



Research Article

STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF FISHERY PRODUCT PROCESSING BUSINESS (UMKM FATIMAH AZZAHRA) UJUNG TANAH DISTRICT, MAKASSAR CITY

Arwita Irawati^{1*}, Muh. Hari Syafar², Erniyani³

^{1,2,3}Program Studi Teknologi Hasil Perikanan dan Teknis Industri Fakultas Teknologi dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia Makassar Jl. Sultan Alauddin No.212 Mangasa, Kec. Makassar, Kota Makassar

ARTICLE INFO

Received 2024-06-11
Revised 2023-06-15
Accepted 2024-06-26

Keywords:

UMKM Fatimah Azzahra, SWOT

***)Corresponding Author:**
e-mail: arwita@nobel.ac.id



CC BY 4.0

Some right reserved by:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Cite this as:

ABSTRACT

One of the UMKM in Makassar City is UMKM Fatimah Azzahra, Ujung Tanah District, South Sulawesi Province. Fatimah Azzahra MSMEs are engaged in the production of Fishery Product Processing with the main raw material being fish, processed products including Shredded Fish, Fish Otak-Brain, Fish Meatballs and Fish Nuggets. The problems that occur in UMKM Fatimah Azzahra need to carry out a business development strategy that aims to optimize profits for UMKM Fatimah Azzahra. The purpose of this study is to understand the business development strategy of processed fishery products of UMKM Fatimah Azzahra so that the business is more effective and optimal to run. The method used in this study is a descriptive qualitative method. Data can be obtained through observation and interviews using a questionnaire of 10 respondents which is then analyzed using a SWOT matrix analysis consisting of elements of strengths, weaknesses, opportunities and threats. The location of this research was carried out at UMKM Fatimah Azzahra, Jalan Barukang III No. 3, Ujung Tanah District. After analysis, it was found that UMKM Fatimah Azzahra are in quadrant I, which can be interpreted that they are in favorable conditions with the opportunities and strengths that UMKM Fatimah Azzahra have can make good use of opportunities.

1. PENDAHULUAN

Produksi perikanan Indonesia tahun 2019 mencapai 23,86 juta ton, jumlah tersebut naik sebesar 3,16% dibandingkan dengan tahun 2018 (Kementerian Kelautan dan Perikanan [KKP], 2020). Data konsumsi ikan penduduk Indonesia mencapai 55,95 kg/kapita/tahun, capaian tersebut melebihi target nasional yang sebelumnya ditargetkan tahun 2019 konsumsi ikan penduduk Indonesia hanya sebesar 54,49 kg/kapita/tahun (Riset Kesehatan Dasar [Riskesmas], 2018 dalam Sholeh 2022). Hasil perikanan yang berlimpah ini tidak semuanya dapat dikonsumsi dalam keadaan segar karena ikan yang merupakan sumber protein tinggi ini memiliki kelemahan, yaitu cepat mengalami pembusukan apabila tidak segera diolah atau dikonsumsi (*perishable food*) (Oleh karena itu, masyarakat memiliki ide untuk membuat berbagai bentuk hasil olahan ikan, sehingga hasil olahan ikan menjadi lebih tahan lama dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Untuk itu, keberadaan industri perikanan sangat diperlukan, agar ikan menjadi suatu produk yang siap untuk dikonsumsi oleh masyarakat (Talib, 2018).

Industri rumah tangga merupakan bentuk kegiatan pengolahan dari barang dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi yang dikelola oleh masyarakat sehingga dapat membantu dalam

pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data Unit Pengolahan Ikan mikro pada tahun 2021 dari Dinas Perikanan dan Pertanian Kota Makassar menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 40 jenis Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang pengolahan hasil perikanan di Kota Makassar (Amran, 2022).

Usaha produk olahan perikanan di Kota Makassar sudah menerapkan strategi pengembangan usaha perikanan dengan baik. Dapat dilihat pada proses produksi. Alur produksi yang telah dilakukan oleh kelompok usaha produk olahan perikanan di Kota Makassar. Usaha produk olahan perikanan di kota Makassar merupakan usaha yang bergerak dalam bidang makanan, menerapkan sanitasi dan hygiene dengan baik dalam proses produksi untuk menjaga kualitas produk. Faktor harga, kepercayaan, customer review/rating dan kualitas produk adalah faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk perikanan di kota Makassar (Indriani et al, 2021).

Salah satu UMKM yang ada di Kota Makassar yaitu UMKM Fatimah Azzahra, Kecamatan Ujung Tanah, Provinsi Sulawesi Selatan. UMKM Fatimah Azzahra ini bergerak memproduksi Pengolahan Hasil Perikanan dengan bahan baku utamanya adalah ikan, produk olahan ikan diantaranya Abon Ikan, Otak-Otak

Ikan, Bakso Ikan dan Nugget Ikan. Pada produksinya UMKM Fatimah Azzahra mempekerjakan lima puluh orang karyawan dengan produksi yang berbeda setiap harinya tergantung permintaan konsumen, adapun pelanggan dalam hal ini adalah masyarakat pada umumnya namun ada pula dari berbagai instansi yang ikut menjadi pelanggan dari UMKM Fatimah Azzahra, selain harga yang cukup terjangkau dan produk UMKM ini rutin mengikuti pameran usaha perikanan yang

diadakan instansi dinas perikanan kota makassar sehingga produk yang terjual mengalami peningkatan tiap harinya.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM Fatimah Azzahra yaitu Lokasi usaha yang tidak strategis, masih kurangnya metode pemasaran produk olahan perikanan sehingga harus dilakukan strategi pengembangan usaha yang bertujuan untuk mengoptimalkan keuntungan bagi UMKM Fatimah Azzahra

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Fatimah Azzahra di Jalan Barukang III No,

3, Kecamatan Ujung Tanah, pada bulan Februari 2024 hingga bulan Mei 2024.

2.2. Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Data dapat di peroleh melalui, observasi dan wawancara dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat bantu informasi yang kemudian data tersebut dianalisis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan responden sebanyak 10 orang yang terdiri dari pendiri UMKM, Karyawan dan beberapa konsumen dari UMKM Fatimah Azzahra. Metode Analisis

yang digunakan adalah analisis matriks SWOT. Metode analisis SWOT terdiri dari pengambungan unsur kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang mampu menghasilkan suatu strategi yang didasarkan pada situasi lingkungan internal dan eksternal (Idayu et al., 2021). Penggunaan analisis SWOT diproyeksikan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Analisis matriks IFE dan EFE merupakan cara untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor internal maupun eksternal. Matrik IFE digunakan untuk melihat kondisi internal perusahaan terdiri dari kekuatan dan kelemahan berdasarkan hasil perhitungan rating dan bobot.

Sedangkan EFE bertujuan untuk melihat posisi eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman dari hasil penentuan perhitungan rating dan bobot . Adapun hasil perhitungan IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 3.1 dan 3.2.

Tabel 3.1. Faktor Internal

Faktor Internal (Strenght & Weakness)				
	Faktor Strategis	Bobot (5)	Rating	Skor
Strenght	Pangsa pasar luas	0.13	6	0.69
	Alat Produksi Lengkap	0.13	6	0.77
	Kualitas Produk Diterima Konsumen	0.11	5	0.52
	Kerja Sama Berbagai Mitra	0.10	4	0.44
	Pemberdayaan Sumber Daya Manusia	0.10	4	0.44
	Sub Total	0.57		2.86
Weakness	Kapasitas Produksi Yang Belum Optimal	0.08	4	0.28
	Kemasan Produk Yang Masih Standar	0.09	4	0.33
	Lokasi UMKM Kurang Strategis	0.10	4	0.40
	Tidak ada Perjanjian kerja sama mitra	0.08	3	0.25
	Sertifikasi produk belum lengkap	0.10	4	0.40
	Sub Total	0.43		1.66
TOTAL KESELURUHAN		1.00		4.52

Tabel 3.1 merupakan faktor internal pada UMKM Fatimah Azzahrah yang menandakan bahwa dari hasil perhitungan bobot dan rating pada kekuatan dan kelemahan diperoleh nilai sub total 2,86 dan 1,66. Sehingga hasil total keseluruhan dari faktor IFE sebesar 4,52.

Berdasarkan hasil perolehan skor menunjukkan bahwa umkm fatimah assahara memiliki kekuatan utama yaitu alat produksi lengkap . Sedangkan untuk kelemahannya adalah tidak ada perjanjian kerjasama dengan mitra.

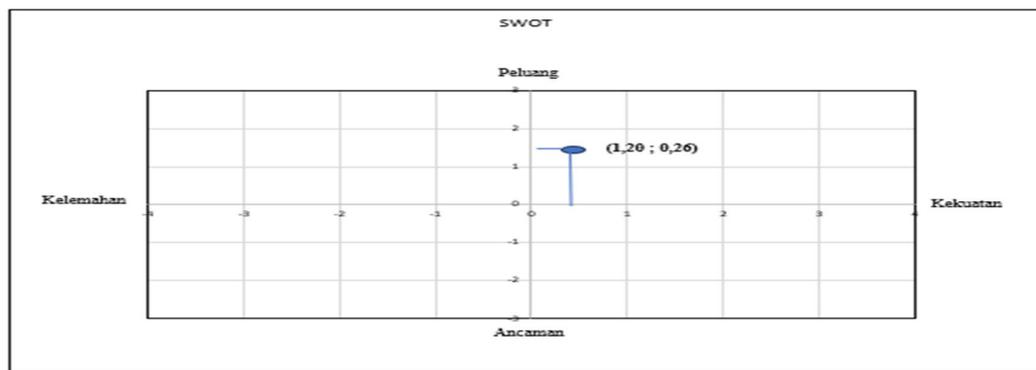
Tabel 3.2. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal (Oppurtunities & Threat)				
	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Oppurtunities	Potensi konsumsi ikan diindonesia	0.13	4	0.51
	Jumlah Penduduk Yang Potensial	0.14	4	0.59
	Pesatnya Perkembangan Teknologi Pangan	0.13	4	0.53
	Adanya dukungan dari Pemerintah Setempat	0.12	4	0.48
	Sub Total	0.52		2.11
Threats	Adanya Pesaing Produk sejenis	0.13	4	0.51
	Harga Bahan Baku Fluktuatif	0.13	4	0.56
	Fluktuasi Daya Beli Konsumen	0.12	4	0.43
	Keunggulan Kompetitor	0.10	3	0.35
	Sub Total	0.48		1.85
	Total Keseluruhan	1.000		3.960

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil penentuan perhitungan bobot dan rating pada peluang dan ancaman di UMKM Fatimah Azzahra diperoleh masing-masing nilai skor sebesar 2,11 dan 1,85, sehingga didapatkan total keseluruhan yaitu 3,96.

Berdasarkan perolehan skor menunjukkan bahwa UMKM Fatimah Assahra memiliki pelunag utama pada adanya dukungan dari pemerintah setempat. Sedangkan untuk ancamannya yaitu terdapatnya keunggulan pada kompetitor

3.2 Diagram Kuadran Analisis SWOT



Gambar 3.1. Kuadran strategi bisnis UMKM Fatimah Azahra

Analisis diagram kuadran koordinat sumbu X (S-W) dan sumbu Y (O-T) diketahui strategi yang tepat dalam melakukan pengembangan pada UMKM Fatimah Azzahra terdapat pada kuadran I artinya bahwa berada pada kondisi yang menguntungkan dengan peluang dan kekuatan yang dimiliki UMKM Azzahra dapat memanfaatkan peluang dengan baik

Kuadran I merupakan perusahaan memiliki peluang dan kekuatan dengan memanfaatkan peluang ada Setiarini et al., 2019. Strategi yang harus diterapkan pada UMKM ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan secara agresif yaitu *growth oriented strategy*. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat strategi matriks SWOT yang terdapat pada tabel 3

Tabel 3. 3 Strategi Matriks SWOT UMKM

Strategi Matriks SWOT			
EFE	IFE	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
		<ol style="list-style-type: none"> Pangsa pasar luas Alat Produksi Lengkap Kualitas Produk Diterima Konsumen Kerja Sama Berbagai Mitra Pemberdayaan Sumber Daya Manusia 	<ol style="list-style-type: none"> Kapasitas Produksi Yang Belum Optimal Kemasan Produk Yang Masih Standar Lokasi UMKM Kurang Strategis Tidak ada Perjanjian kerja sama mitra Sertifikasi produk belum lengkap
		Strategi SO (4,97)	Strategi WO (3,77)
		Oppurtunity	

1. Potensi konsumsi ikan diindonesia	1. Keunikan bahan baku ikan yang diolah menjadi produk dengan berbagai aneka varian rasa	1. Memberikan target produksi
2. Jumlah Penduduk Yang Potensial	2. Memperluas promodi penjualan dengan memaksimalkan produksi produk	2. Memperbaharui produk kemasan yang menarik
3. Pesatnya Perkembangan Teknologi Pangan	3. Mempertahankan kualitas produk	3. Lokasi UMKM yang mudah dijangkau
4. Adanya dukungan dari Pemerintah Setempat	4. Kerja sama dengan pemerintah setempat dalam penguatan modal untuk meningkatkan sarana penunjang usaha	

Threath (Ancaman)	Strategi ST (4,71)	Strategi WT (6,37)
1. Adanya Pesaing Produk sejenis	1. Memperlihatkan keunggulan produk dibandingkan dengan kompetitor	1. Meningkatkan kapasitas produksi
2. Harga Bahan Baku Fluktuatif	2. Mempertahankan harga yang mudah dijangkau konsumen	2. Meningkatkan promosi penjualan
3. Fluktuasi Daya Beli Konsumen	3. Menciptkan produk baru tanpa menghilangkan ciri khas UMKM	
4. Keunggulan Kompetitor	Fatima Azahra	

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa UMKM Fatimah Azzahra berada pada kuadran I, yang dapat diartikan bahwa berada pada kondisi yang menguntungkan dengan peluang dan kekuatan yang dimiliki UMKM Azzahra dapat memanfaatkan peluang dengan baik

4.2. Saran

Perlu mengoptimalkan produksi pada UMKM Fatimah Azzahra agar dapat memberikan keuntungan yang maksimal dengan memanfaatkan alat-alat produksi yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhamatika, A., Brilliantina, A., Sari, E. K. K. N., Wijaya, R., Triardianto, D., Sucipto, A. (2023). Analisis Neraca Massa dan Energi Pembuatan Keripik Kentang (*Solanum tuberosum* L). JUSTER : Jurnal Sains dan Terapan, 2(1), 69-76
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Nunukan. 2023. Kecamatan Nunukan Dalam Angka 2023. BPS Kabupaten Nunukan
- Dau, A., Syafril, M., & Susilo, H. (2023). Analisis Ekonomi Usaha Pembibitan Mangrove di Kelompok Tani dan Nelayan Beras Basah, Kelurahan Berebas Tengah Kota Bontang (*Economic Analysis of Mangrove Nurseries in Farmers and Fishermen's Groups Beras Basah, Berebas Village, Central Bontang City*). *Jurnal Agribisnis dan Komunikasi Pertanian (Journal of Agribusiness and Agricultural Communication)*, 6(2), 107-117.
- Dewantoro, A. I., & Putri, S. H. (2022). Evaluasi Kehilangan Bahan selama Proses Produksi Gondorukem Berdasarkan Analisis Neraca Massa. *METANA*, 18(1), 29-38
- Feronica, D., Ferrianta, Y., & Rosni, M. (2023). Analisis Nilai Tambah dan Profitabilitas Usaha Pengolahan Amplang Ikan Tenggiri di Kecamatan Pulau Laut Utara Kabupaten Kotabaru (Studi Kasus Usaha Amplang Ikan Meilan). *Frontier Agribisnis* 7 (2), 182-190
- Indrasti, N. S dan Fauzi, A.M. 2009. *Produksi Bersih*. IPB Press, Bogor
- Indriani, I.J., (2021). Analisis Minat Beli Dan Indeks Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Produk Pempek Secara Online Di Kota Makassar. Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan Dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
- Radiarta, N., Erlania, E., Haryadi, J., & Rosdiana, A. (2016). Analisis pengembangan budidaya rumput laut di Pulau Sebatik, Kabupaten Nunukan, Kalimantan Utara. *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia*, 8(1), 29-40.
- Lailah, F., Yuliati, N., & Syah, M. A. (2023). Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Produk Surimi Ekspor : *Supply Chain Analysis and Value Added of Export Surimi Products*. *Anterior Jurnal*, 22(Special-1), 5-11.