagian pemasaran perusahaan juga harus mampu memunculkan ide-ide baru dan kreatif dalam berbagai cara untuk meningkatkan produk perusahaan saat ini dan menciptakan produk baru untuk

memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Karena keadaan tersebut, strategi baru untuk mempertahankan eksistensi industri perlu dilakukan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk memperkuat keberlanjutan industri surimi adalah diversifikasi bahan baku dengan menggunakan atau memformulasikan surimi dari berbagai bahan baku lainnya.

Oleh karena itu, strategi memperluas produk melalui diversifikasi sangat tepat sekali dengan alasan yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan sebuah mutu perusahaan dalam memproduksi barang serta meningkatkan volume penjualannya. Strategi diversifikasi produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas. Yang dimaksud yaitu suatu kegiatan yang dilakukan dengan mengembangkan produk selain bertujuan mempertahankan produk yang dihasilkan juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan yang berdampak juga pada peningkatan sebuah perusahaan. Pengembangan aneka produk olahan ikan lainnya dapat dijadikan alternatif penting dalam melakukan diversifikasi produk dan konsumsi protein. Salah satu jenis bahan baku ikan yang dapat diganti dengan bahan baku ikan lainnya yang juga dapat diandalkan untuk proses pembuatan surimi ikan.

Diversifikasi produk merupakan salah satu cara perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan, terutama jika sudah dalam tahap kedewasaan. Akibatnya, perusahaan menerapkan strategi diversifikasi produk. Sebuah

perusahaan tidak akan lagi bergantung pada satu jenis produk jika mendiversifikasi penawaran produknya. Namun bisnis juga bisa mengandalkan jenis produk lain (diversifikasi produk). Karena jika satu jenis produk menurun, jenis produk lain akan menggantikannya. Sebaliknya, sejumlah bisnis melakukan diversifikasi operasi mereka untuk bersiap menghadapi potensi krisis.

Menurut (Khamidi, 2008) diversifikasi merupakan strategi pertumbuhan perusahaan dengan cara memulai bisnis baru atau membeli perusahaan lain di luar produk dan pasar perusahaan sekarang. Dengan diversifikasi produk atau dengan memberikan varian-varian baru perusahaan dapat memuaskan pelanggan atau permintaan pasar dalam menghadapi persaingan yang ketat dari perusahaan lain yang menjual barang sejenis. Menggunakan strategi diversifikasi produk akan menjadi komplek implementasinya karena secara umum diversifikasi produk secara umum juga strategi perluasan dan pengembangan produk, dengan tetap mempertahankan produk lama yang masih layak secara finansial. Untuk lebih bersaing, memuaskan pemangku kepentingan, dan menarik tenaga kerja berbakat, bisnis harus berkembang.

Sedangkan menurut (Sukma, 2018) Intinya, mendiversifikasi produk merupakan strategi alternatif yang penting untuk meningkatkan volume penjualan. Perolehan laba kemudian akan dipengaruhi oleh volume penjualan. Jumlah total yang dihasilkan oleh penjualan barang disebut volume penjualan. Kemungkinan suatu kegiatan usaha produksi akan menghasilkan laba berbanding terbalik dengan jumlah penjualan yang dihasilkannya.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, penulis tertarik untuk mengkaji mengenai dikonsersifikasi produk, maka penulis bermaksud untuk membuat penulisan laporan dengan judul “*Strategi Diversifikasi Produk sebagai keberlanjutan industri surimi Dalam meningkatkan volume penjualan Pada PT. Kelola Mina Laut Tuban*” penulisan ini bertujuan untuk mengoptimalkan untuk mengkonsersifikasikan produk mengenai keberlanjutan industri surimi serta volume penjualan perusahaan semakin meningkat dan dapat bersaing.

1.2 Tujuan

berdasarkan uraian permasalahan diatas, adapun tujuan serta maksud dari penulisan laporan yang berjudul “Strategi Diversifikasi Produk sebagai keberlanjutan industri surimi Dalam meningkatkan volume penjualan pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban” sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala-kendala penyebab turunnya volume penjualan secara signifikan
2. Melakukan studi komperatif dengan cara membandingkan permasalahan yang menyangkut penurunan volume penjualan dengan penerapan strategi diversifikasi produk secara teoritis
3. Memberikan usulan solusi untuk mengatasi permasalahan terkait dengan penurunan volume penjualan di Pt. Kelola Mina Laut Tuban

1.3 Sistematika Penulisan

Laporan magang MBKM ini terdiri dari delapan bab seperti berikut ini :

- BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama mencakup latar belakang dari topik penelitian serta menjelaskan urgensi dari topik dan menjabarkan masalah-masalah ditempat magang, selanjutnya berisi mengenai tujuan penulisan topik magang dan sistematika sistematika penulisan .

➤ **BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG**

Bab kedua merupakan profil organisasi dari Pt. Kelola Mina Laut Tuban yang mencakup karakteristik organisasi yang terkait dengan sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, tugas dan wewenang organisasi, sumber daya manusia perusahaan, proses bisnis perusahaan, proses penciptaan nilai melalui produk serta aktivitas magang yang menguraikan segala aktivitas yang dilakukan ditempat magang.

➤ **BAB III IDENTIFIKASI MASALAH**

Bab Ketiga menjelaskan berbagai masalah yang ditemui diperusahaan mulai dari manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan, manajemen operasional dan manajemen akuntansi serta mengidentifikasi salah satu masalah yang ada diperusahaan yang perlu dibahas.

➤ **BAB IV KAJIAN PUSTAKA**

Bab keempat membahas mengenai masalah yang diambil sesuai topik laporan magang.

➤ **BAB V METODE PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS DATA**

Bab kelima berisi mengenai analisis terhadap permasalahan yang menjadi topik pembahasan yaitu mengenai strategi diversifikasi produk

pada Pt. Kelola mina laut Tuban. Hasil analisis kemudian dibahas dengan pendekatan teori yang relevan.

➤ **BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab keenam berisi mengenai uraian kembali masalah yang menjadi topik pembahasan dengan menggunakan teori yang relevan untuk menjelaskan dan membandingkan dengan kasus yang diangkat serta menyebutkan referensi yang valid

➤ **BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Bab ketujuh berisi kesimpulan mengenai pendapat tentang kasus atau masalah yang dianalisis dan rekomendasi terkait hasil analisis bab 5 serta rekomendasi hal-hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang dan program studi

➤ **BAB VIII REFLEKSI DIRI**

Bab kedelapan berisi mengenai penjabaran tentang hal-hal positif yang diterima selama magang

BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

2.1.1 Sejarah Pt. Kelola Mina Laut Tuban

Pt. Kelola Mina Laut Unit Surimi Tuban dimulai pada tahun 1994 dengan nama Muda Prima Insan yang memproduksi ikan teri nasi yang dikeringkan. Namun seiring berjalannya waktu muda insan prima tumbuh dengan pesat hingga menembus pasar internasional. Selain mengembangkan produksinya yang awalnya hanya mengolah teri saja kemudian merambah ke pengolahan udang. Perkembangan muda prima insan juga merambah pengolahan snack berbahan dasar ikan teri berbagai macam jenis dan jenis ikan kecil lain yang ada diperairan dekat pabrik untuk dijadikan camilan dan lauk dengan label Minakita.

Tepat pada bulan September 2015, muda prima insan tuban berganti nama menjadi Kelola Mina Laut Unit Surimi Tuban. Hal tersebut dilakukan untuk merencanakan pabrik tuban sebagai pabrik pusat pengolahan surimi milik Pt. Kelola Mina Laut Grup.

2.1.2 Visi dan misi perusahaan

Visi Pt. Kelola Mina Laut :

- KML *Food* menjadi perusahaan makanan terintegrasi terbaik dan terkompertif di Indonesia.
- KML *Food* menjadi dapur Indonesia.

Misi Pt. Kelola Mina Laut :

- Berorientasi pada efisiensi, efektifitas kerja dan produktivitas .
- Fokus pada *value added products*.
- Menjalin kemitraan (*partnership*) dengan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).
- Standar kualitas tinggi untuk produk yang dihasilkan.
- Kualitas pelayanan yang sangat baik untuk memastikan kepuasan pelanggan
- Pencapaian kinerja yang hebat dan diatas rata-rata dalam industri berdasarkan fundamental yang kuat dari bisnis.

2.1.3 Lokasi Perusahaan

Pt. kelola Mina Laut berdiri pada tanggal 18 Agustus 1994, tetapi untuk Pt. kelola Mina Laut Unit Surimi Tuban berdiri pada tanggal 18 September 2015. Pabrik ini memiliki luas 3000 m². Yang beralamat di Jl. Raya Tuban – Semarang KM. 30 Ds. Sobontoro Kec. Tambakboyo – Tuban Jawa Timur.

Pt. kelola Mina laut Tuban berlokasi dalam lingkup kawasan industri Tuban, dimana kawasan tersebut merupakan kawasan yang dikembangkan oleh pemerintah daerah untuk menunjang keberadaan sentra industri Tuban. Pt kelola mina laut dalam satu kawasan industri memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan yaitu tersedianya fasilitas pendukung juga kemudahan distribusi produk.

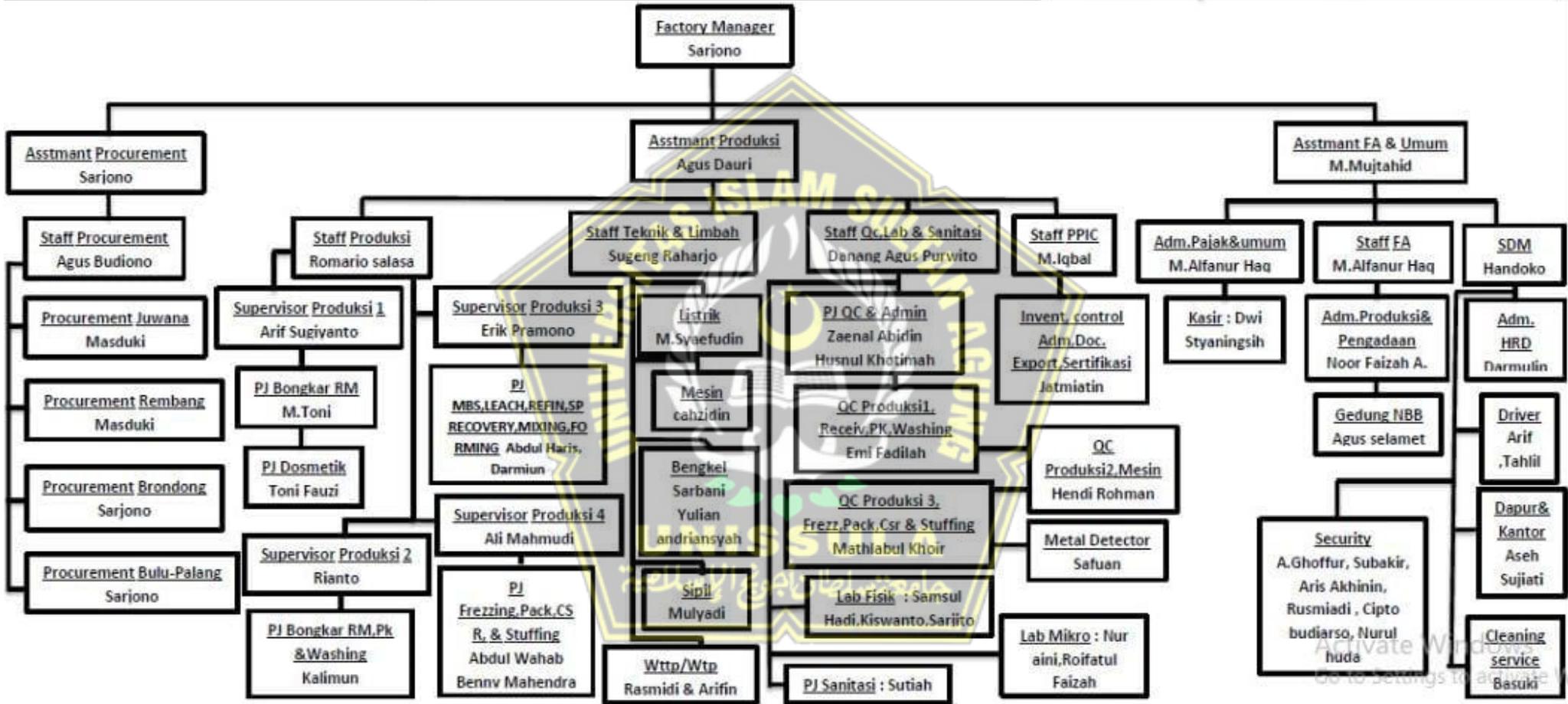
2.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan merupakan gambaran dari tanggung jawab perusahaan, tugas dan kewajiban serta kekuasaan yang ada dalam perusahaan

dalam rangka membagi tugas sesuai porsisinya yang dimiliki dan untuk memudahkan dalam melaksanakan tugasnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan perusahaan. Berikut struktur organisasi Pt. Kelola Mina Laut Tuban:



	ORGANIZATIONAL STRUCTURE	No Dokumentasi	SM/ST/1-03.1
	SURIMI TUBAN	Edisi/Revisi	2/4
		Tgl.Bln.Thn	24 Mei 2022
		Halaman	1 dari 1



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi (Sumber Pt. Kelola Mina Laut Tuban)

2.1.5 Tugas dan Wewenang Organisasi Pt. Kelola Mina Laut

a. *General Manager*

- Merencanakan seluruh operasional proses produksi, pemenuhan bahan baku/bahan pendukung, pemenuhan target proses produksi sesuai target perusahaan dengan kualitas yang sesuai standar.
- Bertanggung jawab terhadap jalannya perusahaan.
- Pengawasan, mengevaluasi dan menganalisa operasional seluruh anggaran perusahaan.

b. *Plant Manager*

- Bertanggung jawab terhadap jalannya produksi secara keseluruhan, fasilitas dan karyawan mulai penerima sampai produk akhir.

c. *Production Supervisor*

- Pengawasan proses produksi sesuai SOP yang berlaku
- Mengontrol proses produksi sesuai dengan target ekspor.
- Memeriksa hasil produksi sesuai dengan alur prosesnya.

d. *Procurement Supervisor*

- Bertanggung jawab terhadap raw material dari supplier
- Merencanakan pembelian raw material sesuai dengan permintaan *marketing*.

e. *Human Resource Development Supervisor*

- Bertanggung jawab terhadap pengelolaan SDM dan administrasi kepegawaian sesuai dengan keputusan yang dibuat oleh direktur.
- Menerapkan dan mempertahankan peraturan, kebijakan, prosedur yang berlaku.
- Memberikan training karyawan secara rutin baik untuk karyawan yang baru maupun yang sudah lama.

f. *Quality Control, Lab And Sanitasi Supervisor*

- Merencanakan program *monitoring* kualitas bahan baku, bahan pendukung dan produk akhir selama proses produksi.
- Mengawasi dan mencatat semua aktifitas produksi sesuai dengan standar yang ditetapkan
- Melakukan evaluasi terhadap pemenuhan kualitas proses produksi.
- Memastikan bahwa kualitas bahan baku, produk akhir, sanitasi karyawan dan alat sesuai dengan standar melalui verifikasi laboratorium.

g. *Production Planning Inventory Control Supervisor*

- Bertanggung jawab dalam perencanaan produksi dan ekspor.
- Berkoordinasi dengan tim produksi untuk mencapai target ekspor sesuai jadwal produksi.
- Membuat pemesanan produksi yang terdapat dalam kontak penjualan dan spesifikasi pembeli.
- Perencanaan *supply* bahan baku, bahan kemasan dan bahan non kemasan dan perencanaan ekspor.

h. *Technical Supervisor*

- Bertanggung jawab untuk operasional dan pemeliharaan mesin produksi, mengatur operasional mesin produksi, membuat jadwal operasional mesin produksi.

i. *Head of QA and Lab*

- Bertugas untuk menjadi asisten keamanan pangan.

j. *Supervisor Of Certification And Doc*

- Bertugas untuk membantu proses sertifikasi, meliputi BPOM, Halal, HACCP dan SKP.

- Bertugas memastikan bahwa dokumen akurat dan *up to date* serta memperbarui dokumen atau revisi sesuai dengan aturan teknis.

k. *Head of R&D*

- Bertugas untuk mengembangkan produk yang telah ada dan membuat produk baru.
- Bertugas untuk menatasi masalah yang berkaitan dengan komposisi, proses teknis dll.

l. *Purcasing manager(NBB)*

- Bertugas untuk mengatur pembelian barang dengan mendapatkan harga dan kualitas tinggi.

m. Koordinator Tim Keamanan Pangan

- Bertugas untuk mengatur tim keamanan pangan dan pembagian kerja.
- Bertanggung jawan untuk memastikan pelatihan dan pendidikan yang sesuai untuk anggota tim keamanan pangan serta memastikan sistem keamanan manajemen keamanan pangan yang telah ditetapkan.
- Bertugas untuk melaporkan kegiatan kepemimpinan manajemen tentang efektifitas kerja dan kesesuaiannya dengan sistem manajemen keamanan pangan.

2.1.6 Proses Bisnis Pt. Kelola Mina Laut Tuban

Pt. Kelola mina Laut Tuban merupakan perusahaan multinasional yang bergerak dibidang *manufacturing (food industries)*, *distribution* dan *exsport/import* produk olahan hasil laut dan agroindustri terintegrasi. Perusahaan ini berkantor pusat di jalan KIG Raya Selatan kav.5c,KIG Gresik, Jawa timur. Pt. Kelola mina laut telah membawahi pabrik pengolahan yang terbesar diberbagai pulau Indonesia. Pabrik pengolahan tersebut terbagi menjadi unit-unit yang terdiri dari unit pengolahan ikan dan *cephalopoda*, unit pengolahan udang, unit pengolahan daging kepiting, unit pengolahan frozen blok surimi, unit pengolahan base

produk surimi dan unit pengolahan frozen vegetables. Salah satu perusahaan cabang yaitu Pt. Kelola Mina Laut Tuban yang memproduksi surimi. Surimi, juga dikenal sebagai konsentrat protein ikan yang merupakan produk setengah jadi yang dibuat dengan mencuci daging berulang kali untuk mendapatkan miofibril, protein yang larut dalam garam. Tujuan pencucian daging ikan adalah untuk melarutkan berbagai komponen yang larut dalam air seperti enzim, darah, dan protein sarkoplasma. (Tirtha & Ardianti, 2014). Untuk jenis olahan sendiri surimi Pt. Kelola Mina Laut tuban menggunakan 4 bahan baku ikan seperti iakan mata lebar, kurisi, kapasan dan kuniran. Jenis *grade* untuk produk surimi pun dibagi lagi kedalam beberapa jenis tingkat kualitas yang dimiliki ikan tidak dipungkiri hal ini bertujuan untuk mendapatkan tingkat kekenyalan pada surimi ikan karena semakin tinggi tingkat kekenyalan ikan surimi maka akan semakin tinggi pula grade dan harga jual yang ditetapkan, untuk menentukan tingkat kekenyalan pada ikan surimi sebelum tahap *packing* dilakukan uji laboratorium terlebih dahulu. Berikut pembagian grade ikan surimi menurut Pt. Mina Laut Unit Tuban :

- Grade A
- Grade AA
- Grade SA
- Grade KA

2.2 Aktifitas Magang

1. Deskripsi Kegiatan Magang

Kegiatan magang di Pt. Kelola Mina Laut Tuban dimulai tanggal 14 februari 2022 dan berakhir pada tanggal 18 Juni 2022. kegiatan magang berlangsung kurang lebih 4 bulan. Berikut ini adalah kegiatan magang di Pt. Kelola Mina Laut Tuban.

Hari kerja: Senin sampai Jumat

Jam kerja: 08.00 – 16.00

2. Penjelasan kegiatan magang di Pt. Kelola Mina Laut Tuban:

- a. Kegiatan magang dimulai pada hari Senin, tanggal 14 Februari 2022. Pada awal masuk saya diberikan kesempatan untuk memperkenalkan diri kepada para staf karyawan Pt. Kelola Mina laut Tuban dan selama satu minggu pertama saya dijelaskan oleh HRD mengenai sumber daya manusia yang ada diperusahaan dan dijelaskan oleh bagian unit manajemen produksi mengenai proses bisnis perusahaan lalu proses produksi pembuatan surimi mulai dari pengambilan ikan segar lalu masuk ke proses tahap 1,2&3 hingga proses *packing*. Serta diberikan penjelasan apa saja yang dapat saya bantu kerjakan pada saat kegiatan magang berlangsung. Lalu oleh pihak *plant manager* menempatkan saya di unit fungsional manajemen operasional bagian PPIC dimana tugas PPIC adalah merencanakan dan mengendalikan persediaan bahan baku yang akan diproduksi menjadi barang setengah jadi.
- b. Pada minggu kedua mulai dari tanggal 21 bulan Februari 2022 saya sudah mendapatkan pekerjaan dengan membantu unit manajemen SDM untuk merekap absensi para karyawan dihari berikutnya saya ditugaskan untuk membantu dibagian unit manajemen operasional untuk membantu mengupdate stok FG (*finish good*) & NBB (non bahan baku) hingga di minggu ketiga dan dipada tanggal 10 bulan maret saya diminta membantu dalam merekap keuangan perusahaan.
- c. Pada minggu keempat tanggal 14- 16 bulan Maret saya diajak oleh unit manajemen produksi untuk pengecekan raw material, serta *quality control* yang diterima/ditolak dan juga proses penimbangan RM dan dihari selanjutnya hingga minggu kelima kembali membantu unit sumber daya manusia dalam perekapan

- absensi serta membantu unit operasional dalam *Update stock fg* dan *nbb* hingga di minggu keenam.
- d. Pada minggu ketujuh di tanggal 8 bulan April saya diajak oleh unit manajemen sumber daya manusia untuk mengikuti webinar NKV yang biasanya diadakan oleh perusahaan pusat secara rutin untuk mentraining secara berkala untuk para karyawan atau juga para supervisor perusahaan.
- e. Pada minggu kedelapan di tanggal 18 bulan April saya diajak oleh unit manajemen produksi untuk melihat pembuatan sosis surimi di tempat produksi dan ditanggal 19 saya diajak ke dalam lab fisika guna menguci kadar surimi. Minggu kesembilan hingga minggu 14 seperti biasanya membantu rekapan absensi serta update stock FG dan NBB.
- f. Diminggu ke empat belas di tanggal 2 bulan juni 2022 saya diajak oleh plant manager untuk mengikuti meeting rutin dengan para staff perusahaan. Selama saya magang di Pt.Kelola Mina Laut bukan untuk membantu pekerjaan yang diberikan oleh pimpinan saja tetapi saya juga mencari berbagai informasi dan mengumpulkan data mengenai perusahaan mulai dari unit fungsional manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen operasional, manajemen keuangan dan manajemen akuntansi melalui wawancara dengan HRD untuk mendapatkan informasi mengenai berhubungan dengan SDM yang ada di perusahaan, wawancara dengan bagian keuangan untuk mendapatkan informasi mengenai laporan keuangan, manajemen piutang perusahaan, grafik keuangan per tahun dilanjutkan dengan melakukan wawancara dengan supervisor PPIC untuk mendapatkan informasi mengenai laporan buyer, jumlah buyer yang didapat disetiap tahunnya, bagaimana cara menyediakan bahan baku dan non bahan baku agar tidak kekurangan dan tidak kelebihan dan masih masih banyak lagi.

BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

3.1 Identifikasi masalah

Ada beberapa masalah yang dialami oleh Pt. mina Laut Tuban. Masalah ini tersebar diantara berbagai bagian atau unit perusahaan sebagai berikut :

No	Unit Fungsional	Sumber Masalah
1	Manajemen pemasaran	<p>1. Penurunan Volume Penjualan</p> <p>Penurunan volume penjualan pada Pt.Kelola Mina Laut Tuban selama 5 tahun terakhir, dikarenakan terkendalanya proses produksi akibat keterbatasan bahan baku surimi adanya pelarangan penggunaan alat tangkap catrang oleh pemerintah</p>
2	Manajemen SDM	<p>1. Pemeliharaan karyawan</p> <p>belum tercovernya seluruh karyawan dalam mendapatkan BPJS ketenagakerjaan (karena memberikan fasilitas bpjs kepada karyawan merupakan hal yang bersifat wajib bagi perusahaan).</p> <p>2. Perekrutan karyawan</p> <p>Pendidikan tidak merata (karyawan Pt. kelola mina laut pendidikan yang ditetapkan belum</p>

		bisa merata disebabkan karena perusahaan memprioritaskan pekerja berasal dari daerah sekitar perusahaan).
3	Manajemen keuangan	<p>1. Manajemen Pihutang</p> <p>komposisi hutang besar (sebagian besar perusahaan pastinya memiliki hutang jangka pendek maupun jangka panjang tetapi jika perusahaan memiliki komposisi hutang yang besar akan menyebabkan perusahaan berisiko tinggi).</p> <p>2. Analisis Laporan Keuangan</p> <p>Keuntungan menurun (keuntungan perusahaan dalam periode tahun ini mengalami penurunan hal itu perlu dikaji kembali bagaimana meningkatkan kembali keuntungan perusahaan).</p>
4	Manajemen operasional	<p>1. Lokasi Perusahaan</p> <p>Lokasi perusahaan kurang strategis yang lokasinya di tengah pemukiman warga sehingga menyebabkan terkendalanya proses distribusi yang akan keluar ataupun masuk perusahaan serta dapat mengganggu kenyamanan masyarakat sekitar</p>

5	Manajemen akuntansi	<p>1. Auditing</p> <p>Jarang diaudit (Adanya tindakan audit sangat berguna untuk menambah integritas laporan keuangan yang bisa dipercaya untuk kepentingan pihak luar seperti pemegang saham, kreditor, pemerintah, dan lain-lain tetapi jika perusahaan jarang melakukan pengauditan akan berdampak Kredibilitas dan kinerja perusahaan yang sudah berjalan selama ini akan dinilai tidak baik di hadapan para pemegang saham, pihak investor, dan pemerintah karena tidak menyajikan laporan keuangan yang lebih terpercaya dan valid).</p>
---	---------------------	---

3.2 Prioritas Masalah

Seperti yang telah dijabarkan mengenai masalah-masalah yang teridentifikasi diberbagai aspek mulai dari manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen operasional, manajemen keuangan dan manajemen akuntansi, terkait hal ini penulis memaparkan identifikasi masalah berdasarkan hasil survey yang ditemukan pada saat magang di Pt. Kelola Mina Laut Tuban. Temuan yang saya dapatkan yaitu mengenai penurunan volume penjualan surimi sejak 5 tahun terakhir

Dari identifikasi permasalahan yang terjadi dimasing-masing unit fungsional Pt. Kelola Mina Laut Tuban, permasalahan yang paling penting terdapat didalam unit fungsional manajemen pemasaran yaitu mengenai penurunan volume penjualan akibat stock bahan baku yang tidak menentu jumlahnya sehingga tidak dapat memenuhi target produksi padahal

tersedianya stock bahan baku yang melimpah merupakan suatu faktor utama yang penting dalam menunjang kelancaran kegiatan proses produksi lebih lanjut, faktor stock bahan baku pembuatan surimi yang tidak menentu dikarenakan adanya peraturan mengenai pelarangan penggunaan alat tangkap catrang. Sesuai dengan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan (Permen KP) No. 18 Tahun 2021 tentang penempatan alat tangkap dan alat bantu penangkapan ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan Republik Indonesia dan laut lepas, serta seperti andon tali pancing sedangkan untuk memperoleh bahan baku surimi dilaut menggunakan alat tangkap catrang dikarenakan ikan yang digunakan sebagai bahan baku utama pembuatan surimi berukuran kecil-kecil. Disisi lain perusahaan tidak bisa berhenti sampai disitu agar kelangsungan hidup perusahaan bisa bertahan dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, dikutip dari bisnis.com pemerintah juga menghimbau agar perusahaan surimi dapat mengkaji ide diversifikasi produk.

Diversifikasi produk hasil perikanan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan tingkat penjualan yang dapat dilakukan oleh Pt. Kelola Mina Laut Tuban hal ini dapat meningkatkan nilai tambah pada perusahaan, dengan melakukan diversifikasi perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja tetapi juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi) karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi produk jenis lainnya. Diversifikasi produk ditunjukkan untuk membuat produk bisa lebih tahan lama mengarah pada produk siap dikonsumsi atau digunakan, memenuhi selera, kebutuhan dan harapan konsumen, memperluas pasar, serta memberi nilai tambah pada perusahaan.

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Strategi Diversifikasi

4.1.1 Pengertian Strategi Diversifikasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah “Diversifikasi” diartikan sebagai perbedaan, penggolongan, dan penganekaragaman. Istilah ini, kerap dijumpai dalam dunia usaha. Pada bidang ekonomi, diversifikasi dikaitkan dengan penganekaragaman usaha untuk menghindari ketergantungan ketunggalan kegiatan produk, jasa, dan investasi. Pada dasarnya strategi diversifikasi merupakan salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan volume penjualan. Istilah “diversifikasi produk” sering diartikan oleh masyarakat umum sebagai barang yang belum pernah dibuat atau diproduksi oleh suatu perusahaan sebelumnya, tetapi telah dirancang dengan berbagai modifikasi sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Sementara itu, konsep diversifikasi dapat diartikan lebih luas dalam disiplin ilmu pemasaran itu sendiri. Alhasil, bukan hanya produk baru tapi juga produk yang fokus pada aspek desain dan inovatif. (Hermawan & Chung, n.d.).

Menurut (Khamidi, 2008) diversifikasi produk merupakan strategi mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini adalah jika sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, lingkungan pasar yang dilayani sangat tidak stabil, dan berdampak pada fluktuasi penjualan atau laba, dan perusahaan bermaksud mengoptimalkan kompetensinya serta meningkatkan penjualan. Diversifikasi produk biasanya dilakukan oleh perusahaan yang telah berada ditahap kedewasaan (maturity), dengan diversifikasi produk suatu usaha tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja tetapi usaha juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk

diversifikasi) karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya (Jagung et al., 2017)

Strategi yang paling kompleks dijelaskannya adalah diversifikasi karena akan menjadi pengalaman baru bagi perusahaan yang melakukan diversifikasi, baik dari segi pasar maupun produknya. Risiko bisnis akan tinggi dengan setiap keputusan untuk melakukan diversifikasi. Bisnis pertama-tama harus melakukan penelitian. dengan memeriksa persyaratan distribusi untuk menentukan apakah itu berfungsi dengan tepat. karena diversifikasi sangat bergantung pada distribusi. Faktor penting lainnya adalah konsumen menginginkan produk yang beragam, sehingga pelaku bisnis perlu memperhatikan kualitas produknya. Tes pasar harus dilakukan sebelum memperkenalkan produk yang beragam ke pasar untuk menentukan diterima dengan baik atau tidak. (Hermawan & Chung, n.d.). Menurut (Tjiptono, n.d.) strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Menurut (Tjiptono, n.d.) Untuk mengejar pertumbuhan, meningkatkan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas, strategi diversifikasi adalah upaya untuk menemukan dan mengembangkan produk, pasar baru, atau keduanya. Diversifikasi dapat dilakukan dengan tiga cara:

a) Diversifikasi Konsentris

Dijalankan dengan menambah produk baru yang masih terkait dengan produk yang ada saat ini, baik keterkaitan dalam kesamaan teknologi, pemanfaatan fasilitas bersama, ataupun jaringan pemasar yang sama. Pedoman keberhasilan strategi diversifikasi konsentris adalah: (1) Bersaing dalam industri yang tidak atau rendah pertumbuhannya, (2) Adanya produk

baru yang terkait dengan produk yang ada saat ini dapat menaikkan penjualan produk yang ada, (3) Produk baru yang ditawarkan pada harga yang kompetitif, (4) Produk yang ada pada saat ini berada pada tahap penurunan dalam daur hidup produk, (5) Memiliki tim manajemen yang kuat (Rasulong, 2012)

b) Diversifikasi horizontal

Dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama. Strategi diversifikasi horizontal merupakan strategi menambah atau menciptakan produk baru yang tidak terkait dengan produk saat ini, kepada pelanggan saat ini. Dasarnya adalah, bahwa perusahaan sudah sangat familiar dengan pelanggannya saat ini dan pelanggan saat ini sangat loyal dengan merek/ brand perusahaan. Pedoman yang akan menjamin keberhasilan strategi diversifikasi horizontal adalah : (1) Tambah produk baru akan meningkatkan Revenue secara signifikan, (2) Tingkat kompetisi yang tajam dalam industri yang tidak tumbuh, (3) Margin dan return rendah, (4) Saluran distribusi yang ada saat ini dapat dimanfaatkan (Rasulong, 2012)

c) Diversifikasi konglomerat

Di mana produk baru dibuat yang dijual ke pelanggan yang berbeda dan tidak ada hubungannya dengan produk yang sudah ada dalam hal pemasaran atau teknologi. . Menurut (Geissmann et al., 2006) diversifikasi sebagai suatu bagian daripada strategi produk ialah perluasan pengembangan barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan,

dengan jalan penambahan produk atau jasa yang baru. Yang dimaksud baru, yakni di dalam rangka pengembangan barang yang ada. Dalam hal ini, dibedakan antara diversifikasi praktis, yang berarti peningkatan jumlah warna, model, ukuran, dan sebagainya, dengan diversifikasi strategis, yang mengandung konsekuensi produk yang sama sekali berlainan. Untuk menjamin strategi diversifikasikonglomerasi efektif, ada beberapa pedoman yang perlu diikuti, yakni: (1) Terjadi penurunan penjualan dan profit, (2) Kemampuan manajerial dan modal untuk berkompetisi dalam industribaru, (3) Tercipta sinergi financial antara perusahaan yang diakuisisi dengan yang mengakuisisi pasar bagi produk saat ini sudah jenuh, (4) Ada peluang untuk membeli atau memperoleh bisnis baru yang tak terkait yang memiliki peluang investasi yang menarik, (5) Jika ada tindakan antitrust atas bisnis yang terkonsentrasi pada bisnis tunggal.

4.1.2 Tujuan Diversifikasi

Tujuan yang sangat mendasari strategi diversifikasi produk yaitu untuk memperkecil adanya sebuah resiko ataupun kemungkinan yang terjadi pada sebuah perusahaan. Jika ada produk dengan inovasi baru yang dihasilkan akan membuat konsumen lebih tertarik dan mengkonsumsinya. Selain itu dengan strategi diversifikasi produk ini dapat memberikan banyak pilihan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan (Efendi, n.d.). Menurut (Putri & Bulan, 2017) adapun tujuan diversifikasi produk yaitu sebagai berikut :

a) tekanan dari dalam (internal)

secara psikologis, seseorang akan merasakan bosan ketika melakukan suatu hal yang sama dan berulang kali. Maka dari itu Mereka percaya bahwa melakukan diversifikasi akan membantu untuk menghindari bahaya terlampau begitupun dengan suatu produk yang sama diproduksi oleh

perusahaan diversifikasi dilihat sebagai salah satu cara untuk mengembangkan produk yang sudah ada namun mendapat ukuran yang salah diversifikasi dipandang sebagai cara untuk mengubah pusat biaya intern yang sekarang menjadi laba

b) tekanan dari luar (eksternal)

Ditemukan bahwa pasar tempat perusahaan beroperasi terlalu kecil dan dibatasi untuk memungkinkan ekspansi. Teknologi dan penelitian perusahaan menghasilkan pengembangan produk yang menjanjikan. Reinvestasi dalam R&D didorong oleh peraturan pajak.

Sedangkan menurut (Efendi, n.d.) secara umum, strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan diantaranya sebagai berikut :

- a) Meningkatkan pertumbuhan pasar atau produk yang telah ditaham kedewasaan product life cycle(PLC)
- b) Menjaga stabilitas laba perusahaan akibat ketidak tetapnya keuntungan yang diperoleh yang disebabkan oleh pengaruh permintaan dan penawaran atau disebut juga dengan flatuasi laba
- c) Meningkatkan kredibitas di pasar modal

4.1.3 Manfaat Strategi Diversifikasi

Menurut (Efendi, n.d.) menjelaskan tentang manfaat strategi diversifikasi yaitu sebagai berikut :

- a) Perusahaan dapat mengerahkan kapasitas penuh karena tidak tergantung pada satu macam produk

- b) Dapat memaksimalkan profitnya dengan cara mengadakan perluasan jaringan perusahaan.
- c) Penemuan-penemuan baru yang menguntungkan bagi calon konsumen.
- d) Dengan mengadakan strategi diversifikasi produk, perusahaan tidak bergantung pada satu pasar saja.

4.1.4 Faktor Pendorong melakukan Diversifikasi

Menurut (Cirebon et al., 2016) Adapun beberapa faktor yang mendorong perusahaan melaksanakan strategi diversifikasi yaitu :

- a) Hasrat untuk menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen secara optimal.
- b) Hasrat untuk bertumbuh.
- c) Usaha mencapai stabilitas
- d) Usaha mencapai “input” yang optimal daripada sumber dan kapasitas.
- e) Hasrat untuk kelanjutan usaha

4.1.5 Pelaksanaan Diversifikasi

Menurut (Putri & Bulan, 2017) ada beberapa alternatif atau cara yang dapat dilakukan pada strategi diversifikasi :

- a) Penambahan lini produk baru sebagai hasil pemisahan memperluas bauran produk. Baris baru akan mendapat untung dari nama baik perusahaan dengan cara ini.
- b) Perluas jangkauan produk untuk memberikan penawaran yang lebih komprehensif.
- c) Ukuran, formula, atau fitur lain setiap produk agar dapat ditingkatkan oleh perusahaan.

- d) Konsistensi lini produk dapat ditingkatkan atau dikurangi tergantung pada perusahaan ingin membangun reputasi yang kuat hanya dalam satu area atau memperluas ke beberapa area.

Faktor Strategi Diversifikasi Di sisi lain, ada tiga faktor yang harus diperhatikan ketika memilih barang atau jasa yang akan diproduksi atau diperdagangkan sebagai berikut :

- a) Sektor Pemasaran

Luas pemasaran produk atau jasa yang akan dihasilkan atau dipasarkan dapat diprediksi oleh masing-masing pelaku usaha. Area pemasaran ini harus selalu dikaitkan dengan sumber daya dan modal perusahaan lainnya.

- b) Tingkat Persaingan

Jika ingin membuat produk atau jasa, harus bisa melihat seberapa banyak persaingan yang ada di industri dan seberapa jauh kita bisa terlibat.

- c) Kemampuan Teknis

Karena akan mempengaruhi kualitas barang atau jasa yang akan dihasilkan, hal ini harus menjadi pertimbangan. Selain itu, kualitas ini berdampak signifikan pada kelancaran penjualan.

4.1.6 Kelebihan dan Kekurangan Diversifikasi

Setiap strategi punya kelebihan dan kekurangan, sehingga perusahaan perlu mereview terlebih dahulu strategi mana yang bisa digunakan dan layak untuk situasi yang dihadapinya saat ini. Strategi diversifikasi merupakan sebuah strategi yang paling kompleks implikasinya, karena bagi perusahaan ini akan menjadi pengalaman baru, baik dari segi pasarnya (new market), maupun segi produknya (new products). Pada dasarnya keputusan untuk melakukan diversifikasi akan mengandung resiko bisnis yang tinggi. Perusahaan harus melakukan studi kelayakan (feasibility study) terlebih dahulu, misalnya saja apakah channel distribusi yang

baru akan cukup mendukung karena distribusi menjadi faktor utama keberhasilan produk. (Tarida, 2012)

Menurut (Howe, 1978) Diversifikasi adalah kebutuhan dasar bagi perusahaan dalam melaksanakan kebijakan, yaitu:

a) Harapan untuk menghindari dominasi pasar

Monopsoni, yaitu membeli kekuatan perusahaan penyedia bahan input, atau posisi dominan, sama-sama berpotensi mengakibatkan kerugian. Perusahaan yang akan memonopoli pasar akan muncul jika terjadi dominasi pasar.

b) Harapan untuk bertahan

Selain harus meningkatkan kemampuan perusahaan untuk terus memproduksi produknya, penguasaan pasar juga dapat menjadi tantangan baru bagi bisnis. Perusahaan dapat memilih untuk memperluas pasar mereka dengan menggabungkan dengan bisnis lain untuk meningkatkan penjualan ketika mereka menghadapi kesulitan dalam memproduksi barang yang mereka hasilkan. Ini adalah salah satu dari dua opsi yang tersedia bagi mereka. Selain itu, pelaku bisnis perlu lebih peka dalam menanggapi permintaan pasar dari konsumen dan berusaha menghasilkan produk tambahan dalam satu perusahaan, seperti variasi produk yang dapat bertahan lebih lama di pasar.

c) Diversifikasi untuk tumbuh atau berkembang

Dengan dua keunggulan langsung, sebuah perusahaan akan mencari cara untuk memperluas pasar tunggal: khususnya, persaingan dari pasar lain dalam pasar yang sama dan nilai total ekspansi dalam kaitannya dengan pasar. Yang tidak boleh diabaikan adalah yang pertama, yaitu ekspansi di beberapa pasar. Jika jumlah pasar tidak bertambah, cepat atau lambat hal ini akan terjadi karena ambisi bisnis lain di pasar yang sama. Bisnis yang berkembang dapat mencoba mencapai

tujuan pertumbuhannya dengan melakukan diversifikasi. Situasi seperti itu mungkin merupakan salah satu karakteristik dari perang harga yang intens di antara mereka dan/atau pengambilalihan yang tidak mungkin atau tidak diinginkan, yang keduanya dapat dihindari dengan perang harga yang merusak. Ke pasar tambahan Nilai yang ditempatkan pada perluasan pasar dapat memiliki banyak efek langsung pada diversifikasi. Jika sebuah pasar bertumbuh pada sebuah kecepatan yang lambat, kemudian tanpa mempertahankan semua asetnya sebuah perusahaan dengan ambisi pertumbuhan boleh melakukan variasi

d) Diversifikasi untuk perkembangan beresiko

Perusahaan yang melakukan diversifikasi untuk mengurangi risiko, di sisi lain, benar-benar memandang perluasan aktivitasnya sebagai teori yang bertujuan untuk memaksimalkan pengembalian untuk setiap tingkat risiko atau, alternatifnya, meminimalkan risiko untuk mencapai tujuan peningkatan pengembalian.

4.2 Volume Penjualan

4.2.1 Pengertian Volume Penjualan

Menurut (Candra, 1976) penjualan adalah kegiatan pemasaran yang terdiri atas berbagai kegiatan yang digunakan untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa kepada produsen dan konsumen. Sedangkan menurut (Shaleha, 2015) Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli

Volume Penjualan adalah tingkat kegiatan pemasaran yang terdiri atas berbagai kegiatan yang digunakan untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa

kepada produsen dan konsumen. Pemilihan waktu yang tepat untuk memasuki pasar merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan produk baru perusahaan ini telah melakukan beberapa inovasi dalam hasil produksinya (Suprajang, n.d.)

4.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan

Menurut Swastha (2002) dalam (Damai et al., 2013) kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

a) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Pada prinsipnya terdapat dua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli atau dikenal juga dengan istilah komersial pengalihan hak kepemilikan atas barang dan jasa. Penjual adalah pihak pertama, dan pembeli adalah pihak kedua. Penjual harus memahami sejumlah masalah penting yang terkait erat, seperti

- a) Jenis dan karakteristik barang yang disediakan .
- b) Harga produk barang.
- c) Pembayaran, pengiriman, garansi, dan persyaratan penjualan lainnya

b) Situasi Pasar

Kegiatan penjualan juga dapat dipengaruhi oleh pasar, yaitu sekelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran penjualan. Aspek-aspek pasar berikut yang perlu diperhatikan:

- Jenis pasar, apakah itu pasar penjual, pasar pemerintah, pasar konsumen ataupun pasar internasional
- Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.

- Minat pembelian
- Frekuensi pembeliannya.
- Keinginan dan kebutuhannya.

c) Modal

Penjual akan lebih sulit menjual produknya jika calon pembeli tidak mengetahuinya atau tinggal jauh dari tempat mereka menjualnya. Penjual harus terlebih dahulu memperkenalkan atau mengangkut barang ke lokasi pembeli dalam keadaan seperti ini. Fasilitas dan bisnis, seperti alat transportasi, lokasi demonstrasi di dalam dan di luar perusahaan, dan upaya promosi diperlukan untuk mencapai tujuan ini. Semua ini hanya mungkin jika penjual memiliki modal yang cukup.

d) Kondisi Organisasi Perusahaan

Masalah penjualan ini biasanya ditangani oleh departemen terpisah yang dikenal sebagai departemen penjualan di bisnis besar, yang dikelola oleh individu atau pakar penjualan tertentu. Sebaliknya, usaha kecil memiliki masalah penjualan yang ditangani oleh orang-orang yang juga melakukan hal lain. Ini karena mereka memiliki lebih sedikit karyawan, struktur organisasi yang lebih sederhana, lebih sedikit masalah yang muncul, dan fasilitas yang lebih sederhana daripada perusahaan besar.

4.2.3 Strategi Meningkatkan Volume Penjualan

Menurut Kotler (2006) dalam (Nurchayo dan Wahyuati, 2016:29) ada beberapa cara untuk mencapai upaya peningkatkan volume penjualan sebagai berikut :

- a) Mempromosikan produk sehingga pelanggan dapat melihatnya
- b) Menempatkan produk secara teratur sehingga pelanggan akan memperhatikannya.

- c) Mengadakan analisa pasar, mengadakan pameran.
- d) Menentukan pelanggan atau pembeli potensial
- e) Memberikan potongan harga disetiap pembelian produk tertentu

Menurut Kotler (2000) dalam (Bogor, n.d.) berikut beberapa konsep dalam meningkatkan volume penjualan :

- a) Perencanaan dana operasional yang berpusat pada produk yang akan meningkatkan volume penjualan
- b) Alat yang dipergunakan untuk meningkatkan penjualan adalah promosi yang gencar.
- c) Tujuan akhirnya adalah berusaha meningkatkan volume penjualan untuk memenuhi tujuan perusahaan (profit).

Anggraeni (2014;21) berpendapat yang lebih spesifik lagi, menyatakan bahwa pada dasarnya diversifikasi produk merupakan strategi yang paling utama untuk meningkatkan volume penjualan. Suatu perusahaan tidak dapat lagi hanya mengandalkan satu jenis produk dalam melakukan diversifikasi produk, karena apabila satu jenis produk mengalami penurunan, dapat diatasi dengan menggunakan jenis produk lainnya.

Produk merupakan salah satu bidang utama yang mendukung pemasaran yang memerlukan perhatian dalam dunia bisnis itu. Secara umum, banyak bisnis mengalami peningkatan penjualan sebagai hasil dari upaya terus-menerus mereka untuk menyediakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi diversifikasi produk yang baik tidak hanya berlaku bagi produsen besar produk sendiri tetapi juga bagi distributor, seperti usaha industri kecil yang menjual berbagai macam barang siap jual.



BAB V

METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan sifat, keadaan, kegiatan dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan laporan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan laporan ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berikut merupakan uraian yang digunakan:

a) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanya jawab langsung. Menurut Risty Kawasati (2016) . Proses memperoleh informasi untuk kepentingan penelitian melalui interaksi tanya jawab secara tatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, disebut juga dengan metode wawancara/interview. . Untuk mengumpulkan data yang berfokus pada informasi, wawancara ini biasanya dilakukan secara individu atau kelompok. Tujuan dari wawancara adalah untuk merekam pikiran, perasaan, dan informasi lain tentang organisasi.

Wawancara dilakukan dengan bagian HRD dengan menanyakan terkait dengan profil perusahaan serta menanyakan permasalahan yang ada diperusahaan terkait dengan sumber daya manusia, *Plant manager* diwawancarai terkait dengan proses bisnis perusahaan, Supervisor production diwawancarai mengenai permasalahan perusahaan terkait dengan pemasaran, supervisor PPIC dan bagian kepala keuangan diwawancarai mengenai permasalahan yang terkait dengan keuangan perusahaan yang dapat

diperoleh, staff assmant FA dan umum dan yang berhubungan dengan data yang terkait dengan perusahaan .

b) Observasi

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian itu dilakukan. Observasi juga bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang luas Pengamatan aktual mencakup lebih dari sekedar pengamatan yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung.

Penulis terlibat dalam kegiatan sehari-hari dengan para karyawan perusahaan sehingga dapat diamati dan diteliti untuk digunakan sebagai sumber data yang dilaporkan. Penulis berpartisipasi dalam fungsionalitas sumber data. Pengamatan ini membuat data yang didapatkan lebih lengkap, lebih tajam, dan memberikan rasa pentingnya setiap perilaku yang muncul. Di perusahaan, penulis bertindak sebagai karyawan dan dapat mengamati perilaku karyawan di tempat kerja, kerja intelektual, hubungan antara karyawan dan karyawan lainnya, proses bisnis yang ada di perusahaan dan sebagainya. Observasi yang dilakukan penulis salah satunya dengan membantu dalam proses pencatatan keluar masuk barang mentah atau barang jadi di Pt. Kelola Mina Laut Tuban

c) Dokumentasi

Selain melakukan wawancara dan observasi, informasi yang diperoleh yang dikemas dalam bentuk catatan harian, arsip foto, jurnal kegiatan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam terhadap penerapan strategi marketing pada business to business yang dilakukan oleh Pt. Kelola Mina Laut Tuban. Penelusuran data dari dokumen-dokumen perusahaan yang relevan dari masalah pokok dan materi laporan sebagai data

pendukung yang tidak diperoleh dalam observasi dan wawancara. Materi yang diperlukan dalam penyusunan laporan ini adalah:

- Data mengenai profil Pt. kelola Mina Laut Tuban diantaranya : sejarah, profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi *job description* serta gambaran-gambaran mengenai perusahaan.
- Data mengenai jumlah statistik buyer dan data penjualan surimi di setiap tahunnya yang digunakan dasar dalam penyusunan laporan.

5.2 Metode Analisis Data

Dalam bagian ini, studi banding digunakan untuk menganalisis data. Nazir, sebagaimana dikemukakan dalam (2005: 58) Penelitian komparatif adalah jenis penelitian deskriptif yang melihat faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya atau munculnya fenomena tertentu untuk menjawab pertanyaan tentang sebab-akibat secara mendasar. adalah untuk membandingkan variabel tertentu antara dua atau lebih kelompok. Sebagaimana dinyatakan oleh Lipjhart (2007: 158) Studi banding berkonsentrasi pada variabel makro, yang merupakan variabel sistematis. Ini karena generalitas sistem yang lebih besar.

Hudson, sebagaimana dikemukakan dalam (2007: 3) Dengan menggunakan kerangka berpikir tertentu, metode komparatif digunakan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan antara dua fakta atau lebih dan sifat-sifat subjek penelitian. Dengan menelaah faktor-faktor yang menyebabkan atau terjadi pada suatu fenomena tertentu, peneliti dapat menggunakan metode komparatif untuk menemukan jawaban mendasar mengenai sebab-akibat.

Dalam melakukan analisis data penulis juga melakukan analisis SWOT pada Pt. Kelola Mina Laut sebagai berikut :

a) Strengths

- Kualitas Produk di Pt. Kelola Mina Laut Tuban merupakan kekuatan bagi perusahaan dalam bersaing. Hal itu di buktikan dengan keberadaan para pelanggan yang selalu setia dan selalu puas dengan perusahaan. Dibuktikan dengan pembelian berulang-ulang oleh pelanggan yang sama. serta kualitas dari produk yang selalu diperhatikan dan diutamakan, baik oleh perusahaan maupun oleh pemasok.
- PT. Mina Laut Tuban dalam mengoperasikan perusahaan didukung dengan keberadaan coldstorage/gudang yang sangat besar, dengan kapasitas daya tampung/simpan juga besar. Coldstorage dilengkapi dengan peralatan-peralatan yang berteknologi tinggi
- Sumber Daya Manusia. Pt. Mina Laut Tuban Unit Surimi dalam mengoperasional perusahaan selalu didukung oleh adanya sumber daya manusia/karyawan yang berkompeten dibidangnya. Karyawan selalu diberikan fasilitas untuk dapat bekerja dengan baik, serta diberikan pelatihan masing-masing pada setiap bagian dan diperhatikan tingkat kesejahteraannya berupa tunjangan serta tidak lupa dengan keselamatan dan kesehatan pekerja
- Pengiriman barang kepada pelanggan diusahakan selalu tepat waktu, hal tersebut dilakukan agar pelanggan tetap loyal terhadap perusahaan.

b) Weakness

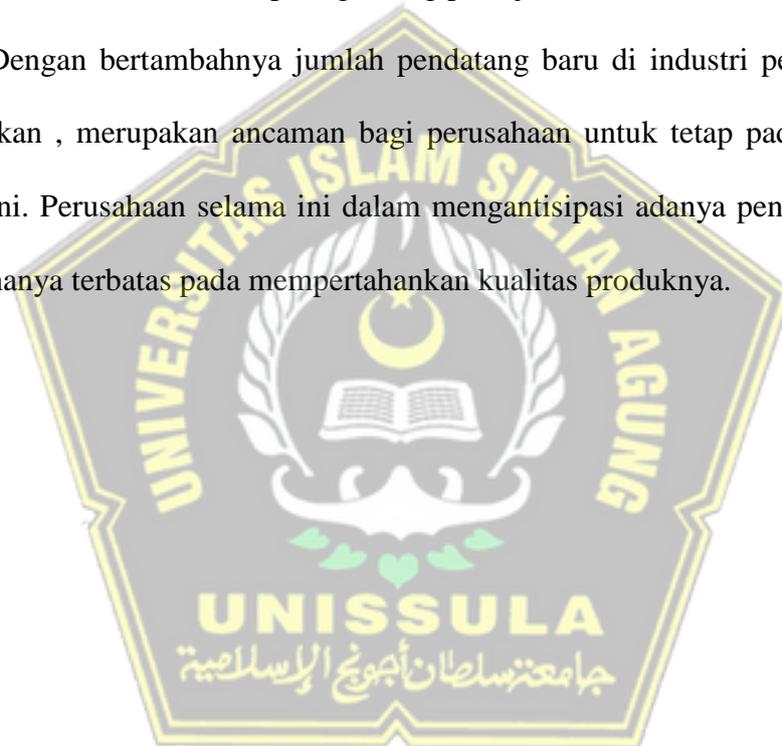
- Tidak pernah melakukan riset pasar. Pelanggan yang dimiliki perusahaan selama ini merupakan teman/rekan lama yang sebelumnya sudah mengetahui kinerja Pt. Kelola Mina Laut Tuban .
- Pt. Mina Laut Tuban dalam hal ketersediaan bahan baku surimi yang sekarang mengalami keterbatasan akibat adanya peraturan penggunaan alat tangkap catrang oleh menteri perikanan dan kelautan. Selain itu juga bergantung pada cuaca dan bergantung pada ketersediaan pemasok. Hal demikian pemasok yang dimiliki perusahaan hanya ada beberapa pemasok saja, sehingga sangat perlu bagi perusahaan untuk mencari tambahan pemasok lagi agar bahan baku surimi dapat terpenuhi dan operasional tidak terhenti

c) Opportunities

- Lokasi perusahaan yang strategis yang dekat dengan laut Jawa sepanjang jalan pantura yang memudahkan dalam mendapatkan pasokan ikan dari penyempali yang masih segar
- Pt. Kelola Mina Laut Tuban memiliki peluang peluang atas kemajuan teknologi yang menjadikan perusahaan memiliki peralatan dan mesin-mesin canggih yang dibutuhkan untuk menunjang operasional perusahaan dalam memproduksi surimi ikan.
- Pt. Kelola Mina Laut Tuban memiliki peluang atas sikap loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan, hal demikian semakin memotivasi perusahaan untuk terus memberikan produk dengan kualitas yang terbaik.

d) Threats

- Dengan tingkat persaingan yang tinggi, Pt. Mina Laut Tuban sampai dengan saat ini hanya mengantisipasi dengan melalui mempertahankan tingkat kualitas surimi yang diberikan.
- Ketersediaan Pasokan bahan baku surimi yang mengalami kelangkaan akibat adanya peraturan penggunaan alat tangkap catrang. Namun, Hingga saat ini perusahaan masih belum mampu mengantisipasi kendala tersebut, sehingga perusahaan masih tetap bergantung pada jenis bahan baku surimi yang ada .
- Dengan bertambahnya jumlah pendatang baru di industri pengolahan surimi ikan , merupakan ancaman bagi perusahaan untuk tetap pada posisinya saat ini. Perusahaan selama ini dalam mengantisipasi adanya pendatang baru juga hanya terbatas pada mempertahankan kualitas produknya.



BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

6.1 Uraian masalah pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban

Permasalahan yang terjadi pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban dalam 5 tahun terakhir mulai dari tahun 2017 – 2021 ialah turunnya volume penjualan surimi akibat dari kurangnya pasokan bahan baku surimi dari pemasok ikan atau nelayan karena adanya peraturan dari kementerian kelautan mengenai pelarangan penggunaan alat tangkap catrang, sedangkan untuk mendapatkan ikan-ikan yang digunakan untuk bahan baku surimi memiliki ukuran kecil-kecil

Masalah ini menjadi satu hal yang sangat serius untuk Pt. Kelola Mina Laut Tuban karena dari hal tersebut menyebabkan volume penjualan menjadi turun akibatnya profit perusahaan turun, jika perusahaan tidak segera melakukan pengembangan produk atau diversifikasi produk khususnya bahan baku dari surimi sendiri dan hanya mengandalkan itu saja maka perusahaan akan terus mengalami penurunan penjualan.

6.2 Analisis Data

Pada industri surimi di Indonesia terutama Pt. Kelola Mina Laut Tuban kebanyakan menggunakan beberapa jenis ikan tertentu untuk menjadi bahan baku surimi seperti kuniran (*upeneus spp*), swagi atau mata lebar (*priacanthus spp*), kurisi (*nemipterus spp*), beloso (*saurida spp*), kapasan (*gerres spp*), coklatan (*nemipterus japonicus*), dan gulamah (*pseudociena amoyensis*) yang merupakan spesies dengan ketersediaannya yang melimpah, murah serta cocok untuk bahan baku industri surimi karena memiliki kekuatan gel yang tinggi (Hikmayani, 2017). Namun karena adanya peraturan mengenai penggunaan alat tangkap catrang yang mempengaruhi kelangkaan bahan baku surimi menyebabkan para industri surimi agar dapat mengupayakan untuk mendiversifikasi produk terhadap bahan baku surimi,

agar dapat menjaga eksistensi keberlangsungan industri surimi dengan mencari jenis ikan sebagai bahan baku alternatif yang cocok untuk dibuat surimi sehingga volume penjualan dapat lebih meningkat .

Menurut (Hikmayani, 2017). bahan baku surimi di Indonesia selama ini adalah jenis ikan demersal yang ditangkap menggunakan alat tangkap catrang, padahal jenis ikan lain juga potensial untuk digunakan sebagai bahan baku surimi. Beberapa ikan jenis pelanggis pun juga dapat digunakan sebagai bahan baku surimi.

Sedangkan menurut (Programme & Pinang, 2010) bahwa ikan tropis dan pelanggis dapat digunakan sebagai alternatif bahan baku pembuatan surimi. Selain ikan pelanggis beberapa jenis ikan tawar seperti ikan lele dan patin memiliki gellstrength yang baik. Menurut (Vol, 2014) pada dasarnya hampir semua daging ikan bisa dijadikan surimi tetapi didalam pembuatan surimi terdapat beberapa syarat mutu yang harus dipenuhi seperti :

- a) Pemilihan jenis daging ikan yang berwarna putih, namun dengan adanya perkembangan teknologi, jenis-jenis ikan dengan daging berwarna (drak meat) juga dapat digunakan (winarni tri, 2009)
- b) Kesegaran ikan, sehingga ketika ikan datang dari pemasok segera dilakukan proses lebih lanjut agar tetap menjaga kesegaran ikan
- c) Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan surimi biasanya ikan yang mempunyai nilai kurang ekonomis serta jumlah yang banyak
- d) tidak berbau lumpur dan tidak terlalu amis
- e) memiliki tingkat gellstrength yang tinggi karena semakin tinggi tingkat gellstrength maka akan menghasilkan kualitas surimi yang lebih baik. Namun untuk membentuk kekuatan gellstrenght pada jenis ikan yang

mempunyai gell rendah dibutuhkan penambahan bahan pengental agar dapat menghasilkan daging surimi yang mempunyai elastis tinggi.

Berikut Hasil dari wawancara yang saya dapatkan pada saat melakukan wawancara dengan beberapa narasumber sehingga dapat ditarik kesimpulannya :

1. “Bagaimana tanggapan bapak mengenai adanya peraturan penggunaan alat tangkap catrang oleh menteri perikanan dan kelautan dan apa dampaknya bagi industri surimi ?”

Narasumber	Hasil wawancara
Bapak Romario Salasa (staff Produksi) (29 Desember 2022)	Sebelum adanya peraturan tersebut ikan sangat melimpah ruah dan harga nya yang murah namun adanya peraturan tersebut sangat berdampak sekali terhadap industri surimi ikan sekarang jarang dan harganya sekarang melambung tinggi dulu harga nya 1 kg saja cuma Rp.2000 saja namun sekarang bisa 1 kg Rp.6000, ini sangat memberatkan industri surimi belum lagi bahan-lainya juga mengalami kenaikan
Bapak Sugeng Raharjo (staff teknik) (29 Desember 2022)	Sangat berdampak banyak industri surimi yang gulung tikar akibat adanya pelarangan tersebut karena pasokan ikan yang akan dibuat surimi stocknya menipis
Bapak Mujdtahid(Assamant FA & umum) (29 Desember 2022)	Mengenai peraturan dari menteri perikanan dan kelautan tentang penggunaan alat

	<p>tangkap catrang itu sebenarnya sudah dari dulu bahkan sepertinya sebelum KML berdiri namun peraturan tersebut masih simpang siur dan pada akhirnya kembali ditegaskan dan itu berdampak sekali pada industri surimi, akibatnya volume penjualan menurun karena proses produksi jadi terganggu yang harusnya perhari bisa produksi 60 ton sekarang perhari hanya bisa produksi 20-35 saja itu pun masih sangat berat sekali</p>
<p>Bapak Iqbal Badubah (staff PPIC) (29 Desember 2022)</p>	<p>Berdampak sekali itu terhadap industri surimi, membuat bahan baku surimi menjadi langka dan mempengaruhi produktivitas industri</p>

Dalam kenyataan yang saya peroleh dari hasil wawancara pertanyaan tersebut dengan beberapa pihak terkait disana, banyak dari mereka berpendapat bahwa dengan adanya peraturan mengenai pelarangan penggunaan alat tangkap catrang sangat berdampak sekali terhadap Industri Surimi. Hal tersebut juga seharusnya menjadi pertimbangan bagi menteri perikanan dan kelautan untuk mengkaji kembali mengenai peraturan pelarangan penggunaan alat tangkap catrang dan meberikan solusi jalan tengahnya untuk industri surimi yang ada di Indonesia yang bukan hanya Pt. kelola Mina Laut saja yang berdampak namun juga industri surimi lainnya hingga menyebabkan beberapa perusahaan industri surimi harus gulung tikar akibat kelangkaan stock bahan baku surimi yaitu ikan sejenis kurisi, kapasan, mata lebar dan kurinan.

2. “Selain adanya pelarangan penggunaan alat tangkap catrang yang mempengaruhi keterbatasan bahan baku surimi, apakah ada kendala lain yang menghambat proses produksi surimi ?”

Narasumber	Hasil wawancara
Bapak Romario Salasa (staff Produksi) (29 Desember 2022)	Kalau menurut saya sih tidak ada yah yang paling berdampak ya masalah KKP mengenai pelarangan penggunaan alat tangkap catrang itu
Bapak Sugeng Raharjo (staff teknik) (29 Desember 2022)	Ada, seperti perubahan cuaca ekstrim sehingga nelayan tidak melaut akibatnya stock ikan kosong dan mungkin perusahaan pesaing ya
Bapak Mujdtahid(Assamant FA & umum) (29 Desember 2022)	Sepertinya yang paling menghambat itu yah kelangkaan bahan baku, cuaca,pesaing juga
Bapak Iqbal Badubah (staff PPIC) (29 Desember 2022)	Masalah utama di industri surimi adalah keterbatasan bahan baku dan harga bahan baku yang tinggi

Dari hasil lanjutan wawancara berikutnya mengenai kendala lain yang dapat mempengaruhi proses produksi surimi disimpulkan bahwa kendala cuaca yang menyebabkan nelayan juga tidak bisa melaut serta pesaing perusahaan tetapi yang paling berpengaruh terhadap kendala lainnya yaitu keterbatasan bahan baku surimi sehingga harga bahan baku surimi menjadi melambung tinggi

3. “Dilihat dari kelangkaan bahan baku surimi akibat adanya peraturan menteri kelautan dan perikanan mengenai penggunaan alat tangkap catrang yang mengakibatkan volume penjualan menurun, apakah ada upaya untuk mencoba mendiversifikasi bahan baku surimi menggunakan jenis ikan lainnya ?”

Narasumber	Hasil wawancara
Bapak Romario Salasa (staff Produksi)	<p>Kalau untuk diversifikasi pengganti bahan baku surimi yang sama dari laut seperti kurisi dll belum ada, tapi kita pernah mencoba untuk mengganti dengan ikan darat seperti lele tapi malah nanti enggak bisa nutup biaya BEP nya soalnya harga nya yg mahal kalau ikan kurisi, mata lebar kan dia jumlah nya banyak dan juga harga nya murah</p>
Bapak Sugeng Raharjo (staff teknik)	<p>Sudah pernah melakukan uji coba dengan mendiversifikasi bahan baku surimi dengan berbagai jenis ikan seperti ikan tawar yaitu lele dan beberapa jenis ikan lainnya yang sesuai dengan standar mutu surimi namun belum ada tindak lanjut lagi karena ada beberapa hambatan yang perlu ditimbangkan kembali karena proses diversifikais tidak semudah itu namun mendiversifikasi itu suatu hal yang mungkin bisa terjadi nantinya kalau Cuma mengandalkan ikan</p>

	<p>kurisi,kapasan,mata lebar yah tidak bisa mencapai target penjualan juga</p>
<p>Bapak Mujdtahid(Assamant FA & umum)</p>	<p>Kalau untuk proses diversifikasi bahan baku sudah pernah dilakukan namun untuk melanjutkannya kembali butuh pematangan kembali sebelum dipasarkan</p>
<p>Bapak Iqbal Badubah (staff PPIC)</p>	<p>Sempat ada pertemuan dengan balai besar budidaya ikan air tawar dengan pengusaha industri surimi. Ada wacana untuk mengatasi berkurangnya ikan tangkapan untuk industri surimi (kurisi,mata lebar,kapasan,bloso) dengan mengganti atau substitusi ikan demersal dengan ikan air tawar (lele,bandeng,nila) tapi masalahnya harga air tawar yang tinggi mengakibatkan HPP juga akan tinggi dan quantity yang belum bisa diserap industri surimi</p>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Pt. Kelola Mina Laut Tuban pernah melakukan diversifikasi bahan baku surimi menggunakan ikan tawar sejenis lele namun ada beberapa kendala yang menyebabkan proses diversifikasi bahan baku belum juga dilakukan karena belum menemukan jenis pengganti bahan baku surimi yang cocok dan harga yang diterima sesuai dengan BEP nya

4. “Menurut anda jika dengan mendiversifikasi bahan baku surimi apakah bisa mempengaruhi volume penjualan ?”

Narasumber	Hasil wawancara
Bapak Romario Salasa (staff Produksi)	Menurut saya tidak bisa ya soalnya kebanyakan buyer mintanya ikan laut ya kayak kurisi, mata lebar bukan ikan darat seperti lele
Bapak Sugeng Raharjo (staff teknik)	Bisa saja jika di uji coba menggunakan bahan baku yang sesuai dengan bahan baku surimi surimi sebelumnya
Bapak Mujdtahid(Assamant FA & umum)	Menurut saya bisa saja meningkatkan volume penjualan jika dikaji kembali serta mendapatkan jenis ikan yang mempunyai gell tinggi seperti kurisi, kuniran dan lain-lain serta harganya masuk kenapa tidak
Bapak Iqbal Badubah (staff PPIC)	Semestinya bisa, mendiversifikasi dengan cara mencampur ikan demersal dengan komposisi tertentu yang tetap mendekati kualitasnya dengan surimi yang sudah eksis diproduksi bisa menambah volume produksi dan semstinya bisa menambah volume penjualan

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat diambil kesimpulannya bahwa mendiversifikasi produk dapat berpegaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan jika telah mendapatkan pengganti jenis ikan lainnya yang sesuai standar mutu dan harga yang sesuai atau dapat dilakukan dengan mencampur bahan utama surimi dengan jenis ikan yang lain tetapi sesuai dengan komposisi yang mendekati jenis bahan baku utama surimi. Namun ada juga yang berpendapat bahwa tidak mempengaruhi volume penjualan jika diganti dengan jenis ikan tawar.

Dalam mendiversifikasi produk Pt. Kelola Mina Laut Tuban saat ini belum bisa dilakukan karena menurutnya tidak bisa dilakukan semerta-merta dan harus melewati beberapa proses dan pertimbangan terlebih dahulu sebelum benar-benar akan menambah jenis ikan lainnya untuk campuran dengan jenis bahan utama atau benar-benar ingin mengganti sepenuhnya. Seperti yang diungkap oleh (Iv, 1978) bahwasannya pelaksanaan diversifikasi dapat dilakukan dengan melihat kemampuan teknis . Kemampuan tekhnis perlu diperhatikan karena sangat besar pengaruhnya dalam proses produksi untuk menghasilkan dan mengembangkan berbagai macam produk, hal tersebut akan mempengaruhi kualitas dari barang atau jasa yang akan dibuat. Dan kualitas ini sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan. Karena jika kualitas produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan tidak dapat mendapat tempat dihati konsumennya maka penjualan justru akan turun.

Namun Menurut (Utomo, 1998) Diversivikasi produk dapat dijadikan pilihan untuk melakukan sebuah perubahan pada perusahaan agar lebih berkembang lagi. Karena sebuah perusahaan perusahaan tidak dapat dipisahkan oleh setiap proses produksi dengan cara mengembangkan setiap produk yang dihasilkan tanpa adanya pengembangan produk dapat mengakibatkan perusahaan tersebut menjadi lemah

Tabel 6. 1 Target Penjualan Pt.Kelola Mina Laut Tuban

BULAN	TARGET/MC	TAHUN				
		2017	2018	2019	2020	2021
JAN	12.500	1.250	5.900	13.500	11.050	14.300
FEB	12.500	650	-	13.600	19.850	8.650
MAR	12.500	830	9.450	18.200	17.300	16.700
APR	12.500	11.250	9.500	11.050	22.300	13.675
MEI	12.500	8.350	14.450	9.500	12.400	5.000
JUN	12.500	3.824	6.250	7.050	1.650	-
JUL	12.500	535	5.800	6.200	7.575	11.050
AGS	12.500	8.300	13.000	10.835	21.000	10.905
SEP	12.500	9.700	14.700	20.700	26.850	15.750
OCT	12.500	14.950	20.950	24.750	33.300	8.500
NOV	12.500	18.550	21.750	25.200	31.950	7.250
DES	12.500	16.100	24.450	31.770	22.400	8.550

Berdasarkan dari tabel 6.1 menunjukkan bahwa Pt. Kelola Mina Laut belum dapat mencapai target sepenuhnya, selain dengan strategi diversifikasi bahan baku surimi dengan menggunakan bahan baku jenis lainnya, strategi diversifikasi dengan mengembangkan produk juga dapat dijadikan sebuah acuan guna meningkatkan volume penjualan. Strategi-strategi tersebut dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga keberlangsungan industri dalam menghadapi permasalahan yang ada karena jika mengalami penurunan terhadap penjualan maka dapat teratasi dengan pilihan produk lainnya. Hal tersebut juga guna mengantisipasi ancaman krisis yang muncul. Selain itu proses diversifikasi merupakan salah satu upaya yang meningkatkan daya serap pasar, atau dengan kata lain dapat meningkatkan permintaan pasar serta memenuhi selera konsumen yang beragam dan terus berkembang sehingga selalu ada alternatif dan penyegaran menu dengan demikian kejenuhan pasar dapat teratasi

Pengembangan diversifikasi dapat dikembangkan melalui diversifikasi konsentris yang merupakan pengembangan produk yang masih ada kaitannya dengan produk yang sudah ada seperti pada perusahaan PT. Kelola Mina Laut Tuban dapat mengganti atau

menambah pilihan bahan baku selain ikan kapasan, kuniran, mata lebar serta melakukan pengembangan produk yaitu mencoba memproduksi dengan memanfaatkan jenis ikan tertentu menjadi berbagai jenis olahan seperti menjadikan olahan bakso ikan, nugget ikan, burger ikan dan lain sebagainya yang banyak digemari banyak orang baik anak-anak maupun orang dewasa seperti dengan mengembangkan lebih luas lagi olahan sosis yang biasa sudah diproduksi.

6.3 Solusi

Berdasarkan uraian masalah diatas dan melihat kondisi yang ada, maka diperlukan adanya tindak lanjut mengenai proses diversifikasi pada bahan baku surimi mengingat pada kelangkaan pasokan bahan baku dari para pemasok dan mengakibatkan terkendalanya proses produksi yang akan berdampak pada pendapatan laba perusahaan. Situasi ini mendukung penerapan diversifikasi karena sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan produk yang sudah tidak stabil akibatnya berdampak pada penjualan. Penulisan ini mengusulkan sebuah solusi agar untuk meminimalisir terjadinya penurunan volume penjualan kembali pada perusahaan dan agar dapat mengoptimalkan penjualan. Penulisan ini mengusulkan beberapa solusi untuk meningkatkan volume penjualan pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban, diantaranya :

- 1) Penggunaan jenis ikan lain sebagai ganti bahan baku surimi

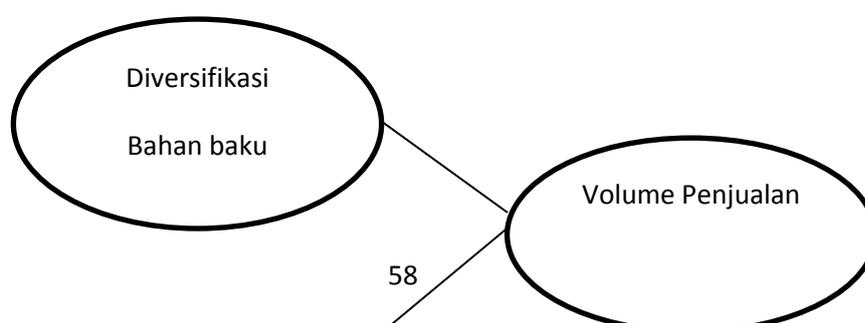
Dapat disimpulkan bahwa olahan surimi dapat dibuat dari berbagai jenis ikan, asalkan ikan tersebut memiliki kemampuan untuk membentuk gel(elastis), rasa dan penampakan yang baik maka Pt.kelola Mina Laut bisa mengencarkan kembali dengan melakukan uji coba terhadap ikan jenis lainnya bahan baku yang sesuai dengan standart mutu yang dihasilkan sama seperti jenis ikan yang biasa dijadikan sebagai bahan baku surimi mengingat persediaannya yang semakin langka akibat dari adanya pelarangan penggunaan alat tangkap catrang oleh

kementrian perikanan dan kelautan. Atau juga dengan mencampur baku baku dengan jenis ikan lainnya yang juga mempunya gell tinggi seperti ikan kurisi,kuniran,mata lebar

2) Pengembangan industri surimi dan industri olahan

Perkembangan produk merupakan suatu proses untuk menciptakan produk baru yang berkaitan dengan kebutuhan dan permintaan pasar atau konsumen baik berupa imitatif, inovatif dan produk modifikatif. Dasar dilakukannya pengembangan produk yaitu untuk memberikan pilihan produk, mengoptimalkan pemanfaatannya dan memberikan nilai tambah (value added). Dalam proses pengembangan olahan produk surimi menjadi beberapa produk olahan dengan diberikan beberapa komposisi tambahan seperti tepung (tepung tapioka atau terigu), telur serta bumbu-bumbu lada, bawang putih, dan juga ditambah dengan penyedap rasa.

Pada perkembangan jaman sekarang ini semakin meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pola hidup sehat dengan lebih banyak memilih makanan yang sehat dan bergizi serta dapat praktis diolah. Untuk itu sangatlah diperlukan berbagai usaha yang perlu dicoba untuk dikembangkan oleh Pt. Kelola Mina Laut Tuban melalui diversifikasi produk secara konsentris. Ini bertujuan agar dapat meningkatkan laba perusahaan serta untuk memenuhi selera konsumen yang beragam dan terus berkembang.



Pengembangan
produk

Gambar 6. 1 pengaruh peningkatan volume penjualan



BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan permasalahan didalam pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa didalam suatu perusahaan tidak bisa terlepas dengan suatu permasalahan entah dari segi manajemen pemasaran,operasional, keuangannya dan lain sebagainya tidak terkecuali dengan Pt. Kelola Mina Laut Tuban perusahaan yang bergerak dalam bidang perikanan yaitu industri surimi yang telah berdiri sejak 7 tahun lamanya.

Perlu ditegaskan kembali mengenai permasalahan pada menipisnya bahan baku surimi pada Pt. kelola Mina Laut Tuban sehigga mengakibatkan terkendalanya proses produksi dan menjadikan menurunnya volume penjualan yang cukup signifikan maka perlunya adanya kejelasan dan keberlanjutan mengenai proses diversifikasi produk pada surimi dan dapat melakukan pengembangan produk melalui penganekaragaman produk-produk (value added) karena memiliki prospek yang bagus terutama dimasa sekarang agar volume penjualan dapat meningkat serta perusahaan dapat mencapai target penjualan yang maksimal

7.2 Rekomendasi Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis bab VI pada Pt. Kelola Mina Laut Tuban serta bedasarkan data dan wawancara dengan narasumber terkait maka penulis merekomendasikan kepada Pt. Kelola Mina Laut Tuban khususnya terkait hasil analisis dibab VI sebagai berikut :

- 1) Melakukan kajian kembali dalam mengelola jenis ikan lainya atau dengan mencampur jenis ikan lain yang mempunyai gell tinggi seperti jenis ikan yang dipakai sebagai bahan baku surimi. Jadi tanpa harus mengganti bahan baku utama jika ada jenis bahan baku lainnya Pt. kelola mina laut masih dapat memproduksi, hal ini digunakan

untuk mencegah berhentinya proses produksi, jadi ketika telah ada tambahan bahan baku pokok surimi nantinya bisa saja dapat meningkatkan volume penjualan.

- 2) Mencoba memasarkan jenis produk lainya dengan memproses sosis yang biasanya diproduksi hanya dijual belikan disekitaran industri bisa saja dikembangkan lagi dicoba menjadi beberapa olahan makanan siap saji lainya hal ini juga dapat menambah nilai perusahaan agar tidak hanya mengolah surimi saja tetapi juga mencoba untuk mengembangkan kembali dan mencoba memasarkan lebih luas lagi.

7.3 Rekomendasi untuk Pt. Kelola Mina Laut Tuban

sebagai seseorang yang pernah melakukan magang dan juga pernah berinteraksi dengan karyawan perusahaan. Pt. Kelola Mina Laut Tuban perlu mengadakan suatu kegiatan-kegiatan positif seperti rekreasi karyawan, pengajian guna meningkatkan keakraban sesama karyawan perusahaan, selain itu juga diadakan evaluasi karyawan dan pengembangan karyawan setiap bulannya. Selain itu, para karyawan Pt. Kelola Mina Laut Tuban lebih memberikan bimbingan dan arahan kepada peserta magang ketika memberikan tugas agar dalam melaksanakan tugas lebih maksimal dan juga dalam memberikan tugas yang relevan untuk melatih skill peserta magang yang akan magang diperusahaan sehingga peserta dapat mengembangkan skill yang didapat ketika magang diperusahaan menjadi bekal dikemudian hari dan ketika menghadapi dunia kerja

7.4 Rekomendasi untuk Program studi

Melihat dari kondisi pelaksanaan magang berlangsung yang dilakukan ketika pandemi covid sehingga ketika adanya pemberitahuan atau adanya seminar mbkm para mahasiswa tidak banyak yang datang dikarenakan terkendalanya lokasi mahasiswa yang tidak berada disekitar kampus karena pelaksanaan daring sehingga dari fakultas mengadakan gmeet atau zoom dengan peserta MBKM. Ada beberapa kendala seperti jaringan internet yang tidak lancar, suara tidak terdengar sehingga banyak sekali informasi yang kurang bisa didapatkan,

ada kendala lainnya seperti banyak juga peserta mahasiswa yang belum mendapatkan tempat magang karena pengeluaran surat magang dari program studi yang terlalu mepet dengan pelaksanaan awal masuk magang padahal beberapa perusahaan yang menanyakan surat izin magang terlebih dahulu



BAB VIII

REFLEKSI DIRI

8.1 Hal Positif Yang Diterima Selama Magang

Selama kurang kurang lebih 4 bulan menjalani program magang MBKM di Pt. Kelola Mina Laut Tuban. Setelah 5 semester menjalani perkuliahan luring dan daring akibat pandemi covid-19, yang hanya menerima teori-teori dikelas akhirnya penulis dapat mempraktekkan langsung dilapangan melalui program magang ini. Ilmu dan teori yang diberikan oleh para dosen seperti Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen pemasaran, Manajemen Keuangan, dan masih banyak lagi merupakan bekal penulis selama menjalani program magang di Pt. Kelola Mina Laut Tuban. Pengalaman selama magang penulis ditempatkan pada posisi staff PPIC dimana penulis diajarkan oleh supervisor PPIC dalam melaksanakan tugas untuk mengoordinir keluar atau masuknya barang produksi dan membantu HRD dalam pengkoordinir para karyawan serta penulis diberi kesempatan beberapa kali untuk mengikuti kegiatan meeting dan webinar rutin yang diadakan oleh bapak manager. Saat mengikuti kegiatan meeting ataupun webinar penulis banyak sekali mendapatkan ilmu yang belum diterima ketika didunia perkuliahan. Selain itu juga penulis diberi kesempatan masuk kedalam ruang produksi surimi serta diberikan penjelasan yang sangat rinci bagaimana proses pembuatan surimi dari awal hingga ahir.

8.2 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan dan Kekurangan Softskill

Dengan mengikuti program magang MB-KM ini, dapat memberikan banyak sekali pengembangan softskill pada penulis. Dimana selama magang penulis bisa merasakan terjun langsung ke dunia kerja. selama magang mbkm ini softskill penulis merasa lebih berkembang seperti kemampuan skill publik speaking meningkat, dapat bekerjasama dengan tim untuk

membantu dalam menyelesaikan tugas yang diberikan atasan, bisa membangun critical thinking, bagaimana cara menyelesaikan permasalahan yang ada diperusahaan(problem solving). Dengan adanya kegiatan magang ini penulis mendapatkan relasi dan jaringan dengan orang-orang baru serta mendapatkan wawasan dan ilmu dari para karyawan mengenai dunia kerja. Namun didalam mengembangkan softskill penulis masih memiliki kekurangan yaitu kurangnya rasa percaya diri ketika berhadapan langsung dengan para pemimpin perusahaan hal ini menjadikan penulis kurang mendapatkan informasi yang lebih detail lagi mengenai informasi perusahaan. Hal ini yang ingin penulis perbaiki agar bisa membangun rasa percaya diri sehingga siap menghadapi apapun disegala situasi

8.3 Manfaat Magang terhadap Pengembangan dan Kemampuan Kognitif mahasiswa

Selama kurang lebih 4 bulan menjalani magang MB-KM penulis diajarkan berbagai pekerjaan yang ada diperusahaan terutama bagian PPIC dimana penulis diajarkan dalam menginput dan pencatatan keluar masuk bahan baku yang akan diproduksi serta diajarkan bagaimana menstock barang pendamping bahan baku agar tidak kebanyakan maupun kekurangan. Hal ini tentunya sebuah ilmu dan pengalaman baru bagi penulis. Walaupun hanya 4 bulan waktu yang diberikan untuk magang namun banyak sekali manfaat serta ilmu yang didapatkan oleh penulis. Dalam kegiatan magang juga mengajarkan penulis untuk dapat berfikir lebih luas lagi dalam mengidentifikasi sebuah masalah dan tidak melihat dari satu sudut saja dan agar dapat mendapatkan sebuah gagasan yang baru. Penulis juga ajarkan bagaimana menjalin komunikasi serta koordinasi yang baik dengan sesama karyawan. Disimpulkan bahwa didunia kerja tidaka hanya menyelesaikan tugas nya dengan baik saja tetapi juga dapat menjalin hubungan baik sesama rekan kerja dan tidak menjatuhkan satu sama lain agar pekerjaan yang dijalannya terasa lebih nyaman dan menyenangkan. Hal ini juga menambah ilmu bagi penulis yang belum didapatkan di dunia perkuliahan

8.4 Kunci sukses bekerja berdasarkan pengalaman magang

Kunci sukses dalam bekerja menurut penulis selama magang di Pt. Kelola Mina Laut Tuban selama kurang lebih 4 bulan ialah kejujuran dalam menjalankan tugas serta dapat bertanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan serta kecakapan dalam bekerja hal ini juga yang diajarkan oleh islam terutama sebuah kejujuran yang sangat diperlukan dalam setiap menjalankan tugas dan amanah yang diberikan, jika kejujuran dan mampu mengerjakan pekerjaan dengan penuh tanggung jawab serta ikhlas dalam menjalankan pekerjaan maka akan terasa ringan.

Selain itu juga perlunya menjaga tali silaturahmi dengan sesama karyawan dan tidak menjatuhkan satu sama lain karena sesungguhnya dimanapun kita bekerja disitulah kita belajar, belajar mengenai lingkungan kerja dan belajar bagaimana menghargai setiap pendapat orang lain dan belajar dalam menghadapi setiap persoalan yang ada.

8.5 Rencana perbaikan/pengembangan Diri, Karir dan Pendidikan

Rencana kedepan yang akan penulis perbaiki yaitu dalam meningkatkan rasa percaya diri dalam diri penulis. Mengingat rasa percaya diri sangat penting apalagi ketika sudah memasuki dunia kerja karena apabila kita tidak percaya diri maka kita akan terhambat dalam melakukan suatu pekerjaan. Selain itu, penulis akan lebih mengembangkan potensi diri serta lebih banyak belajar lagi guna mempersiapkan bekal sebelum masuk dunia kerja yang sesungguhnya Serta ilmu-ilmu yang telah didapatkan oleh penulis selama perkuliahan dan selama magang akan penulis kembangkan lagi dan dijadikan penulis sebagai bekal dalam menjalani kehidupan sehari-hari agar dapat lebih bermanfaat bagi penulis serta lingkungan sekitar

REFERENCES

- Bogor, A. T. (n.d.). *Analisis Kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias*. 3(2), 111–118.
- Candra, 2004. (1976). *No Title*. 2, 161–180.
- Cirebon, A. M., Mart, T., & Midi, A. (2016). *Analisis strategi pemasaran bisnis modern*. 1(4), 69–78.
- Damai, P. T., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *No Title*. 2(1), 1–15.
- Dhakiri, H. (n.d.). *No Title*.
- Di, P., Pandemi, M., Pasar, A., & Perikanan, H. (2021). *Pemasaran Hasil Kelautan Dan Perikanan Di Masa Pandemi Covid-19*. 19.
- Efendi, R. (n.d.). *Bab ii strategi diversifikasi produk dan penjualan*.
- Geissmann, T., Nijman, V., & Dallmann, R. (2006). *The fate of diurnal primates in southern Sumatra*. 2, 18–24.
- Hermawan, L., & Chung, U. M. (n.d.). *Dilema Diversifikasi Produk; Meningkatkan Pendapatan atau Menimbulkan Kanibalisme Produk Lucius Hermawan Universitas Ma Chung*.
- Hikmayani, Y. (2017). *Alternatif Solusi Bagi Kberlanjutan Industri Surimi di Indonesia Alternative Solutions For Surimy Industrial Construction In Indonesia*. 41–51.
- Howe, S. (1978). *No Title*.
- Iv, B. A. B. (1978). *Bab iv analisis diversifikasi produk sebagai strategi meningktakan volume penjualan*. November, 63–75.
- Jagung, P. O., Ukm, K., Desa, M., Kecamatan, S., & Karanganyar, J. (2017). *Diversifikasi produk sebagai upaya strategi pemasaran produk olahan jagung*. 2011, 355–364.
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). *Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang*. 1.
- Khamidi, S. (2008). *Shofwan Khamidi Achmad Fauzi DH Imam Suyadi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*. 3.
- Mr. fact. (2021). *No Title*. 2021.
- Musyafa, I. (2018). *No Title*. 2018.
- Ningrum, H. (2017). *No Title*. 2016, 12–40.
- Programme, F. T., & Pinang, P. (2010). *Review Article Surimi-like material : challenges and prospects*. 517, 509–517.
- Putri, T., & Bulan, L. (2017). *Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa*. 6(1), 679–687.
- Rasulong, I. (2012). *Pengaruh Diverivikasi Program Studi*. 7(1).
- Rizky, N., Alfisah, E., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Islam, U., Muhammad, K., Banjari, A. Al, Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Islam, U., Muhammad, K., Banjari, A. Al, Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Islam, U., Muhammad, K., & Banjari, A. Al. (2020). *Volume Penjualan Produk Mesin Food Processing pada Strategy Analysis in an Effort to Increase Sales Volume of Food Processing Machine Products at Maksindo Banjarmasin Branch*.
- Science, E. (2021). *Current (2021) status of surimi industry in Indonesia and possible solutions : A review Current (2021) status of surimi industry in Indonesia and possible solutions : A review*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/919/1/012036>
- Shaleha. (2015). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Udang Widu*

Beku di Pt. Multi Monodon Indonesia , SHALEHA.

Sukma. (2018). *No Title*.

Suprajang, S. E. (n.d.). *No Title*. 37–51.

Tarida, Y. (2012). *Ekonomi pembangunan*. 10(2), 124–142.

Tirtha, V. H., & Ardianti, R. (2014). Perumusan Strategi Bersaing pada Usaha Pengolahan Ikan PT. Dwi Candra di Sidoarjo. *Agora*, 2(2).

Tjiptono, F. (n.d.). *No Title*. 3.

Utomo, S. (1998). *No Title*.

Vol, M. B. (2014). *Teknologi surimi dan produk olahannya*. 10(1).

winarni tri, D. (2009). *SURIMI.pdf*.

[. \(http://ap5i-indonesia-seafood.com/indoap5i/2021/04/30/rapat-anggota-ap5i-berbasis-surimi-29-april-2021/\)](http://ap5i-indonesia-seafood.com/indoap5i/2021/04/30/rapat-anggota-ap5i-berbasis-surimi-29-april-2021/)

<https://www.aa.com.tr/id/ekonomi/surimi-lesu-pemerintah-dorong-diversifikasi-bisnis-perikanan/1033422>

<https://www.factmr.com/report/5014/surimi-market>

