

# Strategi Pengembangan Industri Maritim di Indonesia (Studi Pada UKM Pengolahan Ikan Cakalang Kota Bitung Sulawesi Utara)

Jaclin I. Sumual<sup>1</sup>, Yantje Uhing<sup>2</sup>, and Christoffel M. O. Mintardjo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Economic Department, <sup>2,3</sup> Management Department, Faculty of Economics and Business,  
University of Sam Ratulangi Manado, Indonesia

<b>ARTICLE INFORMATION</b> ISSN: 2579-7204 (Online) ISSN: 0216-4132 (Print) DOI:10.26487/jbmi.v19i2.19579	<b>ABSTRAK</b> Kegiatan pengolahan ikan di Indonesia masih tergolong pengolahan ikan secara tradisional dan dilakukan dalam skala industri rumah tangga. Pengolahan hasil perikanan di Kota Bitung merupakan industri pengolahan tradisional skala kecil ( <i>home industry</i> ). Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan strategi/kebijakan/metode pengembangan UKM berbasis pengolahan ikan di Kota Bitung. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada UKM Pengolahan Cakalang Fufu di Kota Bitung. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif dan kuantitatif, yaitu analisis SWOT dengan pembobotan. Temuan menyingkap strategi UKM pengolahan ikan dalam pengembangan industri maritim di Indonesia.
<b>SUBMISSION TRACK</b> Received: 11 January 2022 Final Revision: 13 September 2022 Available Online: 1 October 2022	
<b>KATA KUNCI</b> Industri Maritim, UKM, Pengolahan Ikan, SWOT, Strategi	
<b>KEYWORD</b> Maritime Industry; SMEs; Fish Processing; SWOT; Strategy	<b>ABSTRACT</b> Fish processing activities in Indonesia are still classified as traditional fish processing and are carried out on a home industrial scale. The processing of fishery products in Bitung City is a small-scale traditional processing industry ( <i>home industry</i> ). This research aims to produce strategies/policies/methods to develop SMEs based on fish processing in Bitung City. The research method used is a case study on SMEs Processing Cakalang Fufu in Bitung City. The analytical method used is qualitative and quantitative analysis methods, namely SWOT analysis with weighting. The findings reveal the strategy of fish processing SMEs in the development of the maritime industry in Indonesia.
<b>CORRESPONDENCE</b> Phone: 085256682424 E-mail: christoffelmintardjo@gmail.com	

## PENDAHULUAN

Perikanan memiliki peran penting dalam Pembangunan Nasional. Peran tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain sekitar 2.274.629 nelayan yang menggantungkan mata pencahariannya pada kegiatan usaha perikanan (Dahuri, 2016).

Industri maritim yang salah satunya adalah industri perikanan memberikan kontribusi devisa yang signifikan dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan pada industri perikanan membuka peluang terhadap peningkatan lapangan kerja bagi tenaga kerja baru diharapkan dapat mengurangi pengangguran dan mengeksplorasi potensi perikanan di Indonesia (Evelyna, 2016).

Melihat potensi tersebut, bisnis perikanan di Indonesia menunjukkan masa depan yang menjanjikan. Apalagi jika dilihat dari data permintaan ekspor dari tahun ke tahun semakin meningkat. Kegiatan pengolahan ikan di Indonesia masih tergolong pengolahan ikan secara tradisional dan dilakukan dalam skala industri rumah tangga (Sumual *et al.*, 2019). Namun perkembangan usaha kecil atau menengah saat ini menjadi perhatian karena krisis ekonomi yang melanda Indonesia telah menimbulkan harapan bagi usaha kecil mikro untuk menjadi motor penggerak perekonomian (Kawung dkk., 2018, 2019).

Pengolahan hasil perikanan di Sulawesi Utara terdiri dari beragam industri, mulai dari industri pengolahan skala kecil tradisional/industri rumah tangga hingga skala besar. Industri pengolahan skala kecil memiliki beragam permasalahan yang muncul seperti permodalan, teknologi dan informasi, manajemen dan pemasaran, tingkat pendidikan sumber daya manusia, pengolahan, kualitas produk, peralatan, dan pengemasan yang belum memadai. Masalah ini menyebabkan produk olahan, terutama produk olahan perikanan, memiliki daya saing yang rendah (Sumual *et al.*, 2019).

Cakalang fufu merupakan produk olahan ikan tuna cakalang yang dibuat dengan cara diasap dan dijepit dengan rangka bambu (Landangkasiang dkk., 2017). Cakalang Fufu merupakan salah satu produk olahan olahan perikanan unggulan khas Sulawesi Utara dan pada tahun 2019 telah dimasukkan sebagai salah satu warisan budaya takbenda dari Sulawesi Utara pada Kemendikbudristek RI dengan nomor registrasi 201901063 sebagai suatu keterampilan dan kemahiran kerajinan tradisional (Wikipedia, 2022). Produk olahan ikan cakalang menjadi makanan andalan dari Sulawesi Utara karena diminati berbagai kalangan dan tamu yang berkunjung atau menjadi oleh-oleh. Cakalang fufu menjadi primadona oleh-oleh khas Sulawesi Utara yang menjadi ciri khas daerah ini karena Cakalang Fufu merupakan kearifan lokal Sulawesi Utara dalam

hal kuliner. Pengolahan cakalang fufu di Sulawesi Utara sendiri terletak di Kota Bitung, kota pelabuhan dan kota industri di Provinsi Sulawesi Utara (BPS Bitung, 2021).

Seiring dengan meningkatnya permintaan produk olahan ikan cakalang, ~~ikan cakalang~~ baik dalam skala lokal, nasional, bahkan internasional sehingga diperlukan pengembangan usaha kecil pengolahan ikan cakalang, berdaya saing yang dapat menghasilkan usaha yang berkelanjutan. Munculnya usaha hingga menengah di Sulut yang memasarkan ikan cakalang menjadi ikan tuna fufu dan usaha kecil yang mengolah ikan cakalang fufu menjadi sambal membuat permintaan ~~akan~~ ikan cakalang fufu terus meningkat (Sumual *et al.*, 2019). Namun terdapat pesaing produk olahan ikan sejenis yang berasal dari luar daerah atau daerah itu sendiri, misalnya ikan roa di wilayah Sulawesi (Usman dkk., 2021) atau bandeng asap dari Semarang (Candra & Setiawan, 2013), dan lainnya meskipun tidak sejenis tetapi merupakan pesaing di pasar nasional. Persaingan harga, kualitas, dan lain-lain juga menjadi hal penting untuk diperhatikan keberlanjutan dan pengembangan usaha.

Penelitian ini diangkat dengan objek diperhatikan sebagai potensi berkelanjutan UMKM Perikanan Berbasis Pengolahan Ikan yaitu UKM Pengolahan Cakalang Fufu di Kota Bitung. Penelitian ini sejalan dengan Rencana Strategis Penelitian Unsrat yaitu Bidang Utama Sosial Humaniora, Seni dan Budaya dengan spesifikasi Ekonomi dan Sumber Daya Manusia, dengan fokus bidang penguatan pengelolaan produksi perikanan pada usaha kecil dan menengah. Tujuan penelitian ini: (1) Mengkaji Kelayakan UKM pengolahan Cakalang Fufu di Kota Bitung; (2) Menilai faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dari UKM pengolahan cakalang fufu; dan (3) Merumuskan strategi kebijakan pengembangan UKM pengolahan ikan cakalang fufu.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Kawung *et al.*, 2019) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)/Industri Mikro, Kecil dan Menengah (UKM) (GBG, 2018): (1) Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. (2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi

produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan UMKM atau bukan cabang UMKM yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria bisnis kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. (3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dari UMKM atau cabang UMKM yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar. dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Aspek pemasaran dan aspek pasar merupakan ujung tombak UKM. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, UKM dituntut untuk tetap bertahan dan berkembang. Oleh karena itu, seorang pemasar harus memahami masalah utama di bidangnya dan menyusun strategi untuk mencapai tujuan UKM. Hal-hal yang perlu diperhatikan (Aaker & Kumar, 2015): (1) Segmentasi pasar. (2) Target pasar (*market targeting*). (3) Bauran pemasaran.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi UKM. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *Strengths* dan *Opportunities* tetapi secara bersamaan meminimalkan *Weakness* dan *Threats* (Krogerus & Tschappeler, 2018). Proses pengambilan keputusan strategis selalu terkait dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan UKM. Dengan demikian, perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) UKM dalam kondisi saat ini (Soegoto, 2020). Studi ini menunjukkan bahwa kinerja UKM dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor ini harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data primer berasal dari responden yang dijadikan sampel penelitian yaitu UKM pengolahan ikan cakalang fufu

di Kota Bitung. Metode pengumpulan dalam penelitian ini melalui observasi dan wawancara langsung dengan responden yang menjadi sampel penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kombinasi (*mix method*), yaitu gabungan antara penelitian kuantitatif dan kualitatif (Creswell, 2014; Sugiyono, 2017). Unit analisis dalam penelitian ini adalah UKM berbasis pengolahan ikan di Kota Bitung (studi kasus pengolahan ikan tuna cakalang). Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan wawancara mendalam dan analisis kuantitatif yaitu analisis SWOT dengan pembobotan dan perumusan strategi (Phadermrod *et al.*, 2019). Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode analisis SWOT. Melalui analisis SWOT, ditentukan alternatif strategi yang paling tepat untuk diterapkan oleh industri. Alat analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi UKM adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan matriks *grand strategy* (Matriks Diagram SWOT) (Blokdyk, 2021; Hill & Jones, 2021).

## HASIL DAN DISKUSI

UKM Berbasis Pengolahan Ikan dalam usahanya dikatakan berkembang secara keseluruhan; hal ini ditandai dengan kemampuannya untuk mempertahankan usahanya hingga saat ini, karena produk yang dihasilkan berkualitas dari segi daya tahan lama sehingga mampu bersaing. Kelangsungan hidup usaha UKM berbasis pengolahan ikan hingga saat ini tidak diragukan lagi dipengaruhi oleh strategi ~~usaha~~ UKM Berbasis Pengolahan Ikan dalam mempertahankan usaha agar mampu bersaing dalam pembangunan ekonomi dan budaya.

Strategi yang digunakan oleh UKM Berbasis Pengolahan Ikan dalam mempertahankan usahanya dapat digambarkan dengan kondisi usaha UKM Berbasis Pengolahan Ikan, baik dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh usaha UKM Pengolahan Ikan, yang dapat digambarkan sebagai berikut:

### **A. Keunggulan (*Strength*)**

Kekuatan yang dimiliki disini adalah kekuatan-kekuatan yang umumnya dimiliki dalam operasi dan kekuatan yang mempengaruhi perkembangan bisnis ditengah persaingan dan kemajuan bisnis.

1. Produk Berlimpah. Kekuatan yang dimiliki oleh UKM pengolahan ikan khususnya ikan asap atau lebih dikenal dengan fufu cakalang adalah bahan baku untuk memproduksi fufu cakalang yang begitu melimpah. Bahan bakunya adalah ikan cakalang yang banyak ditemukan di perairan Laut Sulawesi, khususnya Sulawesi Utara. Kota Bitung dikenal dengan Kota Cakalang, dimana kawasan ini merupakan sentra produksi ikan Cakalang. Khusus untuk UKM pengolahan Cakalang Fufu di kota ini terletak di Kecamatan Madidir Kota Bitung.

2. Bahan Baku Khas. Ketersediaan ikan cakalang yang tidak ditemukan dimana-mana karena hanya terdapat di perairan laut Sulawesi menjadi ciri khas daerah ini.

3. Harga Kompetitif . Mengingat ketersediaan bahan baku yang melimpah sehingga harga cakalang sebagai bahan baku cukup terjangkau, sehingga harga Ikan Fufu Cakalang juga dijual dengan harga terjangkau

4. Kualitas Produk. Kualitas Produk Cakalang Fufu yang dihasilkan oleh UKM di Kota Bitung tidak perlu diragukan lagi. Dengan kemampuan dan ketrampilan para pekerja mampu mengolah produk Cakalang mentah kemudian mengasapinya sehingga menjadi Produk Cakalang Fufu dengan kualitas produk yang baik

5. Ketersediaan Tenaga Kerja. Tenaga kerja untuk mengolah dan memproduksi ikan tuna fufu hanya berasal dari daerah sekitar. Para pekerja tersebut umumnya adalah anggota masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi produksi cakalang Fufu, yaitu di desa Madidir.

6. Pengetahuan Dasar Pengolahan Ikan Secara Tradisional. Dalam pengolahan ikan Cakalang Fufu, dimana pengolahannya masih dilakukan, sehingga tidak sulit untuk dilakukan. Oleh karena itu, pengolahan produk ikan Cakalang Fufu mudah dipelajari karena dilakukan secara tradisional.

7. Adanya dukungan dari masyarakat sekitar dan pemerintah. Produk ikan Cakalang Fufu merupakan produk khas daerah Sulawesi Utara, sehingga otomatis dukungan pemerintah dan masyarakat setempat sangat terlihat antara lain dengan mengkonsumsi, mempromosikan, dan menjadikan produk ini sebagai produk khas daerah.

## **B. Peluang (*Opportunities*)**

Peluang adalah kondisi yang mendukung atau memberikan peluang bagi UKM untuk tumbuh dan berkembang. Adapun faktor peluang antara lain sebagai berikut:

1. Pimpinan Wilayah. Produk ikan Cakalang Fufu merupakan produk khas daerah yang tidak diproduksi oleh daerah lain, sehingga produk ini menjadi keunggulan daerah. Keunggulan ini menjadi peluang bagi UKM untuk terus eksis dan berkembang.
2. Pangsa Pasar yang Luas. Produk ikan cakalang fufu banyak dikenal dan dikonsumsi masyarakat luar daerah karena merupakan oleh-oleh khas daerah. Produk ini menciptakan peluang dan potensi pasar yang luas.
3. Terbuka peluang ekspor dan konsumsi pasar domestik. Peluang pasar domestik bahkan ekspor cukup besar untuk produk ikan Cakalang Fufu ini karena tidak diproduksi di daerah lain
4. Meningkatnya permintaan untuk produk olahan. Permintaan produk olahan ikan yang terus meningkat sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan gizi yang berasal dari ikan yang kaya vitamin, protein, dan mineral merupakan peluang bagi UKM untuk terus berkembang.
5. Meningkatnya permintaan pasar/konsumsi yang tinggi. Peningkatan konsumsi ikan masyarakat berdampak terhadap permintaan pasar akan produk Cakalang Fufu karena selain dikonsumsi oleh masyarakat lokal juga digunakan sebagai oleh-oleh lokal.
6. Pasokan Bahan Baku yang Lancar. Kelancaran pasokan bahan baku yang mudah didapat menjadi peluang bagi UKM untuk dapat terus memproduksi dan mengembangkan usahanya

### **C. Tantangan dan Kelemahan (*Threats and Weakness*)**

Terdapat tantangan dan kelemahan dalam pengembangan produk ini seiring dengan perubahan teknologi, sosial dan budaya di masyarakat. Peneliti juga mengidentifikasi beberapa perkembangan tersebut sebagai ancaman bagi keberlangsungan UKM Pengolahan Cakalang Fufu. Beberapa hal yang dianggap mengancam dan kelemahan usaha, antara lain:

1. Pesaing produk sejenis dari daerah lain. ~~Pesaing~~/pesaing produk ikan cakalang fufu adalah produk olahan ikan yang berasal dari daerah lain yaitu ikan asap, namun bahan bakunya bukan ikan cakalang.
2. Pesaing Hasil Perikanan Olahan Lainnya. Produk olahan hasil perikanan yang menjadi pesaing produk ikan Cakalang fufu adalah Ikan Cakalang Fufu Asap / Fufu namun dibuat utuh, berbeda dengan Cakalang Fufu yang dijepit menggunakan bambu. Produk olahan ikan seperti Ikan Roa kering juga merupakan produk khas daerah Sulawesi Utara, yang dijadikan sebagai oleh-oleh.
3. Perkembangan teknologi. Perkembangan Kemajuan teknologi saat ini dapat menjadi ancaman bagi UKM pengolahan cakalang fufu di Kota Bitung karena terdapat UKM di daerah lain yang dapat memproduksi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu penggunaan peralatan modern dan teknik produksi yang canggih.
4. Cuaca dan/atau Iklim Mempengaruhi Bahan Baku. Karena produk ini memiliki bahan baku ikan, maka ketersediaannya cukup dipengaruhi oleh iklim/cuaca. Jika cuaca sedang hujan atau berangin, ombak laut cukup besar sehingga cukup mempengaruhi aktivitas melaut.

### **D. Analisis SWOT Pada Industri Kecil Pemrosesan Ikan Cakalang Fufu**

Berdasarkan strategi yang digunakan oleh UKM berbasis pengolahan ikan di atas, untuk mengetahui implementasi analisis SWOT pada UKM berbasis pengolahan ikan, peneliti akan membuat Internal Factor Evaluation Matrix (IFE matrix) dan External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix). Evaluasi Faktor Eksternal–Matriks (EFE) dalam Gambar 1 berikut.



IFAS	<b>KEKUATAN (S)</b> 1. Bahan Baku Berlimpah Produk Khusus 2. harga yang kompetitif Kualitas produk 3. Ketersediaan Tenaga Kerja 4. Pengetahuan dasar pengolahan ikan secara tradisional 5. Dukungan masyarakat, pemerintah setempat	<b>KELEMAHAN (W)</b> 1. Manajemen sederhana 2. Peralatan produksi sederhana 3. Modal terbatas 4. Keterampilan pemrosesan masih rendah 5. Pemasaran produk tidak merata 6. Produk rusak
EFAS	<b>STRATEGI SO</b> 1. Mengoptimalkan penggunaan bahan baku yang melimpah untuk memenuhi permintaan yang tinggi 2. Memanfaatkan peluang pasar dengan menjaga harga yang terjangkau	<b>STRATEGI WO</b> 1. Memanfaatkan peran pemerintah untuk meningkatkan keterampilan pengolahan 2. Memanfaatkan Teknologi untuk meningkatkan kualitas produk
<b>PELUANG (O)</b> 1. Produk unggulan daerah 2. Pangsa pasar yang luas 3. Terbukanya peluang pasar Ekspor dan domestik 4. Meningkatnya permintaan produk olahan 5. Pasar permintaan meningkat/konsumsi tinggi 6. Pasokan bahan baku yang lancar	<b>STRATEGI ST</b> 1. Memperkuat manajemen inventaris untuk mengatasi pengaruh musiman 2. Pelatihan untuk pekerja	<b>STRATEGI WT</b> 1. Berusaha keras pengembangan dan pelatihan SDM 2. Menjalin kemitraan dengan nelayan dalam ketersediaan bahan baku
<b>ANCAMAN (T)</b> 1. Pesaing/Pesaing produk sejenis dari daerah lain 2. Pesaing produk olahan perikanan lainnya 3. Perkembangan Teknologi 4. Iklim/cuaca mempengaruhi harga bahan baku		

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Gambar 1. Model Analisis SWOT

### E. Strategi Kekuatan-Peluang

Strategi UKM untuk peningkatan keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan memanfaatkan *tool* analisis SWOT dalam memprediksi kelebihan atau kekurangan yang dimiliki oleh suatu UKM serta peluang dan tantangan dari UKM dibandingkan UKM sejenis. Adapun beberapa keunggulan UKM pengolahan Cakalang Fufu dalam memanfaatkan peluang yang ada: (1) Mengoptimalkan penggunaan bahan baku yang melimpah. Untuk memenuhi tingginya permintaan pasar baik lokal maupun luar negeri, mengoptimalkan bahan baku yang melimpah menjadi kekuatan dan memanfaatkan peluang untuk berkembang. (2) Memanfaatkan peluang pasar dengan menjaga harga yang terjangkau merupakan strategi UKM untuk tetap bersaing di pasar. Penerapan strategi harga merupakan salah satu strategi yang diterapkan untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat yaitu produk olahan ikan lainnya.

### F. Strategi Kelemahan-Peluang

Strategi Strategi ini ditentukan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Dalam penelitian UKM pengolahan ikan, strategi Kelemahan-Peluangnya adalah sebagai berikut: (1) Memanfaatkan peran pemerintah untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja karena kelemahan keterampilan tenaga kerja UKM dalam pengolahan ikan cakalang fufu yang masih relatif rendah, yang diolah secara tradisional sehingga diperlukan peran pemerintah. (2) Memanfaatkan

teknologi untuk meningkatkan kualitas produk. Kemajuan Teknologi kini menjadi peluang bagi UKM untuk meningkatkan kualitas produk, termasuk meningkatkan inovasi dan kreativitas kemasan.

### **G. Strategi Kekuatan- Tantangan**

Strategi ini menggunakan kekuatan UKM untuk mengatasi ancaman yang ada. Beberapa kekuatan tersebut adalah sebagai berikut: (1) Memperkuat manajemen inventaris untuk mengatasi efek musiman. Karena bahan baku yang digunakan adalah produk ikan yang sangat dipengaruhi oleh cuaca/iklim, maka strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kelemahan tersebut adalah dengan memperkuat manajemen persediaan. (2) Pelatihan bagi pekerja. Pelatihan bagi pekerja/buruh karena keterbatasan keterampilan yang dimiliki merupakan solusi sekaligus kekuatan yang digunakan untuk mengatasi kelemahan.

### **H. Strategi Kelemahan-Ancaman**

Strategi ini berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Dalam kondisi seperti ini, UKM dituntut untuk segera berbenah diri karena hanya dengan cara inilah mereka dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Strategi WT meliputi: (1) Mengupayakan pengembangan dan pelatihan SDM. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, UKM harus mampu bersaing dengan memiliki strategi antara lain mengatasi kelemahan yang ada yang juga menjadi ancaman. Pengembangan SDM dengan menyelenggarakan pelatihan-pelatihan sehingga kelemahan-kelemahan SDM pekerja yang terbatas dapat diminimalisir. (2) Bermitra dengan nelayan dalam ketersediaan bahan baku Untuk mengatasi ketersediaan bahan baku yang dipengaruhi oleh iklim/cuaca, penguatan metode inventarisasi dengan menggandeng nelayan merupakan strategi yang dapat dilakukan UKM untuk mengatasi kelemahan sebagai ancaman terhadap usaha. keberlangsungan UKM.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dengan menggunakan matriks (*Internal Factor Evaluation* - matriks IFE) dan (*External Factor Evaluation* - Matriks EFE) di atas, dapat dianalisis bahwa implementasi analisis SWOT pada UKM pada faktor eksternal UKM yaitu posisi Peluang yang lebih signifikan dari pada posisi Ancaman dan faktor internal pada posisi, *Strengths* memiliki skor yang lebih unggul dari pada posisi *Weaknesses*, pada faktor internal bobot nilai *Strengths* pada UKM pengolahan cakalang fufu adalah (1,91). Nilai bobot *Weaknesses* pada UKM pengolah cakalang fufu adalah (0,92), sedangkan pada faktor eksternal, UKM pengolah cakalang fufu memiliki bobot nilai *Opportunities* (1,92) sedangkan pada posisi *Threats* memiliki bobot nilai (0,89).

Berdasarkan nilai bobot tersebut di atas, analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal menyatakan bahwa UKM pengolahan ikan cakalang yang sehat adalah jika peluang lebih unggul daripada ancaman dan jika kekuatan lebih besar dari kelemahan dan sebaliknya. Jadi, berdasarkan bobot nilai analisis SWOT di atas, UKM merupakan UKM yang baik karena faktor internal UKM adalah *Strengths* yang memiliki nilai bobot lebih unggul jika dibandingkan dengan *Weakness* dan pada faktor bobot eksternal *Opportunities*, juga lebih besar dari bobot ancaman, sehingga dalam hal ini UKM telah menerapkan analisis SWOT, namun tidak seluruhnya sehingga dalam hal ini UKM harus mengoptimalkan penerapan analisis SWOT agar UKM dapat lebih komprehensif dalam mengetahui keadaan bisnis yang dijalankan.

Berdasarkan analisis hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa UKM pengolahan ikan cakalang telah menerapkan analisis SWOT dengan menggunakan strategi bisnis baik dari faktor internal maupun faktor eksternal, namun implementasinya belum optimal. Analisis ini dapat dilihat berdasarkan bobot nilai melalui *Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)* dan *External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix)*.

Faktor internal meliputi *Strengths* dan *Weaknesses*, dimana faktor internal ini memposisikan *Strengths* memiliki nilai bobot yang lebih unggul dibandingkan dengan bobot nilai *Weaknesses* yaitu, faktor internal posisi *Strengths* memiliki nilai bobot yaitu (1,91) dan *Weaknesses* sebesar (0,92), sedangkan faktor eksternal meliputi

*Opportunities* dan *Threats* dengan bobot nilai *Opportunities* (1,92) dan pada posisi *Threats* memiliki bobot nilai (0,89) sehingga posisi UKM dapat dikatakan cukup baik karena posisi *Strengths* dan *Opportunities* memiliki bobot nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan Berdasarkan bobot nilai *Threats* and *Weaknesses*.

Dari hasil yang tercantum dalam kesimpulan, UKM lebih khusus mengolah ikan cakalang untuk terus meningkatkan sumber dayanya dan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan teknologi. Di era sekarang ini kebanyakan orang mencari barang yang diinginkan dengan cepat, sehingga perlu adanya promosi melalui media sosial dan distribusi untuk memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa. Dengan semakin banyaknya dan berkembangnya UKM, maka diperlukan peran pemerintah untuk terus mendukung segala bentuk kegiatan UKM.

## ACKNOWLEDGMENTS

Terima kasih kepada Rektor Unsrat, Ketua LPPM Unsrat, Dekan FEB Unsrat yang telah membantu mewujudkan penelitian ini lewat skema dana penelitian RDUU Unsrat 2021. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyelesaian penelitian

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Kumar, V. (2015). *Marketing Research* (12 ed.). Wiley.
- Blokdyk, G. (2021). *SWOT Analysis A Complete Guide* (Paperback). 5STARCOOKS.
- BPS Bitung. (2021). *Kota Bitung dalam Angka 2021* [Statistik]. Biro Pusat Statistik Bitung.  
<https://bitungkota.bps.go.id/publication/2021/02/26/3421c19b9eba35f9d0b83048/kota-bitung-dalam-angka-2021.html>
- Candra, A. N., & Setiawan, A. H. (2013). Analisis Propsek Dan Perkembangan Usaha Industri Bandeng Presto Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(1), 1–11.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4 ed.). Sage Publication, Inc.

- Dahuri, R. (2016, Oktober 26). *Roadmap Pembangunan Industri Perikanan Indonesia oleh Prof. Dr. Ir. Rokhmin Dahuri, Ms Halaman all—Kompasiana.com* [Blog]. Kompasiana.  
<https://www.kompasiana.com/rdteam1/5810b017367b619b1d8b4567/roadmap-pembangunan-industri-perikanan-indonesia-yang-berdaya-saing-berkeadilan-dan-ramah-lingkungan-secara-berkelanjutan-oleh-prof-dr-ir-rokhmin-dahuri-ms?page=all>
- GBG. (2018). *Indonesia SMEs Business / GBG*.  
[http://www.gbgingonesia.com/en/main/why\\_indonesia/2016/indonesia\\_smes\\_increased\\_government\\_support\\_to\\_overcome\\_challenges\\_11603.php](http://www.gbgingonesia.com/en/main/why_indonesia/2016/indonesia_smes_increased_government_support_to_overcome_challenges_11603.php)
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2021). *Strategic Management*. Houghton Mifflin Company.
- Kawung, G. M. V., Mintardjo, C. M. O., Rompas, W. I., & Kojo, C. (2018). *Kemudahan Memulai, dan Melembagakan Bisnis UKM di Kawasan Timur Indonesia (KTI) (Kajian pada Kabupaten/Kota di Sulawesi Utara)*. Unsrat Press.
- Kawung, G. M. V., Mintardjo, C. M. O., Rompas, W. I., Kojo, C., & Ogi, I. J. (2019). Ease of Doing Business in East Indonesian Region: Starting a Business Study in North Sulawesi Province SMEs. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 73(1), 197–201. <https://doi.org/10.2991/aicar-18.2019.43>
- Krogerus, M., & Tschappeler, R. (2018). *The Decision Book: 50 Models For Strategic Thinking*. W. W. Norton & Company.
- Landangkasiang, A. I. N., Taher, N., Kaparang, J. T., & Harikedua, S. D. (2017). Kualitas Ikan Cakalang (Katsuwonus pelamis L.) Asap Pada Beberapa Sentra Pengolahan Di Sulawesi Utara. *Media Teknologi Hasil Perikanan*, 5(3), 86–89. <https://doi.org/10.35800/mthp.5.3.2017.16850>
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44(1), 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Soegoto, A. S. (2020). Competitive Strategy Analysis to Increase Consumer Purchasing Decisions on Minimarket Business. *Etikonomi*, 19(1), 119–130. <https://doi.org/10.15408/etk.v19i1.14337>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumual, J., Tumangkeng, S., Mawikere, L., Mintardjo, C. M. O., & Ogi, I. J. (2019). The Business Model for SMEs Fishery and Marine Food Industry Modernization in Manado: Rica Roa Companies Case Study. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 73(1), 202–206. <https://doi.org/10.2991/aicar-18.2019.44>
- Usman, N., Halid, A., & Bempah, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Sambal Roa di UKM Flamboyan Kota Gorontalo. *Agrinesia*, 5(2), 1–7.
- Wikipedia. (2022). Daftar Warisan Budaya Takbenda Indonesia. Dalam *Wikipedia*.  
Wikipedia.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_Warisan\\_Budaya\\_Takbenda\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_Warisan_Budaya_Takbenda_Indonesia)