



ANALISIS SWOT PADA UMKM PRODUK HALAL OLAHAN IKAN TONGKOL DI KECAMATAN SEPULUH, KABUPATEN BANGKALAN

SWOT ANALYSIS OF MSMEs PROCESSED HALAL TONGKOL FISH PRODUCTS IN SEPULUH DISTRICT, BANGKALAN REGENCY

Nurul Fitriyah¹, Trischa Relanda Putra², Tripitono Adi Prabowo³

^{1,2,3}Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Email: fitriyahnurul216@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kata Kunci:

Analisis SWOT, UMKM, Produk Halal, Olahan Ikan Tongkol.

ABSTRAK

Produk halal olahan ikan tongkol merupakan salah satu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berpotensi untuk dikembangkan di Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja UMKM tersebut dengan menggunakan analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, studi literatur dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM ini memiliki kekuatan (*strengths*) berupa ketersediaan bahan baku, permintaan pasar yang tinggi, produk yang berkualitas dan bersertifikat halal, serta dukungan pemerintah dan lembaga terkait. Namun, UMKM ini juga menghadapi kelemahan (*weaknesses*) seperti keterbatasan modal, teknologi, sumber daya manusia, pemasaran dan manajemen. Peluang (*opportunities*) yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM ini antara lain adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, adanya pasar ekspor, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, serta kerjasama dengan mitra strategis. Sedangkan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh UMKM ini meliputi persaingan dengan produk sejenis, fluktuasi harga bahan baku, perubahan selera konsumen, serta peraturan dan standar yang ketat. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM ini adalah strategi SO (*strengths-opportunities*), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Beberapa langkah yang dapat dilakukan adalah meningkatkan produksi dan diversifikasi produk, memperluas jangkauan pasar baik lokal maupun internasional, memanfaatkan media sosial dan online untuk promosi dan penjualan, serta menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang relevan.

Copyright © 2023 JSR. All rights reserved.

ARTICLE INFO

Keywords:

SWOT Analysis, MSMEs, Halal Products, Processed Tuna Fish.

ABSTRACT

Halal processed tuna products are one of the micro, small and medium enterprises (MSMEs) that have the potential to be developed in Bangkalan Regency. This research aims to analyze the internal and external factors that influence the performance of MSMEs using SWOT analysis. Data was collected through interviews, observation, literature study and documentation. The results of the analysis show that these MSMEs have strengths in the form of availability of raw materials, high market demand, quality and halal certified products, as well as support from the government and related institutions. However, these MSMEs also face weaknesses such as limited capital, technology, human resources, marketing and management. Opportunities that can be exploited by MSMEs include increasing public awareness of halal products, the existence of export markets, developments in information and communication technology, and collaboration with strategic partners. Meanwhile, the threats faced by MSMEs include competition with similar products, fluctuations in raw material prices, changes in consumer tastes, as well as strict regulations and standards. Based on the results of the SWOT analysis, the strategy that can be implemented by MSMEs is the SO (strengths-opportunities) strategy, namely utilizing internal strengths to take advantage of external opportunities. Some steps that can be taken are increasing production and product diversification, expanding market reach both locally and internationally, utilizing social and online media for promotion and sales, and establishing collaboration with relevant parties.

Copyright © 2023 JSR. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Kawasan nelayan di bagian utara pulau Madura yang memiliki jumlah penduduk nelayan yang cukup banyak terdiri dari rumah tangga nelayan, rumah tangga perikanan budidaya, rumah tangga pengolah hasil perikanan terletak di Kecamatan Sepuluh Kabupaten Bangkalan. Produksi hasil perikanan selain dipasarkan dalam bentuk segar juga diolah menjadi produk olahan seperti abon, nugget, ikan asin/kering, pindang, terasi, kerupuk ikan/udang, manisan rumput laut dan pentol ikan (Akhmad Farid, 2015). Data nelayan pembaruan terakhir dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan 16 Februari tahun 2015, terdapat 24.660 nelayan di laut dan nelayan perairan umum di Kabupaten Bangkalan. Dari jumlah tersebut, Kecamatan Sepuluh memiliki 2.786,90 nelayan di laut dan 30.22 nelayan perairan umum. Pada musim ikan tongkol, seorang nelayan dapat menangkap lebih dari 200 ekor ikan tongkol ukuran kecil dalam satu kali perjalanan. Jumlah nelayan di wilayah tersebut sekitar 200 orang. Ikan tongkol merupakan salah satu hasil laut andalan Kabupaten Bangkalan, selain udang, cumi, tenggiri, kakap, dan ikan pari. Tongkol juga merupakan hasil tangkapan dominan para nelayan di wilayah tersebut dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan mereka. Namun hasil tangkapan ikan tongkol dan ikan lainnya dapat berfluktuasi karena berbagai faktor seperti cuaca dan kondisi lingkungan.

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu bisnis atau proyek. Biasanya digunakan dalam bisnis dan pemasaran untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu produk atau layanan. Analisis SWOT dapat diterapkan pada berbagai industri, termasuk industri makanan, untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan. Produk halal olahan ikan tongkol pada UMKM di Kecamatan Sepuluh, Kabupaten Bangkalan. Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengevaluasi kondisi bisnis saat ini dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Kekuatan bisnis ini mencakup penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi dan produksi produk yang unik. Kelemahannya mungkin mencakup kurangnya saluran pemasaran dan distribusi. Peluang yang ada bisa berupa meningkatnya permintaan akan produk halal di pasar, sementara ancamannya bisa berupa persaingan dari bisnis produk tuna olahan halal lainnya. Secara keseluruhan, analisis SWOT dapat menjadi alat yang berguna bagi UMKM di Kecamatan Sepuluh, Bangkalan untuk mengevaluasi bisnis produk halal olahan ikan tongkol mereka dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan. Produk olahan hasil laut merupakan salah satu komoditas penting yang memiliki nilai ekonomi dan gizi tinggi. Namun, tidak semua produk olahan hasil laut dapat dikonsumsi oleh masyarakat Muslim, karena harus memenuhi kriteria halal yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Halal adalah segala sesuatu yang dibolehkan oleh syariat Islam, baik dalam hal sumber, cara pengolahan, maupun penyajian. Produk halal olahan hasil laut harus berasal dari hewan laut yang halal, tidak terkontaminasi dengan bahan haram, dan diproses dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam.

Ikan tongkol merupakan hewan laut yang halal dan banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku produk olahan hasil laut. Produk makanan hasil laut ikan tongkol dapat ditemukan di Kabupaten Bangkalan, khususnya di Kecamatan Sepuluh, didasarkan pada sumber daya laut yang melimpah di Indonesia, termasuk ikan tongkol (Sukmawati Abdullah et al, 2022). Selain itu, pengembangan industri halal di Kabupaten Bangkalan juga telah mendapat dukungan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang menunjukkan potensi pasar yang besar untuk produk halal. Studi kasus yang dilakukan di Kecamatan Sepuluh bertujuan untuk menganalisis potensi pengembangan produk makanan laut yang halal, khususnya ikan tongkol, dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan industri halal di daerah tersebut. Potensi pengembangan produk makanan halal hasil laut di Kabupaten Bangkalan, termasuk di Kecamatan Sepuluh, dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, khususnya para nelayan dan pelaku usaha pengolahan ikan. Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk merumuskan analisis SWOT produk halal olahan ikan tongkol dan pelaku UMKM dalam mengembangkan produk halal olahan ikan tongkol di Kecamatan Sepuluh Kabupaten Bangkalan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, tantangan, kekuatan dan ancaman yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai dan kualitas produk halal olahan hasil laut di daerah ini. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan industri halal nasional dan global.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Menurut tokoh pertama yang mengenalkan metode SWOT yaitu Albert Humphrey pada tahun 1960-an mendefinisikan sebagai Pendekatan yang mengkaji kemampuan dan keterbatasan organisasi atau bisnis dari sudut pandang potensi dan pencapaian. Di sini kami memberikan analisis SWOT, yang merupakan singkatan dari "strengths, weaknesses, opportunities, dan threats" sebagai sarana untuk menilai rencana bisnis dengan melihat kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancamannya (Fajar, 2016). Beberapa sarjana berpendapat bahwa analisis SWOT adalah alat perencanaan klasik yang menyediakan cara menyeluruh untuk menentukan pendekatan terbaik untuk suatu strategi. Dengan menggunakan instrumen ini, praktisi akan lebih mudah menentukan apa yang mungkin disentuh dan apa yang perlu diamati oleh mereka. Landasan dari metode analisis ini adalah logika, yang bertujuan untuk memaksimalkan peluang dan kekuatan sambil mengurangi kelemahan dan risiko sebanyak mungkin. Pada tingkat yang paling dasar, analisis SWOT dapat digunakan dengan memeriksa dan membandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi masing-masing. Dengan cara ini, hasil analisis dapat menginformasikan perencanaan strategi sesuai dengan temuan analisis pada faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).

Adapun faktor eksternal dan internal untuk melakukan analisis SWOT yaitu: 1) Strengths (kekuatan) adalah kondisi yang menguntungkan atau mendominasi dalam suatu organisasi. Faktor ini menjadi aset bagi perusahaan itu sendiri karena dapat menghasilkan nilai aset sekunder atau nilai aset komparatif. Ketika satu perusahaan lebih kuat dari yang lain dan mampu memuaskan para pemangku kepentingannya, rasio ini akan terlihat. Hal ini menjadi nilai dasar bagi perusahaan dalam menciptakan produk berkualitas tinggi. 2) Weaknesses (kekurangan) adalah kondisi suatu hal yang menjadi kelemahan. Mengatakan bahwa perusahaan itu baik adalah pernyataan yang meremehkan. Perusahaan yang baik mampu meminimalkan risiko atau setidaknya mengelolanya. 3) Opportunitiess (peluang) adalah Kondisi lingkungan yang ada di dalam perusahaan yang berpotensi mempengaruhi perusahaan dan mempengaruhi kesepakatan. 4) Threats (ancaman) adalah situasi di luar kendali perusahaan yang mempengaruhi operasinya. Ini mungkin akan sangat merugikan perusahaan. Intinya adalah akan sulit untuk diimplementasikan, yang akan menghambat pencapaian visi dan misi perusahaan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki seseorang atau unit usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro. Menurut ketentuan UU No. 20 Tahun 2008, menurut definisi UMKM, kriteria UMKM berbeda-beda tergantung usaha mikro, kecil, atau menengah. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki seseorang atau unit usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro. Kriteria berikut tercantum dalam anggaran rumah tangga UMKM: usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM), sebagaimana tercantum dalam Pasal 20 undang-undang tahun 2008. Dalam hal produktivitas dalam perekonomian, usaha menengah bukan hanya anak usaha atau cabang dari perusahaan besar, tetapi juga faktor dalam usaha kecil

atau menengah, dengan total aset didistribusikan sesuai dengan peraturan. Badan usaha terkadang tergolong usaha besar apabila aset yang dimiliki pemiliknya mencapai nilai Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,-, tidak termasuk bangunan dan lahan yang digunakan untuk keperluan usaha. Hasil penjualan tahunan berkisar antara Rp2.500.000.000,- hingga Rp50.000.000.000,-. Kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM mencerminkan kelemahan-kelemahan usaha tersebut (Wulandari & Dony, 2023). Beberapa kendala umum yang sering dihadapi oleh UMKM melibatkan keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan penyediaan bahan baku, pengetahuan yang terbatas mengenai dunia bisnis, keterbatasan dalam penguasaan teknologi, kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah, manajemen keuangan yang belum optimal, dan ketidakadaan pembayaran untuk pekerja yang terlibat. Maka UMKM memiliki banyak keuntungan bagi bisnis besar, seperti 1) inovasi teknologi yang dapat dengan mudah terjadi selama pengembangan produk, 2) manajemen sumber daya manusia yang menguntungkan bagi usaha kecil, dan 3) kemampuan untuk menghasilkan banyak kepuasan kerja atau penerapannya pada kinerja karyawan.

Produk Halal

Untuk kelangsungan kehidupan Muslim di Indonesia, produk halal adalah kebutuhan yang sangat mendasar. Jika kita kembali ke ayat-ayat Al-Qur'an dan larangan produk non-halal untuk digunakan manusia, kita menemukan bahwa kebutuhan produk halal adalah asasi (Makhtum & Ersya, 2021). Sertifikasi halal adalah jaminan bahwa suatu produk mematuhi aturan yang ditetapkan oleh otoritas sertifikasi halal, dalam hal ini majelis ulama, dengan mengeluarkan fatwa halal. Label halal adalah meterai persetujuan untuk suatu produk. Sebagai negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan product yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat, karena produk yang beredar di kalangan masyarakat tidak terjamin kehalalannya. Ini berarti menjamin bahwa agama sudah dan menjalankan ajaran agamanya. Permintaan dari masyarakat umum untuk produk kadang-kadang memerlukan produk yang mengandung kontaminan tertentu dan kadang-kadang menyebabkan mereka menghilang. Ketidakmampuan konsumen untuk menentukan apakah suatu produk halal atau tidak mengharuskan pembentukan komite dengan kualifikasi yang diperlukan untuk melakukannya. Kemudian, grup ini bebas untuk mensertifikasi suatu produk.

Pedoman dan tersenggaranya sertifikasi dan labelisasi produk halal, bagaimanapun, akan dilaksanakan sesuai dengan undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal, yang akan disebut sebagai JPH di masa depan. Undang-undang ini akan diberlakukan oleh pemerintah, yang akan bertanggung jawab untuk melindungi, memastikan, dan memastikan kepatuhan terhadap hukum, serta memastikan transparansi, efisiensi, dan efektivitas serta profesionalisme. Tujuan pengembangan JPH: memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk (Ilyas, 2017). Meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal. Alasannya itu sendiri adalah karena semua produk yang dijual dan dikonsumsi di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal. Penafsiran ulang frasa wajib dalam undang-undang ini diperlukan jika digabungkan dengan masalah.

Olahan Ikan Tongkol

Konsumsi ikan tongkol (*Euthynnus affinis*) direkomendasikan untuk populasi umum karena kandungan proteinnya yang tinggi, yang bermanfaat bagi kesehatan manusia. Kandungan gizi ikan tongkol adalah sebagai berikut: 21,60-26,30% protein, 1,30-0,10% lemak, 71,7-76,76% udara, 1,201,50% mineral, dan 1,45-3,40% gum. Banyak manfaat tongkol termasuk kandungan protein tinggi, kandungan lemak rendah, dan pencernaan mudah. Selain manfaat tersebut, ikan tongkol juga memiliki efek sebaliknya dari ikan lainnya, yaitu cepat busuk setelah ditangkap (Novia, Yahya & Wisma, 2019). Mayoritas perkebunan kecil masih mematuhi prinsip-prinsip penilaian tradisional yang belum diperbarui untuk mencerminkan pengetahuan modern, sehingga nilai tanahnya rendah. Ada persentase mikroba yang lebih tinggi pada ikan tongkol yang dijual hari ini dibandingkan kemarin, sesuai dengan kriteria kondisi ikan. Budidaya ikan Tongkol harus dilakukan untuk meringankan hal tersebut, sehingga dapat memiliki umur simpan yang panjang dan bernilai ekonomis yang tinggi. Abon ikan, nugget ikan, dan bakso ikan yang umumnya diproduksi menggunakan daging sapi sebagai bahan baku, saat ini telah beralih menggunakan tongkol sebagai bahan utama. Olahan dari ikan tongkol ini termasuk abon, nugget, dan bakso ikan, menciptakan produk diversifikasi dalam pangan hasil perikanan. Produk ini tidak hanya memberikan daya tahan yang baik, tetapi juga menambah nilai (*value added*) pada produk dengan rasa khas. Proses pembuatan melibatkan perebusan, penghancuran, penggorengan, dan pengepresan. Salah satu usaha dalam meningkatkan konsumsi ikan masyarakat adalah budidaya ikan atau dikenal juga dengan diversifikasi ikan (Abdullah, 2022). Ini diversifikasi berarti menciptakan selera konsumen yang berkembang, lebih lanjut dari menu alternatif dan penyegaran, dan kejenuhan pasar dapat teratasi. Selain itu, diversifikasi adalah salah satu strategi untuk meningkatkan efisiensi pasar, atau dengan kata lain, meningkatkan permintaan dan memberikan lebih banyak alternatif bagi mereka yang dapat memanen panen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Ketika datang ke bisnis produksi ikan, tantangan yang dihadapi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau daftar dari orang dan tindakan yang dapat dilihat (Sujarweni, 2014). Metode penelitian ini bersifat deskriptif, artinya menggunakan metode untuk menunjukkan suatu hasil penelitian. Jenis penelitian deskriptif adalah memberikan deskripsi, penjelasan, dan validasi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Tujuannya, bagaimanapun, tidak boleh terlalu sederhana dan didasarkan pada pendapat daripada bukti faktual (Ramdhan, 2021). Penelitian ini berada di Kecamatan Sepuluh Kabupaten Bangkalan, yang merupakan salah satu kabupaten di Pulau Madura. Kabupaten Bangkalan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki berbagai daya tarik wisata yang potensial dan sangat linier bila dikembangkan olahan hasil laut. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Retnawati, 2017). Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis Deskriptif dan Triangulasi yaitu Mengumpulkan dan mengatur data secara teratur, memilih metode atau alat yang

sesuai untuk menganalisis data, menerapkan setiap metode atau alat secara terpisah, dan membandingkan hasil dari metode atau alat yang berbeda untuk menemukan kesamaan, perbedaan, pola, atau celah (Bachtiar, 2010). Data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, data primer dan data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Produk Halal Olahan Ikan Tongkol di Kecamatan Sepuluh Kabupaten Bangkalan

Dari hasil analisa SWOT meliputi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada produk halal olahan ikan tongkol di Kecamatan Sepuluh Kabupaten Bangkalan sebagai berikut:

1. *Strenght* (Kekuatan)
 - a. Ketersediaan bahan baku. Ikan tongkol di kecamatan sepuluh yang stabil dan dapat diandalkan dari rasa, tekstur ikan tongkol yang lezat dan populer di pasar konsumen sehingga berpotensi untuk berinovasi dalam produk olahan ikan tongkol seperti pentol ikan, abon, petis dan produk lainnya. Ketersediaan bahan baku yang baik adalah faktor penting dalam bisnis olahan makanan, dan ini dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam memenuhi permintaan pasar.
 - b. Permintaan pasar yang tinggi. Dengan adanya permintaan pasar yang tinggi, bisnis olahan ikan tongkol memiliki keunggulan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat meraih potensi pertumbuhan yang lebih besar. Selain itu, dengan adanya permintaan pasar yang tinggi, bisnis olahan ikan tongkol memiliki potensi lebih besar untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang.
 - c. Dukungan pemerintah dan lembaga terkait. Dari lembaga pemerintah juga mengadakan pelatihan terkait olahan ikan tongkol kepada umkm yang berada disekitar kecamatan sepuluh sehingga dapat membantu dalam pengembangan, pematuhan regulasi, dan peningkatan keberlanjutan dalam bisnis olahan ikan tongkol, yang merupakan kekuatan tambahan yang signifikan.

Berdasarkan hasil olah data dari nvivo terkait kekuatan dari beberapa narasumber diantaranya narasumber dari Dinas Koperasi dan UMKM menyatakan setiap produk UMKM memiliki ciri khas tertentu dan biasanya ciri khas tersebut berasal dari ikan tongkol itu sendiri seperti olahan pentol ikan, kerupuk ikan tongkol kecil warna putih, abon, pepes ikan dan soto ikan tongkol dimana ikan tongkol tersebut di suwir sebagai pengganti ayam pada umumnya soto. Selanjutnya narasumber dari Dinas perindustrian dan ketenagakerjaan juga memberikan keterangan bahwa hasil olahan dari ikan tongkol dapat diolah menjadi pentol, kerupuk, abon, dan juga petis. Narasumber berikutnya dari UMKM kerupuk ikan tongkol juga menyatakan bahwa olahan kerupuk dari ikan tongkol mempunyai ciri khas sendiri yaitu rasanya yang lebih gurih dan rasa gurih tersebut dominan dari ikan tongkol itu sendiri. Narasumber berikutnya pentol ikan menjelaskan bahwa pentol ikan di UMKM nya lebih berasa karena banyaknya ikan tongkol yang mendominasi olahan pentol dan sedikit kenyal. Dan yang terakhir narasumber dari UMKM petis ikan tongkol menyatakan dari cita rasanya yang asli, tanpa ada bahan campurannya langsung dari kaldu ikan tongkolnya.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Keterbatasan modal untuk mengembangkan atau memperluas operasi olahan ikan tongkol, keterbatasan teknologi dalam proses produksi dan pengawetan ikan tongkol, keterbatasan sumber daya manusia dengan keterampilan khusus dalam pengolahan ikan tongkol, kurangnya strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk olahan ikan tongkol, dan keterbatasan dalam kemampuan manajemen untuk mengelola operasional bisnis dengan efisien. Identifikasi keterbatasan-keterbatasan ini penting karena membantu dalam merencanakan tindakan perbaikan dan pengembangan yang diperlukan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut dalam bisnis olahan ikan tongkol.

Berdasarkan hasil olah data dari nvivo terkait kelemahan dari beberapa narasumber diantaranya narasumber dari UMKM kerupuk ikan tongkol menyatakan bahwa terkendala di strategi pemasarannya yang kurang efektif. Narasumber berikutnya dari UMKM pentol ikan tongkol menjelaskan bahwa kendalanya di pemutaran uang modal dan pengelolaan keuangannya dalam operasional. Dan yang terakhir narasumber dari UMKM petis ikan tongkol juga menyatakan bahwa terkendala di modal dan perluasan pemasarannya.

3. *Opportunity* (peluang)

- a. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal olahan ikan tongkol menciptakan peluang besar di pasar makanan dan minuman. Analisis opportunity dapat mencakup identifikasi permintaan konsumen, pertumbuhan pasar halal, potensi ekspor, serta strategi pemasaran khusus produk halal tersebut. Dengan memahami tren ini, produsen dapat mengoptimalkan produksi dan pemasaran produk ikan tongkol halal untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin meningkat.
- b. Adanya pasar ekspor dan impor olahan ikan tongkol juga dapat menjadi faktor penting dalam analisis peluang bisnis. Dengan analisis yang cermat terhadap aspek ekspor dan impor. Kita dapat mengidentifikasi peluang untuk memperluas bisnis secara internasional dan memanfaatkan pasar global.
- c. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. faktor ini kunci dalam analisis peluang bisnis olahan ikan tongkol. Kita dapat menjual produk olahan ikan tongkol secara online, baik melalui platform e-commerce yang ada atau dengan membangun toko online sendiri. Ini dapat memperluas jangkauan pasar. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan, pastinya dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kita dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Ini dapat menjadi peluang besar dalam bisnis olahan ikan tongkol.
- d. Kerjasama dengan mitra strategis. Dalam bisnis olahan ikan tongkol dapat menjadi langkah yang sangat menguntungkan. Namun, penting untuk memilih mitra strategis dengan cermat, dan menjalin kesepakatan kerjasama yang jelas dan saling menguntungkan. Evaluasi potensial mitra strategis berdasarkan visi, nilai-nilai, dan tujuan bisnis. Kerjasama yang tepat dapat membuka peluang baru dan memperkuat posisi bisnis di industri olahan ikan tongkol.

Berdasarkan hasil olah data dari nvivo terkait peluang dari beberapa narasumber diantaranya narasumber dari UMKM kerupuk ikan tongkol menyatakan bahwa memiliki hubungan yang baik dengan mitra kerja atau reseller dan memiliki loyalitas pelanggan ini peluang kami. Narasumber berikutnya dari UMKM pentol ikan tongkol menjelaskan bahwa menyediakan digital marketing dan adanya pasar ekspor. Dan yang terakhir narasumber dari UMKM petis ikan tongkol juga menyatakan bahwa peluangnya juga di loyalitas pelanggan dan kesadaran terhadap produk halal olahan ikan tongkol seperti petis ini.

4. *Threat* (Ancaman)

- a. Persaingan dengan produk sejenis. Dalam bisnis olahan ikan tongkol dapat menjadi ancaman yang signifikan. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam analisis ancaman adalah: Penurunan Harga: Persaingan dapat mendorong penurunan harga produk. Ini dapat mengurangi profitabilitas bisnis jika terpaksa menurunkan harga untuk bersaing. Inovasi Produk: Persaingan dapat mendorong inovasi produk yang lebih baik atau fitur tambahan. Jika pesaing menghadirkan produk yang lebih menarik, kita mungkin kehilangan pangsa pasar. Promosi dan Pemasaran: Pesaing dapat memiliki strategi pemasaran yang agresif untuk mengambil pangsa pasar kita. Ini dapat mengancam keterlihatan merek kita di pasar. Diferensiasi: Jika produk kita tidak memiliki elemen diferensiasi yang cukup kuat, kita mungkin kesulitan bersaing dengan produk sejenis. Keberlanjutan Pasokan: Persaingan dapat mengarah pada persaingan yang intens dalam pasokan bahan baku seperti ikan tongkol, yang dapat mempengaruhi biaya produksi dan ketersediaan bahan baku. Untuk mengatasi ancaman persaingan, perlu fokus pada strategi diferensiasi, inovasi produk, pemasaran yang cerdas, dan mempertahankan kualitas produk. Selain itu, memahami pesaing dan mengikuti perkembangan pasar dapat membantu merespons perubahan dengan lebih baik.
- b. Fluktuasi harga bahan baku. Ikan tongkol, merupakan ancaman yang signifikan dalam bisnis olahan ikan tongkol. Beberapa dampak dan tindakan yang perlu diperhatikan adalah: Biaya Produksi yang Tak Terduga: Fluktuasi harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya produksi. Harga yang naik dapat menyebabkan peningkatan biaya produksi, yang mungkin sulit untuk diserap tanpa menaikkan harga jual. Margin Laba yang Berkurang: Jika harga bahan baku naik tetapi harga jual tidak dapat diubah secara signifikan, maka margin laba mungkin akan menurun. Hal ini dapat mengurangi profitabilitas bisnis. Perubahan Kualitas Bahan Baku: Fluktuasi harga dapat mempengaruhi ketersediaan dan kualitas bahan baku. Kita mungkin perlu mencari sumber pasokan alternatif atau beradaptasi dengan perubahan dalam kualitas bahan baku. Rantai Pasokan yang Tidak Stabil: Perubahan harga bahan baku juga dapat memengaruhi stabilitas rantai pasokan penjual. Dalam kasus fluktuasi yang ekstrim, bisa ada risiko pasokan yang tidak stabil.
- c. Perubahan selera konsumen dalam bisnis olahan ikan tongkol bisa menjadi ancaman serius. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam analisis ancaman ini adalah: Penurunan Permintaan: Jika selera konsumen berubah, bisa terjadi penurunan permintaan terhadap produk olahan ikan tongkol, yang dapat mempengaruhi penjualan dan pendapatan. Kehilangan Pangsa

faktor penentu. Pengiriman dan Logistik: Pertimbangkan opsi pengiriman dan logistik yang efisien untuk produk ikan tongkol kita. Selain itu, perlu memastikan produk tetap segar dan dalam kondisi baik selama pengiriman internasional. Kolaborasi dengan Distributor dan Pemasok: Identifikasi distributor atau pemasok lokal dan internasional yang dapat membantu memasarkan produk di pasar luar negeri. Kerjasama ini dapat membantu Anda memperluas jangkauan pasar dengan lebih efektif. Pasar Internasional Online: Manfaatkan platform e-commerce internasional atau marketplace khusus makanan laut untuk menjual produk ke pasar internasional. Partisipasi dalam Pameran Internasional: Ikuti pameran dagang dan acara internasional terkait makanan olahan ikan laut untuk memperkenalkan produk kita dan membangun jaringan dengan pemain industri lainnya. Kampanye Pemasaran Internasional: Lakukan kampanye pemasaran internasional yang ditargetkan. Ini bisa mencakup iklan online, kampanye media sosial, dan penggunaan bahasa yang sesuai untuk pasar target. Pemahaman Regulasi Impor Ekspor: Pelajari aturan dan regulasi impor dan ekspor yang berlaku di negara-negara yang dituju. Pastikan mematuhi semua persyaratan hukum. Customer Support Internasional: Siapkan tim atau layanan pelanggan yang dapat melayani pertanyaan dan kebutuhan pelanggan dari berbagai negara. Penyesuaian Produk: Jika diperlukan, pertimbangkan penyesuaian produk sesuai dengan preferensi dan tuntutan pasar internasional.

Memanfaatkan media sosial dan platform online. Strategi yang cerdas untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan produk UMKM olahan ikan tongkol. Berikut adalah beberapa langkah dalam hal ini: Buat Presence Online: Buat situs web resmi untuk UMKM jika kita belum memilikinya. Pastikan situs web tersebut memiliki informasi produk yang lengkap, alamat kontak, dan cara untuk berbelanja online jika memungkinkan. Manfaatkan Media Sosial: Buat dan aktif di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Bagikan konten berkualitas terkait produk ikan tongkol secara teratur. Gunakan gambar dan video untuk mempromosikan produk dengan cara yang menarik. Kampanye Berbayar: Gunakan iklan berbayar di media sosial untuk mencapai audiens yang lebih besar. Kita dapat menargetkan iklan berdasarkan demografi, minat, dan perilaku, sehingga pesan lebih efektif. Konten Berkualitas: Buat konten berkualitas tinggi yang berkaitan dengan ikan tongkol, makanan laut, atau resep yang menggunakan produk. Ini akan menarik perhatian pengikut kita dan menunjukkan keahlian kita di industri tersebut. Interaksi dengan Pelanggan: Tanggapi komentar dan pertanyaan dari pelanggan dengan cepat dan ramah. Jadikan media sosial sebagai cara untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Promosi Khusus: Berikan promosi khusus atau diskon melalui media sosial untuk mendorong orang membeli produk kita. Kemitraan dengan Influencer: Jika memungkinkan, pertimbangkan berkolaborasi dengan influencer yang memiliki audiens yang sesuai dengan produk kita. Mereka dapat membantu memperluas jangkauan kita. Gunakan Platform e-commerce: Daftarkan produk Anda di platform e-commerce yang populer seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak jika berlaku. Ini akan memberikan pelanggan lebih banyak opsi untuk berbelanja online. Analisis Data: Gunakan alat analisis media sosial untuk melacak kinerja kampanye kita. Ini akan membantu memahami apa yang berfungsi dan mengoptimalkan strategi kita. Kontes dan Giveaway: Selenggarakan kontes atau giveaway di media sosial untuk meningkatkan keterlibatan pengikut dan memperkenalkan produk kita kepada lebih banyak orang. Penggunaan Hashtag:

Gunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas posting di media sosial. Ini dapat membantu orang menemukan kita melalui pencarian.

Menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang relevan. Hal ini strategi yang kuat untuk UMKM olahan ikan tongkol. Berikut adalah beberapa langkah dalam hal ini:

Pemasok Ikan: Jalin kerjasama yang kuat dengan pemasok ikan untuk memastikan pasokan ikan tongkol yang konsisten dan berkualitas.

Asosiasi Nelayan atau Produsen: Bergabunglah dengan asosiasi nelayan atau produsen makanan laut lokal untuk mendapatkan dukungan, akses ke sumber daya, dan peluang jaringan.

Pemasar Lokal: Bekerja sama dengan toko-toko makanan lokal, restoran, dan pasar tradisional untuk memasarkan produk secara lokal.

Perguruan Tinggi atau Institut Riset: Kerjasama dengan institusi pendidikan atau penelitian yang memiliki keahlian dalam makanan laut dapat membantu meningkatkan kualitas produk dan inovasi.

Distributor dan Pemasar Internasional: Jika ingin memasuki pasar internasional, pertimbangkan untuk bermitra dengan distributor atau agen yang memiliki pengalaman dalam ekspor produk makanan laut.

Restoran dan Chefs: Jalin hubungan dengan restoran dan koki yang dapat menggunakan produk kita dalam menu mereka. Ini dapat memperkenalkan produk kita kepada lebih banyak orang.

Influencer Kuliner: Kolaborasi dengan influencer kuliner di media sosial yang memiliki audiens yang sesuai dengan produk kita dapat membantu memperluas jangkauan kita.

Organisasi Keamanan Pangan: Kerjasama dengan organisasi atau lembaga yang berfokus pada keamanan pangan dapat membantu memahami dan mematuhi regulasi yang berlaku.

Pemerintah dan Lembaga Dukungan UMKM: Jangan ragu untuk mencari dukungan dari pemerintah lokal atau lembaga yang mendukung UMKM. Mereka dapat memberikan bantuan keuangan, pelatihan, atau informasi pasar.

Pemasok Bahan Tambahan: Jika memproduksi produk tambahan seperti saus atau bumbu, jalin kerjasama dengan pemasok bahan baku.

Lembaga Keuangan: Pertimbangkan untuk berbicara dengan lembaga keuangan atau bank yang dapat membantu dengan pembiayaan tambahan untuk pertumbuhan bisnis.

Lembaga Penyuluhan Bisnis: Jika memerlukan bantuan dalam perencanaan bisnis, pertimbangkan untuk bekerja sama dengan lembaga penyuluhan bisnis yang dapat memberikan panduan dan bimbingan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas Strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM dari hasil analisis SWOT adalah strategi SO (*strengths-opportunities*), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Beberapa langkah yang dapat dilakukan adalah meningkatkan produksi dan diversifikasi produk, memperluas jangkauan pasar baik lokal maupun internasional, memanfaatkan media sosial dan online untuk promosi dan penjualan, serta menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, S., Wianti, N. I., Tadjuddah, M., & Buana, T. (2022). Peningkatan Ketahanan Pangan Masyarakat Nelayan Melalui Olahan Ikan Tongkol di Desa Saponda Laut Kecamatan Soropia Kabupaten Konawe Sulawesi

- Tenggara. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 6(1), 127-140.
- Iiyah, R., Gumilar, I., & Maulina, I. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon di Kota Bandung). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 6(2 (1)).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan. (2015). *Nelayan di Laut dan Nelayan Perairan Umum Menurut Kecamatan dan Statusnya*. Diakses dari: <https://bangkalankab.bps.go.id/statictable/2015/02/16/132/nelayan-di-laut-dan-nelayan-perairan-umum-menurut-kecamatan-dan-statusnya-2013.html>.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal teknologi pendidikan*, 10(1), 46-62.
- DM, Y. S., & Tahir, R. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Tongkol (*Euthynnus Affinis*) di Kelurahan Lonrae Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone. *Jurnal INSAN TANI*, 2(1), 153-161.
- Farid, A. (2015). Peningkatan Kualitas Lingkungan di Kawasan Nelayan Sepuluh-Madura. *Jurnal Kelautan: Indonesian Journal of Marine Science and Technology*, 8(2), 95-102.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat. *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam*, 4(2), 357-376.
- Junianingsih, I. (2014). Strategi pengembangan usaha pengolahan tradisional ikan tongkol asap di Desa Jangkar Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmu Perikanan*, 5(1), 31-38.
- Makhtum, A., & Farabi, M. E. (2021, August). Pemetaan Potensi Sertifikasi Halal Pada Sektor Produk Makanan dan Minuman Unggulan di Kabupaten Bangkalan. In *Annual Conference of Ihtifaz: Islamic Economics, Finance, and Banking* (Vol. 2, No. 2, pp. 214-225).
- Melina, S., Sobariah, S., & Yuniarti, T. (2021). Peningkatan Pengetahuan, Sikap dan Keterampilan melalui Pelatihan dan Pendampingan Usaha Olahan Kerupuk Ikan Tongkol pada Kelompok Istri Nelayan di Kecamatan Simeulue Timur, Kabupaten Simeulue, Provinsi Aceh. *PELAGICUS*, 2(3), 127-140.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Novia, C., Yahya, Y., & Soedarmadji, W. (2019). Peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat melalui aneka olahan ikan Tongkol. *JMM-Jurnal Masyarakat Merdeka*, 2(1).
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.

- Retnawati, H. (2017). Teknik Pengambilan Sampel. In *Workshop Update Penelitian Kuantitatif, Teknik Sampling, Analisis Data, dan Isu Plagiarisme*, 1-7.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.
- Wulandari, S. H., & Hasan, D. B. N. (2023). Analisis tingkat literasi label halal pengusaha umkm kerupuk di desa Dakiring (studi kasus desa dakiring, kecamatan Socah, kabupaten Bangkalan). *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law*, 2(1), 33-47.