



Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Jangkauan Pasar pada UMKM Bandeng Sultan di Kota Makassar

Luthfia^{1*}, Muhamma Ridwan², Wahyuni Zam³

¹⁻³Program Studi Agribisnis Perikanan, Jurusan Bisnis, Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Indonesia

Email : luthfia0611@gmail.com

Alamat : Jl. Poros Makassar-Parepare, Sulawesi Selatan

*Penulis Korespondensi

Abstract : *The fisheries sector plays a vital role in the national economy and represents a significant potential source of foreign exchange. The development of this sector must be strategically designed to address future challenges, which include anticipating changes in both production and consumer systems (markets), as well as shifts in resource potential. This study aims to identify and analyze effective business development strategies for UMKM Bandeng Sultan to expand its market reach. The research methodology includes both primary and secondary data collection through interviews and field observations, analyzed qualitatively using a descriptive approach. Data were collected directly from interviews and on-site observations to gain relevant insights into the current conditions of the Bandeng Sultan business. The results indicate that the SWOT coordinate score (0.6: 0.57) places the business in a favorable position, supporting the adoption of an aggressive growth strategy. Recommended strategic actions include enhancing digital and e-commerce marketing, expanding into the Java market and exploring export opportunities, diversifying product offerings and innovating flavor varieties, as well as improving product quality and hygiene standards. These findings demonstrate that UMKM Bandeng Sultan possesses strong internal capabilities and promising external opportunities for growth. Therefore, the implementation of aggressive strategies was considered appropriate to increase competitiveness and ensure long-term business sustainability in a highly competitive market environment.*

Keywords: *Bandeng Sultan; Business Development Strategy; Makassar City; Market Reach; MSMEs.*

Abstrak : Sektor perikanan memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, menjadi sumber devisa yang sangat potensial. Pengembangan sektor ini harus dirancang agar mampu menghadapi tantangan di masa depan, yang memerlukan kemampuan memproyeksikan perkembangan baik dalam sistem produksi maupun sistem konsumen (pasar), serta perubahan potensi sumber daya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha pada UMKM Bandeng Sultan guna meningkatkan jangkauan pasar. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder melalui wawancara dan observasi serta menggunakan analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis SWOT. Penulis melakukan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung untuk mendapatkan informasi yang relevan terkait kondisi usaha UMKM Bandeng Sultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor titik koordinat SWOT (0,6 : 0,57) yang mencerminkan posisi yang menguntungkan dan mendukung penerapan strategi agresif. Strategi yang direkomendasikan antara lain peningkatan promosi digital dan e-commerce, ekspansi pasar ke wilayah Jawa dan potensi ekspor, diversifikasi produk dan inovasi rasa, serta peningkatan kualitas dan higienitas produk. Dalam hal ini menunjukkan bahwa UMKM Bandeng Sultan memiliki kekuatan internal dan peluang pasar yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut. Dengan demikian, strategi agresif dapat digunakan untuk memperkuat daya saing dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang ketat.

Kata Kunci: Bandeng Sultan; Jangkauan Pasar; Kota Makassar; Strategi Pengembangan Usaha; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

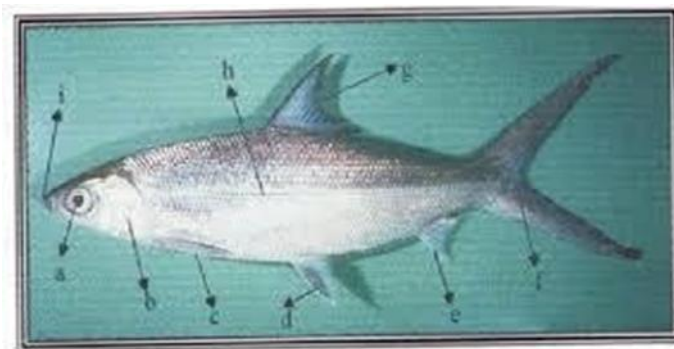
Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia memiliki luas laut dan jumlah pulau yang besar. Sumber daya laut yang melimpah di sebagian besar wilayahnya, ialah wilayah perairan Indonesia yang memiliki potensi cukup besar untuk dimanfaatkan secara maksimal, terutama untuk sektor perikanan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Indonesia (Djam dkk., 2023).

Sektor perikanan memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menyediakan lapangan kerja, menjadi sumber pendapatan bagi nelayan dan pembudidaya ikan, menyediakan sumber protein hewani dengan nilai gizi tinggi, serta menjadi sumber devisa yang sangat potensial. Pengembangan sektor ini harus dirancang agar mampu menghadapi tantangan di masa depan, yang memerlukan kemampuan memproyeksikan perkembangan baik dalam sistem produksi maupun sistem konsumen (pasar), serta perubahan potensi sumber daya. Oleh karena itu, tantangan utama dalam pengembangan perikanan terletak pada transformasi dari sistem produksi yang masih subsisten dan sederhana menjadi sistem komersial yang lebih kompleks (Saputra dkk., 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

Usaha budidaya ikan memberikan kontribusi signifikan, tidak hanya melalui peningkatan hasil produksi, tetapi juga dalam penciptaan lapangan kerja. Pembangunan sektor perikanan di Indonesia merupakan inisiatif penting untuk mengembangkan potensi perikanan di berbagai wilayah, baik perikanan air tawar maupun air laut. Potensi perikanan air tawar masih sangat luas, mencakup sawah, kolam, jaring apung, hingga keramba. Salah satu wilayah yang mendapatkan manfaat besar dari sumber daya air yang melimpah adalah Sulawesi Selatan ekonomi yang substansial, tetapi juga menciptakan peluang kerja yang berharga.

Ikan bandeng (*Chanos chanos*) merupakan ikan pangan yang sangat populer di Asia Tenggara. Ikan ini ialah satu-satunya spesies yang masih ada dalam suku. Ikan bandeng adalah jenis ikan yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat karena mempunyai kandungan gizi yang sangat baik yakni kandungan protein tinggi.



Gambar 1. Ikan Bandeng (*Chanos chanos*).

Ikan bandeng merupakan salah satu ikan yang favorit karena mempunyai rasa yang enak sekali jika dimasak dengan bumbu yang pas. Ikan bandeng kebanyakan disajikan dalam bentuk olahan dengan berbagai aneka produk, salah satunya ialah ikan bandeng tanpa tulang, ikan kambu dan lain sebagainya. Meningkatnya aktivitas pemanfaatan, jumlah produk perikanan juga mengalami peningkatan. Perusahaan yang bergerak di industri perikanan harus memastikan bahwa pengendalian, pengolahan, dan pemasaran produk dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Strategi pemasaran yang efektif akan mendukung penerimaan produk perikanan oleh masyarakat, meningkatkan minat dan loyalitas konsumen, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan dan kestabilan usaha (Firmantika, 2024).

3. METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan atau pengambilan data kualitatif pada dasarnya bersifat tentatif karena penggunaannya ditentukan oleh konteks permasalahan dan gambaran data yang mau diperoleh. Sejumlah teknik pengumpulan data yang umumnya digunakan dalam penelitian ini yaitu (Wijaya, 2014) a) Wawancara : Wawancara atau interview adalah salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan atau secara langsung dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur. Interview yang terstruktur merupakan bentuk interview yang sudah diarahkan oleh sejumlah pertanyaan secara ketat. b) Observasi : Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati aktivitas mengenai suatu objek tertentu secara cermat dan langsung di lokasi penelitian. c) Dokumentasi : Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan yang didapatkan secara tertulis yang berbentuk pustaka dan untuk memberikan penguatan dan bukti yang lengkap atas data yang diperoleh sebelumnya.

Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian mencakup data primer dan data sekunder, yaitu a) Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan owner UMKM Bandeng Sultan yang bertanggung jawab atas pengembangan usaha tersebut. b) Data sekunder diperoleh dari data internal perusahaan terkait penjualan, pangsa pasar dan dokumentasi, serta data eksternal mengenai kondisi persaingan pasar.

Analisis Data

Penyajian data yang paling banyak di gunakan dalam penelitian kualitatif adalah berbentuk teks naratif dari catatan lapangan atau file notes. Penyajian data adalah merupakan tahapan untuk memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan selanjutnya oleh peneliti, untuk dianalisis dan diambil tindakan yang dianggap perlu.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat kumpul data yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis SWOT menggunakan matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE), dimana IFE ini meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan ancaman. (Riyanto et al., 2021).



Gambar 2. Matriks Interaksi SWOT

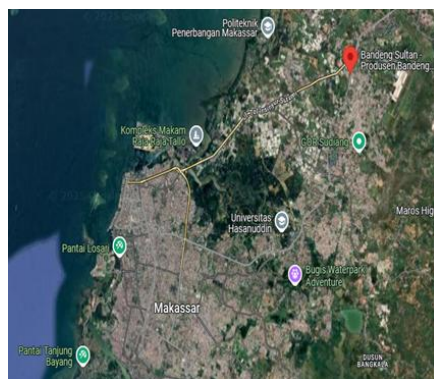


Gambar 3. Diagram Matriks Analisis SWOT.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Obyek Penelitian

UMKM Bandeng Sultan adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang olahan hasil perikanan. Bandeng Sultan merupakan usaha yang didirikan untuk semua kalangan. Bandeng Sultan di dirikan pada tahun 2019 dan berlokasi di JL. Perintis Kemerdekaan No. Km 18, Kec. Biringkanaya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Awal mula berdirinya usaha UMKM Bandeng sultan ini yakni usaha Ibu Ratna Nilasari melihat banyaknya peluang di lingkungannya karena melihat banyaknya ikan bandeng di Sulawesi selatan namun peminatnya yang kurang. Pemilik memutuskan membuat usaha UMKM Bandeng Sultan ini.



Gambar 4. Peta Lokasi Penelitian.

Strategi pemasaran dan profesionalisme pelayanan serta kualitasnya Bandeng Sultan berhasil berkembang pesat dan prospektif hingga saat ini. UMKM Bandeng Sultan ini memasarkan produknya melalui instagram, facebook, dan whatsapp. UMKM Bandeng Sultan beroperasi pada hari Senin-Sabtu dari jam 08.00-17.00 WITA. Baik untuk konsumen yang datang langsung maupun konsumen yang mau order online. Berikut beberapa mitra yang bergabung pada usaha UMKM Bandeng Sultan.

Tabel 1. Data Mitra UMKM Bandeng Sultan.

No	Mitra
1	Belopa
2	Bone
3	Bulukumba
4	Enrekang
5	Makassar
6	Mamuju
7	Morowali
8	Pangkep
9	Papua
10	Sidrap
11	Sorong
12	Timika
13	Wajo

Strategi kemitraan ini yang diterapkan oleh UMKM Bandeng Sultan dimulai sejak berdirinya usaha ini. Untuk sistem ini tidak ada persyaratan khusus untuk bergabung. Tetapi hanya ada minimal order setiap mitra seperti.

List Harga Mitra

Bandeng presto isi 3	
ECER	Rp 50.000
Minimal 20 pack	Rp 45.000
Minimal 50 pack.....	Rp 43.000
Bandeng Tanpa Tulang	
Bandeng Original Isi 2	
ECER	Rp 35.000
Minimal 20 pack	Rp 30.000
Minimal 50 pack	Rp 28.000
Bandeng Rempah Isi 2	
ECER	Rp 37.000
Minimal 20 pack	Rp 32.000
Minimal 50 pack	Rp 30.000
Bandeng Crispy Isi 1	
ECER	Rp 28.000
Minimal 20 pack	Rp 25.000
Minimal 50 pack	Rp 23.000

@bandengsultan.com

List Harga Mitra

Bandeng presto Isi 2	
ECER	Rp 38.000
Minimal 20 pack	Rp 33.000
Minimal 50 pack.....	Rp 31.000
Bandeng Tanpa Tulang	
Bandeng Original Isi 1	
ECER	Rp 20.000
Minimal 20 pack	Rp 17.000
Minimal 50 pack	Rp 15.000
Bandeng Rempah Isi 1	
ECER	Rp 22.000
Minimal 20 pack	Rp 19.000
Minimal 50 pack	Rp 17.000
Bandeng Crispy Isi 1	
ECER	Rp 28.000
Minimal 20 pack	Rp 25.000
Minimal 50 pack	Rp 23.000

@bandengsultan.com

List Harga
Bandeng Tanpa Tulang
Original Kemasan Biasa

SIZE KECIL (150 - 200 GRAM)
1 EKOR: RP 15.000
10 EKOR: RP 135.000
30 EKOR: RP 375.000

SIZE STANDAR (250 - 280 GRAM)
1 EKOR: RP 18.000
10 EKOR: RP 165.000
30 EKOR: RP 450.000

SIZE JUMBO (:400 GRAM)
1 EKOR: RP 40.000
10 EKOR: RP 375.000
30 EKOR: RP 1.080.000

SIZE SUPER (:450 GRAM)
1 EKOR: RP 45.000
10 EKOR: RP 430.000
30 EKOR: RP 1.280.000

SIZE SUPER BESAR (500 - 550 GRAM)
1 EKOR: RP 50.000
10 EKOR: RP 475.000
30 EKOR: RP 1.380.000

PRICE LIST BANDENG SULTAN FROZEN

BANDENG PRESTO
ISI 2 : Rp 38.000
ISI 3 : Rp 50.000

BANDENG PARAPPE
ISI 1 : Rp 25.000
ISI 2 : Rp 45.000

BANDENG ORIGINAL
ISI 1 : Rp 20.000
ISI 2 : Rp 35.000

BANDENG REMPAH
ISI 1 : Rp 22.000
ISI 2 : Rp 37.000

BANDENG CRISPY
ISI 1 : Rp 28.000

bandengsultan.com +62-852-4242-5356 @bandengsultan @bandengsultan Jl. Perintis Kemerdekaan, Km 18, Pw, Biringkanaya, Makassar

Gambar 5. List Harga.

Perkembangan Usaha UMKM Bandeng Sultan

Tabel 2. Keuntungan UMKM Bandeng Sultan 2023- Sekarang.

PENDAPATAN UMKM BANDENG SULTAN			
Bulan	2023 (Rp)	2024 (Rp)	2025 (Rp)
Januari	59.136.500	77.205.500	126.450.000
Februari	70.213.000	53.210.500	103.875.000
Maret	85.379.500	115.936.000	
April	95.843.000	70.113.500	
Mei	81.095.000	78.433.500	
Juni	72.336.000	62.949.000	

Juli	74.842.500	90.217.000	
Agustus	69.061.500	81.006.000	
September	69.164.500	88.001.000	
Oktober	72.174.000	75.051.500	
November	83.078.500	60.508.000	
Desember	67.676.000	67.368.500	
Total	900.000.000	920.000.000	230.325.000

Berdasarkan data omset di atas, dapat dijelaskan bahwa omset usaha UMKM Bandeng Sultan cenderung naik turun, karena tinggi rendahnya omset dipengaruhi oleh pesanan. Berdasarkan table di atas dapat peneliti jelaskan sebagai berikut:

Pada tahun 2023 omset tertinggi UMKM Bandeng Sultan di bulan April senilai Rp 95.843.000,00 banyaknya permintaan pada bulan ini karena untuk konsumsi pribadi pada bulan Ramadhan dan dijadikan oleh untuk mudik, omset terendah di tahun 2023 yaitu di bulan Januari senilai Rp 59.136.500,00. Pada tahun 2024 omset tertinggi pada bulan Maret senilai Rp 115.936.000,00 bulan ini juga merupakan omset tertinggi karena bertepatan pada bulan suci Ramadhan dan omset terendahnya pada bulan februari senilai Rp 53.210.500,00. Serta tahun 2025 di 2 bulan pertama omsetnya sudah mencapai Rp 230.325.000 ini disebabkan bandeng sultan telah mengikuti berbagai program inkubasi sehingga semakin dikenal di masyarakat. UMKM Bandeng Sultan juga telah mendatangi ekspor ke Amerika Serikat.

Tabel 3. Keuntungan UMKM Bandeng Sultan 2023- Sekarang.

KEUNTUNGAN UMKM BANDENG SULTAN			
Bulan	2023 (Rp)	2024 (Rp)	2025 (Rp)
Januari	11.235.500	20.883.000	35.321.000
Februari	18.387.000	14.246.500	26.652.000
Maret	22.383.000	31.261.500	
April	23.371.500	22.524.500	
Mei	19.651.000	26.335.000	
Juni	17.788.500	21.197.500	
Juli	21.315.000	12.117.000	
Agustus	16.808.500	10.134.500	
September	16.358.500	10.113.500	
Oktober	17.860.500	26.136.000	
November	21.548.000	15.980.500	
Desember	16.883.000	17.530.500	
Total	223.590.000	228.460.000	61.973.000

Strategi Pengembangan Usaha UMKM Bandeng Sultan

UMKM Bandeng Sultan dalam usahanya dikatakan cukup berkembang, hal ini ditandai dengan kemampuannya dalam mempertahankan bisnis usahanya hingga saat ini yang bisa dikatakan sudah lama yaitu kurang lebih 06 tahun. Bertahannya usaha Bandeng Sultan ini tentunya dipengaruhi oleh bagaimana strategi dari usaha Bandeng Sultan dalam mempertahankan usaha kulinernya agar bisa bersaing di tengah perkembangan saat ini. Adapun strategi yang digunakan oleh UMKM Bandeng Sultan dapat diilustrasikan berdasarkan kondisi usaha Bandeng Sultan, baik dari aspek kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) serta ancaman (threats) yang dihadapi oleh usaha Bandeng Sultan dengan melakukan wawancara bersama ibu Ratna Nilasari selaku Pemilik usaha UMKM Bandeng Sultan.

Kekuatan (Strengths)

UMKM Bandeng Sultan ini memiliki kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya, dan kekuatan tersebut mempunyai perkembangan usaha tersebut di dalam persaingan dan kemajuan di masa depan ditengah banyaknya usaha yang sejenis yang mulai bermuculan. Adapun kekuatan yang dimiliki Bandeng Sultan antara lain: 1) Kualitas ikan yang selalu segar dan terjaga : Salah satu faktor utama yang membuat bandeng sultan unggul di pasaran adalah komitmen terhadap kualitas bahan baku. Ikan bandeng yang digunakan dalam setiap produk selalu dalam kondisi segar dan berkualitas tinggi langsung dipilih dari petambak lokal yang terbaik. Proses seleksi dilakukan sesuai dengan standar memastikan hanya bandeng yang memiliki tekstur daging padat, warna cerah dan aroma yang segar. Setelah bandeng terseleksi awal kemudian diolah dengan teknik khusus untuk memastikan kesegarannya tetap terjaga. Sistem penyimpanannya yang baik mulai dari pendinginan hingga pengemasan vakum diterapkan agar daging bandeng tetap empuk, tidak amis an memiliki rasa alami yang sangat nikmat dan lezat. saat diolah menjadi berbagai jenis makanan. Dengan standar pengolahan yang higienis dan modern, pelanggan tidak hanya mendapatkan produk bandeng tanpa duri yang praktis, tetapi juga bisa merasakan kenikmatan ikan segar berkualitas restoran di setiap sajian. 2) Produk Bandeng Sultan memiliki berbagai varian rasa dan olahan : Bandeng Sultan tidak hanya menghadirkan ikan bandeng tanpa duri, tetapi juga mengembangkan berbagai varian rasa dan jenis olahan untuk memenuhi selera konsumen yang beragam. Inovasi dalam varian produk ini bertujuan untuk memberikan pilihan yang lebih luas, sehingga pelanggan bisa menikmati bandeng dalam berbagai bentuk dan rasa tanpa harus repot mengolahnya sendiri. 3) Jaringan mitra yang luas dan terus berkembang : Keunggulan lain dari bandeng sultan adalah jaringan mitra bisnis yang luas dan terus

berkembang di berbagai wilayah. Sistem kemitraan ini memungkinkan banyak orang untuk berbisnis dan mendapatkan keuntungan dengan menjual produk UMKM Bandeng Sultan, baik sebagai reseller, agen, maupun distributor. Saat ini, mitra Bandeng Sultan telah tersebar di berbagai kota dan daerah di Indonesia, memastikan bahwa produk dapat dengan mudah diakses oleh pelanggan di berbagai lokasi. 4) Program diskon dan promo menarik bagi pelanggan : UMKM Bandeng Sultan memahami bahwa loyalitas pelanggan adalah kunci utama dalam bisnis. Oleh karena itu, berbagai program diskon dan promo menarik diberikan secara berkala, baik untuk pelanggan baru maupun pelanggan setia. 5) Garansi kualitas diberikan untuk produk yang berbau tanah : Salah satu tantangan dalam mengolah ikan bandeng adalah potensi munculnya bau tanah, yang berasal dari lingkungan hidup ikan sebelum ditangkap. Bau ini bisa muncul jika ikan berasal dari perairan dengan kandungan tertentu, seperti tambak yang kurang terjaga kualitas airnya. Namun, sebagai bentuk komitmen penuh terhadap kepuasan pelanggan, UMKM Bandeng Sultan memberikan garansi kualitas. Jika pelanggan menemukan bandeng dengan bau tanah, maka produk bisa ditukar dengan yang baru atau mendapatkan refund. Jaminan ini menjadi bukti bahwa Bandeng Sultan tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjual kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Dengan layanan ini, konsumen bisa membeli dengan rasa aman, karena mereka yakin mendapatkan produk dengan kualitas terbaik. 6) Proses produksi higienis dengan teknologi modern : UMKM Bandeng Sultan menerapkan standar kebersihan dan higienitas tinggi dalam setiap tahapan produksi. Pengolahan dilakukan dengan teknologi modern yang meamastikan kualitas tetap terjaga, mulai dari pembersihan ikan, pengolahan bumbu, hingga pengemasan yang dilakukan secara steril. Dengan menerapkan sistem produksi berbasis teknologi, UMKM Bandeng Sultan mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang konsisten dengan memenuhi standar keamanan pangan.

Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan merupakan menjadi penghalang bagi setiap usaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mengganggu pencapaian. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Bandeng Sultan antara lain: 1) Manajemen keuangan dalam usaha ini yang belum optimal : Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM Bandeng Sultan adalah pengelolaan keuangan yang masih perlu diperbaiki. 2) Keterbatasan dalam sumber daya manusia yang terlatih Faktor sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu tantangan utama dalam usaha Bandeng Sultan, terutama dalam aspek keterampilan, produktivitas, dan manajemen tim. Beberapa tantangan dalam sumber daya manusia (SDM) seperti tenaga kerja yang belum terlatih dan berbagai karakter. 3) Harga bahan baku yang tidak stabil : Sebagai bisnis yang bergantung pada

ikan bandeng segar sebagai bahan utama, UMKM Bandeng Sultan menghadapi tantangan dalam ketersediaan dan harga bahan baku. 4) Fasilitas rumah produksi yang masih perlu ditingkatkan : Seiring dengan berkembangnya bisnis, Bandeng Sultan membutuhkan fasilitas produksi yang lebih baik agar bisa memenuhi permintaan yang terus meningkat. 5) Offline store dan rumah produksi belum terpisah : Saat ini, lokasi produksi dan tempat penjualan bandeng sultan masih berada dalam satu area yang sama. Meskipun hal ini memberikan keuntungan dalam hal efisiensi biaya operasional dan kemudahan pengawasan, namun dalam jangka Panjang, keberadaan rumah produksi dan offline store dalam satu tempat dapat menjadi kendala bagi pengembangan usaha. 6) Distribusi produk masih terbatas di beberapa daerah : Meskipun UMKM Bandeng Sultan telah memiliki jaringan mitra yang luas, distribusi produk masih belum merata ke seluruh wilayah yang memiliki potensi pasar besar. Saat ini, produk Bandeng Sultan lebih banyak tersedia di daerah tertentu, terutama yang berdekatan dengan lokasi produksi.

Peluang (Opportunities)

Peluang merupakan suatu kesempatan yang datang, sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan. Adapun peluang yang dimiliki oleh UMKM Bandeng Sulta antara lain: 1) Tren makanan praktis yang semakin diminati : Saat ini gaya hidup masyarakat semakin sibuk, sehingga banyak orang lebih memilih makanan yang praktis dan mudah disajikan. Hal ini menjadi peluang bagi bandeng sultan karena menawarkan produk ikan bandeng tanpa duri yang siap olah dan siap makan. 2) Ikan bandeng kurang diminati karena banyak duri, solusi dengan bandeng tanpa duri : Salah satu alasan masyarakat kurang mengonsumsi ikan bandeng ialah karena ikan ini memiliki banyak duri kecil yang sulit dihilangkan, sehingga kurang praktis untuk dimakan, terutama bagi anak-anak atau lansia. Bandeng Sultan hadir sebagai solusi dengan inovasi bandeng tanpa duri. 3) Potensi ekspansi pasar ke wilayah Jawa : Wilayah Jawa adalah salah satu pasar potensial terbesar bagi UMKM Bandeng Sultan. Dengan jumlah penduduk yang tinggi dan konsumsi makanan olahan yang terus meningkat, memperluas distribusi ke wilayah ini dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. 4) Kesempatan untuk ekspor produk ke Luar Negeri : Selain pasar domestik, UMKM Bandeng Sultan memiliki peluang besar untuk merambah pasar internasional. Produk olahan ikan, terutama yang memiliki nilai tambah seperti tanpa duri dan siap olah, memiliki permintaan tinggi di beberapa negara. 5) Dukungan dari Pemerintah dalam Pengembangan UMKM : Pemerintah Indonesia semakin aktif dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui berbagai program, seperti bantuan modal usaha, pelatihan bisnis, serta fasilitasi ekspor. UMKM Bandeng Sultan dapat memanfaatkan program-program tersebut untuk

mengembangkan bisnis, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan kapasitas produksi dengan dukungan dari berbagai kebijakan yang pro-UMKM. Selain itu, adanya pameran dan program kurasi produk UMKM dari pemerintah juga dapat menjadi kesempatan untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. 6) Peningkatan pemasaran melalui platform digital dan e-commerce : Perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan platform digital membuka peluang besar bagi bisnis makanan olahan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa batasan geografis. Dengan memanfaatkan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, serta pemasaran melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, TikTok, dan Facebook, UMKM Bandeng Sultan dapat meningkatkan brand awareness dan penjualan secara signifikan. Selain itu, penggunaan strategi pemasaran digital, seperti iklan berbayar dan endorsement influencer kuliner, dapat menjadi alat yang efektif dalam menarik perhatian calon pelanggan baru.

Ancaman (Threats)

Ancaman merupakan situasi penting yang tidak menguntungkan suatu usaha. Hal ini menjadi pengganggu jalannya bisnis dan mengancam posisi usaha di dalam pasar, maupun mengganggu tujuan usaha. Adapun ancaman yang dimiliki UMKM Bandeng Sultan antara lain: 1) Persaingan yang semakin ketat dengan munculnya banyak produk yang serupa : Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk bandeng tanpa tulang, semakin banyak pelaku usaha yang masuk ke industri ini, baik dalam skala kecil (UMKM) maupun skala besar. 2) Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi harga jual : Fluktuasi harga ikan bandeng dan bahan baku pendukung lainnya bisa menjadi ancaman besar bagi bisnis. Jika harga bahan baku melonjak, maka biaya produksi akan ikut meningkat, yang pada akhirnya bisa mempengaruhi harga jual produk. Jika harga terlalu tinggi, daya beli konsumen bisa menurun, sehingga berdampak pada penjualan. Oleh karena itu, diperlukan strategi dalam manajemen rantai pasokan, seperti menjalin kerja sama jangka panjang dengan peternak bandeng atau mencari alternatif pemasok yang lebih stabil. 3) Regulasi pemerintah dapat berpengaruh terhadap bisnis : Regulasi dalam industri makanan sering kali mengalami perubahan, baik dalam hal standar kebersihan, izin edar, hingga ketentuan ekspor-impor. Jika tidak mengikuti perkembangan regulasi dengan baik, bisnis bisa terkena sanksi atau kesulitan dalam memperluas pasar. Oleh karena itu, penting untuk selalu mengikuti kebijakan pemerintah, memastikan seluruh produk memiliki sertifikasi yang diperlukan, dan beradaptasi dengan perubahan regulasi yang ada. 4) Perubahan tren konsumen yang cepat dalam memilih produk makanan : Tren dalam dunia kuliner sering berubah dengan cepat, terutama dengan semakin banyaknya inovasi makanan yang bermunculan. Jika UMKM Bandeng Sultan tidak

mampu mengikuti perubahan tren dan selera pasar, ada kemungkinan produk menjadi kurang diminati. Oleh karena itu, riset pasar secara berkala sangat penting untuk memahami keinginan konsumen serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan yang terus berkembang. 5) Perubahan iklim dapat mempengaruhi kualitas ikan : Faktor lingkungan dan perubahan iklim dapat berpengaruh pada hasil tangkapan dan kualitas ikan bandeng. Misalnya, suhu air yang terlalu tinggi atau kondisi cuaca ekstrem bisa mempengaruhi pertumbuhan ikan, yang pada akhirnya berdampak pada pasokan bahan baku. Untuk mengatasi ancaman ini, UMKM Bandeng Sultan dapat mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan peternak yang memiliki sistem budidaya yang lebih modern dan berkelanjutan, serta mencari alternatif bahan baku jika diperlukan. 6) Pengiriman ekspedisi yang lambat dapat mengakibatkan rusaknya produk : Produk makanan olahan berbasis ikan memiliki sifat yang mudah rusak jika tidak ditangani dengan baik selama proses distribusi. Jika ekspedisi mengalami keterlambatan atau tidak memiliki sistem penyimpanan yang sesuai, produk bisa kehilangan kualitas atau bahkan mengalami kerusakan sebelum sampai ke pelanggan. Hal ini bisa berdampak negatif pada reputasi merek serta kepercayaan konsumen. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan sistem pengiriman yang lebih andal, seperti menggunakan layanan ekspedisi dengan cold storage atau menjalin kerja sama dengan mitra logistik yang sudah berpengalaman dalam pengiriman makanan beku.

Penerapan Analisis SWOT Pada UMKM Bandeng Sultan

Tabel 4. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) UMKM Bandeng Sultan

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN			
1. Kualitas ikan bandeng yang digunakan selalu segar dan terjaga	0,09	4	0,36
2. Produk Bandeng Sultan memiliki berbagai varian rasa dan olahan.	0,09	4	0,36
3. Jaringan kemitraan yang luas dan terus berkembang	0,09	4	0,36
4. Program diskon dan promo menarik bagi pelanggan	0,09	4	0,36
5. Garansi kualitas diberikan untuk produk yang berbau tanah.	0,09	4	0,36
6. Proses produksi higienis dengan teknologi modern.	0,09	4	0,36
TOTAL	0,54		2,16
KELEMAHAN			
1. Manajemen keuangan dalam usaha ini masih belum optimal.	0,07	3	0,21
2. Keterbatasan dalam sumber daya manusia yang terlatih	0,07	3	0,21
			0,21

3.	Harga bahan baku ikan bandeng sering mengalami fluktuasi.	0,09	4	0,36
4.	Fasilitas rumah produksi masih perlu ditingkatkan.	0,07	3	
5.	Offline Store dan rumah produksi belum terpisah	0,09	4	0,21
6.	Distribusi produk masih terbatas di beberapa daerah.	0,07	3	0,36
				0,21
	TOTAL	0,46		1,56
TOTAL KESELURUHAN		1		3,72

Total skor keseluruhan adalah 3,72 mengindikasikan bahwa usaha UMKM Bandeng Sultan berada posisi diatas rata-rata dalam hal kekuatan internal.

Tabel 5. Matriks External Factor Evaluation (EFE) UMKM Bandeng Sultan

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG			
1. Tren makanan praktis semakin diminati masyarakat.	0,09	4	0,36
2. Ikan bandeng kurang diminati karena banyak duri, Solusi dengan Bandeng Tanpa Duri	0,09	4	0,36
3. Potensi ekspansi ke wilayah Jawa sangat terbuka.			
4. Kesempatan untuk mengekspor produk ke luar negeri.	0,07	3	0,21
5. Dukungan dari pemerintah dalam pengembangan UMKM.	0,09	4	0,36
6. Peningkatan pemasaran melalui platform digital dan e-commerce.	0,09	4	0,36
	0,09	4	0,36
TOTAL	0,52		2,01
ANCAMAN			
1. Persaingan semakin ketat dengan munculnya banyak produk serupa.			
2. Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi harga jual.	0,07	3	0,21
3. Regulasi pemerintah dapat berpengaruh terhadap bisnis.	0,07	3	0,21
4. Perubahan tren konsumen yang cepat dalam memilih produk makanan.			
5. Perubahan iklim dapat memengaruhi kualitas ikan	0,09	4	0,36
6. Pengiriman ekspedisi yang tidak lambat dapat mengakibatkan rusaknya produk	0,07	3	0,21
	0,09	3	0,36
	0,07	4	0,21
TOTAL	0,46		1,56
TOTAL KESELURUHAN	0,98		3,57

Total skor tertimbang adalah 3,57 mengindikasikan bahwa usaha UMKM Bandeng Sultan diatas rata-rata dalam upayanya menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman. Selanjutnya, dilakukan perhitungan selain pada tabel di atas untuk mengetahui strategi paling tepat yang dilakukan oleh UMKM Bandeng Sultan Berdasarkan selisih tersebut ditentukan titik koordinat.

Tabel 6. Matriks SWOT UMKM Bandeng Sultan

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas ikan bandeng yang digunakan selalu segar dan terjaga. 2. Produk Bandeng Sultan memiliki berbagai varian rasa dan olahan. 3. Jaringan kemitraan yang luas dan terus berkembang. 4. Program diskon dan promo menarik bagi pelanggan. 5. Garansi kualitas diberikan untuk produk yang berbau tanah. 6. Proses produksi higienis dengan teknologi modern. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen keuangan dalam usaha ini masih belum optimal. 2. Keterbatasan dalam sumber daya manusia yang terlatih. 3. Harga bahan baku ikan bandeng sering mengalami fluktuasi. 4. Fasilitas rumah produksi masih perlu ditingkatkan. 5. Strategi pemasaran masih memerlukan penguatan. 6. Distribusi produk masih terbatas di beberapa daerah.
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tren makanan praktis semakin diminati masyarakat. 2. Ikan bandeng kurang diminati karena banyak duri, Solusi dengan Bandeng Tanpa Duri 3. Potensi ekspansi ke wilayah Jawa sangat terbuka. 4. Kesempatan untuk mengekspor produk ke luar negeri. 5. Dukungan dari pemerintah dalam pengembangan UMKM. 6. Peningkatan pemasaran melalui platform digital dan e-commerce. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Promosi Digital dan E-commerce 2. Ekspansi Pasar ke Wilayah Jawa dan Potensi Ekspor 3. Diversifikasi Produk dan Inovasi Rasa 4. Meningkatkan Jaminan Kualitas dan Higienitas Produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Optimasi Manajemen Keuangan dengan Dukungan Pemerintah dan Investor 2. Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terampil 3. Meningkatkan Kapasitas Produksi dan Pemisahan Offline Store 4. Memperluas Jaringan Distribusi ke Wilayah yang Lebih Luas
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan semakin ketat dengan munculnya banyak produk serupa. 2. Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi harga jual. 3. Regulasi pemerintah dapat berpengaruh terhadap bisnis. 4. Perubahan tren konsumen yang cepat dalam memilih produk makanan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun Citra Merek yang Kuat untuk Bersaing dengan Produk Serupa 2. Strategi Pengendalian Harga untuk Menghadapi Fluktuasi Harga Bahan Baku 3. Mengantisipasi Perubahan Regulasi dengan Standarisasi Produksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Efisiensi Operasional untuk Mengurangi Risiko Keuangan 2. Mengembangkan Sistem Manajemen SDM untuk Menghadapi Persaingan yang Ketat 3. Meningkatkan Ketahanan terhadap Fluktuasi Harga Bahan Baku
<ol style="list-style-type: none"> 5. Kesulitan dalam mempertahankan standar kualitas dalam produksi massal. 6. Tantangan dalam mengembangkan jaringan distribusi yang lebih luas. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Mengoptimalkan Sistem Penyimpanan dan Pengiriman Produk 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Meningkatkan Sistem Pengiriman untuk Menghindari Kerusakan Produk

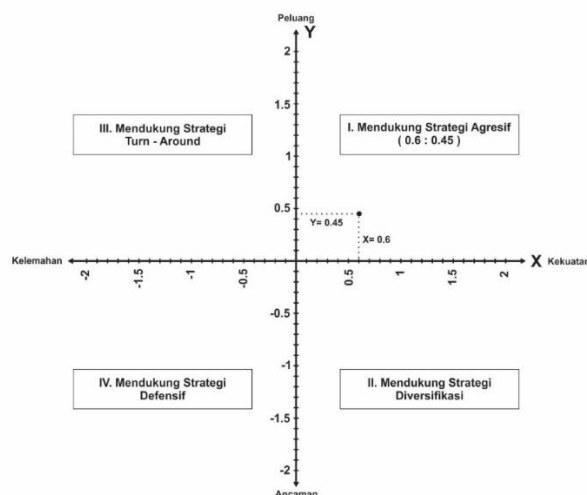


Diagram 1. Analisis SWOT UMKM Bandeng Sultan

Gambar diatas menjelaskan nilai skor untuk faktor kekuatan yaitu 2,16 dan faktor kelemahan sebesar 1,56 maka selisih dari kedua faktor tersebut yaitu 0,6. Sedangkan nilai skor peluang yaitu 2,01 dan ancaman sebesar 1,56 maka selisih dari kedua faktor tersebut yaitu 0,45. Nilai dari selisih skor diatas membentuk sebuah titik koordinat ialah (0,6;0,45). Dengan demikian, posisi usaha UMKM Bandeng Sultan.

Matriks SWOT diatas merupakan alat yang digunakan untuk merumuskan berbagai faktor strategi relatif yang dihadapi oleh UMKM Bandeng Sultan di lokasi penelitian. Matrik ini mencerminkan kondisi nyata yang mereka hadapi selama menjalankan usahanya. Berdasarkan matriks SWOT pada tabel diatas, dihasilkan empat alternatif strategis yang dapat diterapkan oleh pemilik UMKM Bandeng Sultan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif

5. PENUTUP

Kesimpulan

Strategi pengembangan usaha UMKM Bandeng Sultan dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Bandeng Sultan memiliki potensi besar untuk berkembang melalui strategi kemitraan. Kekuatan utama bisnis ini terletak pada kualitas produk yang terjaga, inovasi varian rasa, jaringan mitra yang luas, serta proses produksi yang higienis. Peluang seperti tren makanan praktis, ekspansi pasar, dan dukungan pemerintah terhadap UMKM dapat dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan usaha.

Terdapat beberapa kelemahan yang perlu diatasi, seperti manajemen keuangan yang belum optimal, keterbatasan tenaga kerja terlatih, serta distribusi yang masih terbatas. Selain itu, ancaman seperti persaingan pasar yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, perubahan regulasi, serta kendala pengiriman perlu diantisipasi agar tidak menghambat perkembangan bisnis.

Efektivitas strategi pengembangan usaha UMKM Bandeng Sultan melalui penerapan strategi Strength-Opportunities, Weaknesses-Opportunities, Strength Threat, dan Weaknesses Threat. UMKM Bandeng Sultan dapat memperkuat daya saingnya. Langkah-langkah seperti optimalisasi pemasaran digital, ekspansi pasar, inovasi produk, peningkatan distribusi, serta pengelolaan keuangan dan SDM yang lebih baik menjadi kunci utama dalam mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

Saran

Efisiensi Operasional : Memisahkan rumah produksi dari offline store untuk meningkatkan produktivitas dan kenyamanan pelanggan. Optimalisasi Pemasaran Digital : Memanfaatkan media sosial, marketplace, serta kerja sama dengan influencer untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya tarik produk. Ekspansi Pasar dan Distribusi : Memperluas jaringan distribusi dengan menggandeng mitra baru dan meningkatkan kerja sama dengan ekspedisi yang lebih andal. Menjajaki peluang ekspor dengan memenuhi standar internasional. Pengendalian Biaya dan Fluktuasi Harga Bahan Baku : Menjalin kerja sama dengan lebih banyak pemasok, melakukan pembelian dalam jumlah besar saat harga stabil, serta mencari alternatif bahan baku berkualitas dengan harga kompetitif. Peningkatan SDM dan Standarisasi Produksi. Mengadakan pelatihan rutin bagi tenaga kerja dan memperoleh sertifikasi halal, BPOM, serta SNI untuk meningkatkan kredibilitas dan daya saing produk.

DAFTAR REFERENSI

- BPS. (2023). Statistik perikanan tangkap Indonesia 2022. Badan Pusat Statistik.
- Dewi, K. P., & Santoso, H. (2020). Strategi pemasaran hasil perikanan dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Perikanan*, 9(2), 88-97.
- Djam, N., Hariwijaya, S., & Darwis, M. (2023). Olahan tempe teri kering khas Takkalasi melalui pelatihan packaging & pemasaran online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 178-185. <https://doi.org/10.35580/jhp2m.v2i2.660>
- FAO. (2022). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2022*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Firmantika, N. A. (2024). Penerapan strategi pemasaran terhadap penjualan ikan fillet patin beku di PT Delta Mina Perkasa. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4, 5057-5071.

- Hariyanto, A., & Prasetyo, D. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM sektor perikanan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 145-156.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2021). Laporan kinerja KKP tahun 2021. Jakarta: KKP.
- Mulyani, R., & Firmansyah, B. (2022). Pemberdayaan masyarakat pesisir melalui pengembangan usaha mikro berbasis perikanan. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 33-41. <https://doi.org/10.15578/jkpt.v1i0.12053>
- Nugraha, I. M. Y., & Yuliani, A. (2021). Analisis strategi pengembangan usaha perikanan bandeng di Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 16(2), 112-124.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Puspitasari, D., & Andayani, T. R. (2023). Peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM perikanan di era digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 8(1), 54-67.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2021). Analisis SWOT sebagai penyusunan strategi organisasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 1-12.
- Saputra, G. A., Kustiari, T., & Djamali, A. (2024). Strategi pengembangan budidaya perikanan ikan nila Kabupaten Jember. *KUNKUN: Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 139-150.
- Wijaya, H. (2014). Analisis data kualitatif model Spradley (etnografi). *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(2), 283-284.
- Yuniarti, E., & Arifin, Z. (2020). Tantangan pengembangan perikanan berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 3(2), 75-84.