

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kondisi Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Letak Geografis Dan Wilayah Administratif

Desa Bangunharja di Kabupaten Ciamis merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Cisaga dan memiliki karakter wilayah pedesaan yang masih kuat dengan dukungan alam, budaya, serta kehidupan masyarakat yang sederhana namun berkembang. Secara geografis, desa ini berada di bagian timur Kabupaten Ciamis dan dikenal sebagai wilayah yang berbatasan dengan daerah lain, sehingga memiliki posisi yang cukup strategis dalam hubungan antarwilayah.

Geografis Desa Bangunharja terletak di wilayah Ciamis bagian timur dan menjadi desa paling timur di Kecamatan Cisaga. Letaknya berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah di sebelah timur, sehingga posisinya cukup strategis sebagai daerah perbatasan. Wilayah ini juga berada pada ketinggian sekitar 800–1000 meter di atas permukaan laut dengan suhu rata-rata 18–32 derajat Celsius. Kondisi geografis tersebut menunjukkan bahwa desa ini memiliki lingkungan pedesaan yang cukup mendukung kegiatan agribisnis dan agroindustri.

Luas wilayahnya sekitar 1.225 hektar, sehingga cukup besar untuk ukuran sebuah desa di wilayah perbatasan. Berikut adalah batas-batas wilayah administratif Desa Bangunharja berdasarkan data BPS Ciamis, sebagai berikut:

Tabel 8. Batas geografi Desa Bangunharja

Arah		Batas Wilayah
Utara	:	Desa Karangpaninggal, Kecamatan Tambaksari
Selatan	:	Kecamatan Purwahasri Kota Banjar
Timur	:	Provinsi Jawa Tengah
Barat	:	Girimukti Kecamatan Cisaga

Sumber: Desa Bangunharja 2026

Desa Bangunharja dilalui oleh jalan kabupaten yang menghubungkan Kecamatan Cisaga dengan pusat kota Banjar, Kabupaten Ciamis dan kota Tasikmalaya. Jarak tempuh ke pusat kota Ciamis sekitar 25–30 km dapat ditempuh dalam waktu kurang dari satu jam menggunakan kendaraan roda dua atau empat. Akses ini sangat penting untuk distribusi produk kerupuk cucuk kriuk ke pasar tradisional, toko oleh-oleh, dan bahkan potensi ekspor antar daerah melalui jalur darat menuju Cirebon atau Bandung.

Wilayah administratif Desa Bangunharja juga berbatasan langsung dengan desa-desa penghasil ikan dan pusat pengolahan hasil perikanan lainnya. Kedekatan ini memungkinkan terjadinya klusterisasi industri kecil olahan ikan, di mana tiap desa dapat saling melengkapi dalam rantai pasok, mulai dari penyediaan limbah ikan, produksi tepung ikan, hingga pengemasan dan pemasaran produk akhir. Sinergi antar desa ini dapat diperkuat melalui program pemerintah daerah seperti “Satu Desa Satu Produk Unggulan” yang sedang digalakkan di Jawa Barat.

Potensi sumber daya alam di sekitar Desa Bangunharja, khususnya limbah ikan dari pasar dan rumah makan, menjadi modal utama dalam pengembangan agribisnis kerupuk cucuk kriuk. Limbah ikan yang biasanya dibuang atau dijual murah dapat diolah menjadi bahan baku bernilai tinggi melalui proses pencucian, pengeringan, penggilingan, dan pencampuran dengan tepung lokal seperti tepung gaplek atau tepung sagu. Proses ini tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi, tetapi juga mengurangi dampak lingkungan dari pembuangan limbah organik. Infrastruktur pendukung seperti listrik, air bersih, dan jaringan komunikasi di Desa Bangunharja sebagai penopang kegiatan produksi skala kecil hingga menengah. Beberapa kelompok usaha bahkan sudah memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memasarkan produk mereka, menunjukkan kesiapan adaptasi teknologi dalam pengembangan agribisnis. Dukungan infrastruktur ini perlu terus ditingkatkan, terutama dalam hal *cold storage* sederhana dan alat pengering ikan bertenaga surya untuk menjaga kualitas bahan baku.

4.1.2 Tofografi Desa

Desa Bangunharja, yang terletak di Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis, merupakan salah satu wilayah dengan potensi besar dalam pengembangan agroindustri berbasis perikanan lokal. Desa Bangunharja cenderung datar hingga bergelombang ringan, dengan kondisi tanah yang mendukung aktivitas pertanian dan perikanan darat. Keberadaan sungai kecil dan saluran irigasi tradisional menjadi sumber air bagi aktivitas pengolahan ikan, sekaligus menunjang kegiatan budidaya ikan air tawar sebagai alternatif pasokan bahan baku. Kondisi geografis ini juga meminimalkan risiko banjir besar, sehingga lokasi produksi dan penyimpanan bahan baku dapat dibangun dengan relatif aman dari gangguan cuaca ekstrem. Berdasarkan kondisi geografis Desa Bangunharja tersebut menunjukkan bahwa desa ini memiliki lingkungan pedesaan yang cukup mendukung terhadap kegiatan usaha berbasis hasil perikanan.

Bangunharja berada di wilayah yang subur dengan akses terhadap sumber daya perairan yang mendukung budidaya ikan nila. Keberadaan kolam-kolam ikan dan aktivitas perikanan di sekitar desa menjadi latar belakang alami bagi munculnya usaha pengolahan hasil perikanan.

Lanskap desa dan infrastruktur pendukung juga menjadi elemen penting yang layak didokumentasikan dalam penelitian ini. Foto-foto tentang kolam ikan, jalan desa, pasar tradisional, atau tempat penjualan produk dapat memberikan konteks spesial yang memperkuat pemahaman tentang ekosistem agribisnis di Bangunharja. Dengan demikian, penonton atau pembaca dapat memahami bahwa olahan tulang ikan nila bukan berdiri sendiri, tetapi bagian dari sistem ekonomi desa yang lebih luas.

Luas wilayah Desa Bangunharja mencapai sekitar 1.225 hektar, yang terbagi ke dalam empat dusun, sebagai berikut :

Tabel 9. Dusun Di Desa Bangunharja, Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis

No	Nama Dusun	Karakteristik
1.	Dusun Desa	Datar
2.	Dusun Sukaharja	Bergelombang Dan Berbukit
3.	Dusun Mekarmulya	Datar
4.	Dusun Kertaharja	Bergelombang Dan Berbukit

Sumber : Desa Bangunharja 2026

Desa Bangunharja, Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis, merupakan desa perbatasan Jawa Barat dan Jawa Tengah yang dikenal dengan julukan “Kampoeng Kamoeti” dan memiliki potensi agribisnis perikanan, termasuk olahan ikan nila seperti kerupuk tulang ikan nila, abon ikan nila dan produk turunan lainnya.

Salah satu produk unggulan yang telah dikenal dari wilayah Cisaga adalah abon ikan nila, yang diproduksi oleh kelompok UMKM dan komunitas lokal. Meskipun literatur yang tersedia lebih banyak menyoroti abon sebagai produk utama, secara teknis terdapat peluang untuk mengembangkan olahan berbasis tulang atau duri ikan nila sebagai produk turunan. Pengalaman dari daerah lain menunjukkan bahwa tulang ikan nila dapat diolah menjadi camilan bergizi seperti kerupuk, otak-otak, atau produk pangan fungsional lainnya.

Setiap tahap proses, seperti pemotongan ikan, pemisahan daging dari tulang, pengumpulan tulang, pengolahan, hingga pengemasan, dapat direkam secara visual untuk membangun narasi yang kuat.

Aspek lain juga yaitu teknis produksi, aspek ini lebih menekankan masyarakat sosial yang terlibat dalam agribisnis ini, seperti ibu-ibu PKK, kelompok wanita tani, atau pemuda desa yang berperan dalam usaha pengolahan.

4.1.3 Tata Guna Lahan

Tata guna lahan di Desa Bangunharja, Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis, didominasi oleh lahan pertanian produktif dan budidaya perikanan yang menjadi tulang punggung ekonomi lokal. Sebagian besar wilayah dialokasikan untuk sawah irigasi dan kolam ikan nila yang tersebar di sekitar permukiman. Pola ini mencerminkan ketergantungan masyarakat pada sektor agraris dan perikanan sebagai sumber utama pendapatan.

Kawasan permukiman menempati proporsi signifikan dan berfungsi ganda sebagai tempat tinggal serta pusat aktivitas ekonomi rumah tangga, termasuk produksi olahan ikan nila dalam skala UMKM. Fasilitas umum seperti jalan, sekolah, tempat ibadah, dan balai desa terintegrasi dalam tata ruang yang mendukung aksesibilitas dan mobilitas warga. Infrastruktur jalan memiliki peran strategis dalam menghubungkan area produksi dengan pusat pengolahan dan pasar.

Sebagian lahan juga dialokasikan untuk kegiatan perdagangan, jasa, dan sosial keagamaan yang menjadi pusat aktivitas komunitas serta pemberdayaan ekonomi. Area dengan potensi wisata atau edukasi, seperti pemandangan kolam ikan dan area hijau, dapat dikembangkan untuk diversifikasi tata guna lahan yang meningkatkan nilai ekonomi. Lahan kosong atau marginal yang ada berpotensi untuk dimanfaatkan lebih optimal bagi perluasan produksi atau fasilitas bersama.

4.1.4 Keadaan Penduduk

Penduduk merupakan aktor utama sekaligus sasaran dalam pembangunan suatu wilayah. Oleh karena itu, struktur dan dinamika penduduk menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan pembangunan desa. Adapun jumlah penduduk berdasarkan umur di Desa Bangunharja dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur

Kelompok Umur	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
≤ 14 tahun	789	19,62
15-64 tahun	3.100	77,08
≥ 65 tahun	133	3,31
Total	4.022	100

Sumber: Desa Bangunharja 2026

Penduduk Desa Bangunharja yang berusia produktif (15-64 tahun), yaitu sebanyak 3.100 orang atau sekitar 77,08% dari total penduduk. Menurut Setiawan *et al.*, (2018). Tingginya jumlah penduduk usia produktif menjadi potensi sumber daya manusia dalam

mendukung pengembangan agroindustri berbasis komoditas lokal, termasuk usaha Kerupuk Cucuk Kriuk. Potensi ini, jika disertai dengan dukungan pelatihan, akses pasar, dan inovasi teknologi, dapat menjadi penggerak utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Bangunharja.

Berdasarkan data penduduk Desa Bangunharja, Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis diatas, jumlah penduduk dapat dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan untuk melihat komposisi penduduk desa, sebagai berikut :

Tabel 11. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Perempuan	2.000	49,73
Laki-laki	2.022	49,78
Total	4.022	100

Sumber: Desa Bangunharja 2025

Jumlah penduduk laki-laki lebih besar, maka hal itu menunjukkan dominasi penduduk laki-laki di desa tersebut. Sebaliknya, jika jumlah penduduk perempuan lebih besar, maka komposisi penduduk didominasi oleh perempuan. Perbedaan ini dapat memengaruhi perencanaan program desa agar lebih sesuai dengan kondisi nyata masyarakat.

4.1.5 Mata Pecaharian

Mata pencaharian merupakan kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan masyarakat desa guna memperoleh penghasilan dan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Mata pencaharian umumnya sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan, ketersediaan lahan, dan potensi sumber daya alam setempat. Oleh karena itu, jenis pekerjaan penduduk desa biasanya lebih dekat dengan sektor pertanian, peternakan, dan usaha berbasis sumber daya alam.

Menurut Supmawati dan Ramli (2019), mata pencaharian memiliki banyak ragam yang tersebar di berbagai daerah yang disesuaikan dengan keadaan geografis daerah tersebut. Sedangkan menurut Dahar dan Fatmawati (2016) menyatakan bahwa Negara Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki letak geografis yang berbeda-beda, misalnya perbedaan tinggi rendahnya tempat tinggal suatu masyarakat. Adanya perbedaan faktor alam yang dimiliki dapat mempengaruhi iklim mapun cuaca yang berbeda pula sehingga mengakibatkan adanya perbedaan mata pencaharian pada masyarakat Indonesia, seperti sebagai petani, nelayan, bidang perkebunan, dan lain sebagainya. Masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah pegunungan pada umumnya bermata pencaharian pada bidang perkebunan, daerah dataran rendah menekuni di bidang pertanian dan daerah pesisir sebagai nelayan. Dan

menurut Hafis (2017) berpendapat bahwa, Indonesia adalah negara agraris yang memiliki potensi melimpah ruah sehingga status sebagai negara agraris terdukung dengan sebagian besar masyarakatnya bermukim di pedesaan dan bermata pencaharian di sektor pertanian.

Desa Bangunharja, Kecamatan Cisaga, Kabupaten Ciamis, memiliki karakteristik mata pencaharian yang khas sebagai desa perbatasan Jawa Barat dan Jawa Tengah dengan potensi agribisnis yang menonjol. Sebagian besar penduduk bekerja sebagai petani, terutama petani sawah yang mengandalkan irigasi untuk menanam padi dan tanaman pangan lainnya. Selain itu, budidaya perikanan, khususnya ikan nila, menjadi sektor penting yang menyerap tenaga kerja lokal, baik sebagai pembudidaya di kolam-kolam ikan maupun sebagai pekerja di usaha pengolahan hasil perikanan.

Usaha pengolahan ikan nila, termasuk produksi kerupuk cucuk kriuk dari tulang ikan nila dan potensi olahan turunan seperti produk berbasis ikan nila, menjadi sumber pendapatan alternatif yang semakin berkembang di kalangan masyarakat, terutama ibu-ibu rumah tangga dan kelompok wanita tani. Aktivitas ini sering kali dilakukan dalam skala rumah tangga atau UMKM, dengan melibatkan seluruh anggota keluarga dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran. Selain sektor pertanian dan perikanan, sebagian penduduk juga bekerja sebagai pedagang, pengrajin, guru, tenaga kesehatan, dan pegawai desa, yang menunjukkan adanya diversifikasi mata pencaharian seiring dengan perkembangan infrastruktur dan akses pasar.

Berikut adalah mata pencaharian masyarakat Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis, berdasarkan data primer BPS Ciamis tahun 2025:

Tabel 12. Mata Pencaharian Penduduk Desa Bangunharja

Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Petani/Buruh Tani	2.011	50
Pedagang	118	2,93
Pegawai Negeri Sipil	62	1,54
Jasa Lainnya	1.756	43,66

Sumber: Desa Bangunharja, 2025

4.1.6 Karakteristik Responden

Identitas responden merupakan gambaran secara umum dan latar belakang dalam menjalankan suatu kegiatan usahanya. Data yang digunakan untuk memberikan gambaran keadaan secara umum mengenai identitas responden meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pengalaman bekerja. Responden dalam penelitian ini merupakan pemilik usaha, tenaga

kerja dan konsumen di Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis yang terdiri dari 8 orang, sebagai berikut:

Tabel 13. Karakteristik Responden

Responden (N)	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan	Profesi
N1	Laki-Laki	35	S1	Pelaku Usaha
N2	Perempuan	33	S1	Pelaku Usaha
N3	Perempuan	42	SMA	Tenaga Kerja
N4	Laki-Laki	41	SMA	Tenaga Kerja
N5	Laki-Laki	65	SMP	Tenaga Kerja
N3	Perempuan	47	SMA	Konsumen
N4	Laki-Laki	52	SMP	Konsumen
N5	Perempuan	50	SMA	Konsumen

Sumber: Data Primer, diolah pada 2026

Pelaku usaha Cucuk Kriuk merupakan suami dan istri dan keduanya merupakan lulusan sarjana (S1). Untuk usia pemilik usaha sendiri berada pada kategori usia produktif yaitu 33 sampai 35 tahun.

Tenaga kerja yang terlibat dalam usaha ini juga berasal dari anggota keluarga inti dan beberapa tetangga yang dilibatkan saat produksi meningkat, terutama menjelang hari raya atau acara tertentu. Pembagian tugas dilakukan secara fleksibel berdasarkan kemampuan masing-masing orang, mulai dari pembersihan bahan baku hingga pengemasan produk akhir.

Konsumen yang dilibatkan hanya 0,03% yaitu hanya dengan melalui 3 orang konsumen. Usia pada konsumen ini dikategorikan dalam usia produktif yaitu usia 47 sampai 52 tahun. Untuk segi pendidikan konsumen, sebagian besar adalah lulusan SMA dan SMP. Konsumen sendiri terdiri pembeli dan penjual warung yang dimana dapat memberikan saran dan kritik untuk evaluasi pada produk yang dihasilkan.

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	4	50
2	Laki-laki	4	50

Total	8	100
--------------	---	-----

Sumber : Desa Bangunharja, 2025

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dalam penelitian ini terdiri atas 4 orang laki-laki (50%) dan 4 orang perempuan (50%). Dengan demikian, komposisi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan proporsi yang seimbang antara laki-laki dan perempuan, dengan jumlah keseluruhan sebanyak 8 orang atau 100% dari total responden.

4.2 Kondisi Usaha Kerupuk Cucuk Kriuk Pada UMKM Rasa Katineung Di Desa Bangunharja Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis

UMKM Rasa Katineung merupakan usaha berskala rumah tangga yang memanfaatkan tulang ikan nila sebagai bahan baku dalam pembuatan produk olahan pangan Kerupuk Cucuk Kriuk. Bahan baku tersebut berasal dari pabrik abon ikan nila. Pemanfaatan tulang ikan nila sebagai bahan baku dapat memberikan nilai tambah karena bahan yang sebelumnya kurang dimanfaatkan dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi.

Kegiatan produksi dilakukan sekitar dua minggu sekali dengan menerapkan sistem stok, sehingga produk yang dihasilkan disimpan terlebih dahulu untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Meskipun penggunaan peralatan modern dapat membantu meningkatkan efisiensi produksi, frekuensi produksi yang masih dilakukan dua minggu sekali membuat pengelolaan persediaan perlu diperhatikan agar stok produk tetap tersedia sesuai dengan permintaan.

Dari aspek produk, Kerupuk Cucuk Kriuk telah didukung oleh kemasan yang cukup baik dan telah memiliki BPOM, surat izin edar, serta sertifikasi halal. Kelengkapan tersebut dapat menjadi nilai tambah sekaligus meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Namun, Kerupuk Cucuk Kriuk masih belum memiliki ciri khas maupun cita rasa yang kuat, sehingga karakteristik produknya masih relatif sama dengan kerupuk pada umumnya.

Dari aspek lokasi, UMKM Rasa Katineung berada di lokasi yang kurang strategis sehingga kegiatan pemasaran secara langsung masih menghadapi keterbatasan dalam menjangkau konsumen. Meskipun demikian, berdasarkan hasil penelitian, belum ditemukan pesaing langsung yang menghasilkan produk sejenis di sekitar wilayah usaha. Kondisi tersebut dapat menjadi peluang bagi UMKM Rasa Katineung untuk memperkenalkan Kerupuk Cucuk Kriuk kepada konsumen secara lebih luas dan mengembangkan jangkauan pasarnya.

Tahapan produksi kerupuk tulang ikan nila mencakup serangkaian proses terstruktur, yaitu pelunakan dan penghalusan bahan baku tulang, pencampuran adonan, pengukusan, pendinginan, pemotongan, pengeringan melalui penjemuran, penggorengan, penirisan minyak,

serta pengemasan akhir. Penjelasan lengkap untuk masing-masing tahapan dipaparkan sebagai berikut:

1. Proses Pelunakan Tulang Ikan Nila

Tahap awal diawali dengan pencucian tulang ikan nila hasil pemfiletan hingga bersih. Selanjutnya, tulang dimasak menggunakan panci presto selama 30 hingga 60 menit untuk melunakkan strukturnya, sehingga mempermudah proses penghalusan pada tahap berikutnya.

2. Proses Penghalusan dan Pemasakan

Setelah proses pelunakan dengan presto, tulang ikan nila dihaluskan dengan menggunakan blender hingga mencapai konsistensi yang lembut. Hasil penghalusan tersebut kemudian dimasak kembali guna meminimalisasi aroma amis dan meningkatkan mutu bahan baku.

3. Pencampuran Adonan

Bahan tulang ikan nila yang telah dihaluskan kemudian dicampurkan ke dalam adonan tepung tapioka bersama bumbu-bumbu pelengkap (garam, bawang putih, kunyit, ketumbar, penyedap rasa, dan soda kue). Seluruh komponen tersebut diulek/diaduk hingga homogen.

4. Proses Pengukusan

Setelah adonan tercampur rata, masukkan ke dalam loyang dan kukus selama 30–40 menit sampai benar-benar matang.

5. Proses Pendinginan

Tahap berikutnya yaitu mengangkat dan mendinginkan adonan yang sudah matang, lalu menyimpannya di dalam kulkas kurang lebih selama satu malam demi mendapatkan tekstur yang padat dan lebih mudah dipotong.

6. Pemotongan dan Penjemuran

Setelah adonan mengeras, iris dengan ukuran persegi yang sama besar, kemudian keringkan di bawah sinar matahari.

7. Proses Penggorengan dan Penirisan

Setelah kering, kerupuk digoreng hingga mengembang sempurna. Kemudian, ditiriskan dengan menggunakan mesin peniris minyak khusus (spinner) untuk meminimalkan kadar minyak yang menempel pada kerupuk.

8. Pengemasan

Proses akhir yaitu pengemasan dengan menggunakan mesin sealer bernitrogen. proses ini berfungsi untuk mempertahankan kualitas, memperpanjang daya tahan, dan menjaga kerupuk agar tetap renyah saat disimpan maupun didistribusikan.

Usaha kerupuk Cucuk Kriuk menggunakan kemasan berbasis modern dengan mencantumkan merek, komposisi, tanggal kadaluarsa, dan varian rasa dari kerupuk cucuk kriuk.

4.3 Faktor Internal Serta Faktor Eksternal Yang Memengaruhi Pengembangan Agribisnis Olahan Pangan Lokal “Kerupuk Cucuk Kriuk”

4.3.1 Faktor Internal

1. Faktor Kekuatan (*Strength*)

1. Kualitas produk baik

Kerupuk Cucuk Kriuk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dari segi tekstur dan kondisi produk setelah melalui proses pengolahan.

2. Ketersediaan bahan baku utama

Bahan baku berupa tulang ikan nila tersedia dari hasil samping pengolahan ikan nila di sekitar wilayah usaha sehingga dapat mendukung keberlanjutan produksi.

3. Penggunaan peralatan produksi modern

Kegiatan produksi telah menggunakan beberapa peralatan modern yang membantu mempercepat dan mempermudah proses pengolahan. Penggunaan peralatan tersebut juga dapat membantu meningkatkan efisiensi tenaga dan waktu produksi.

4. Standar kebersihan dan higienitas

Kebersihan diperhatikan dalam proses pengolahan hingga pengemasan sehingga dapat membantu menjaga mutu dan keamanan produk.

5. Kemasan produk sudah baik

Kemasan yang digunakan sudah cukup baik dan dapat meningkatkan tampilan produk serta memberikan informasi kepada konsumen.

6. Produk telah memiliki BPOM dan surat edar

Kepemilikan BPOM dan surat edar menjadi nilai tambah karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

7. Produk telah memiliki sertifikasi halal

Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen mengenai status kehalalan produk sehingga dapat meningkatkan rasa aman dalam mengonsumsi produk.

8. Harga produk relatif terjangkau

Harga Kerupuk Cucuk Kriuk relatif terjangkau sehingga dapat menjangkau konsumen dari berbagai kalangan.

2. Faktor Kelemahan (*Weakness*)

1. Produksi hanya dilakukan dua minggu sekali.

Produksi yang dilakukan sekitar dua minggu sekali menyebabkan penjualan menggunakan sistem stok. Kondisi tersebut dapat menjadi kendala apabila permintaan meningkat sementara stok produk terbatas.

2. Lokasi usaha kurang strategis.

Lokasi usaha yang kurang strategis menyebabkan konsumen tidak selalu mudah menjangkau tempat usaha secara langsung.

3. Produk belum memiliki ciri khas. Kerupuk Cucuk Kriuk belum memiliki ciri khas rasa yang kuat sehingga karakteristik produk masih menyerupai kerupuk pada umumnya.

4. Kapasitas produksi belum optimal.

Meskipun telah menggunakan peralatan modern, kapasitas produksi masih perlu disesuaikan dengan kemampuan usaha dan pola permintaan konsumen.

5. Jangkauan pemasaran masih terbatas.

Pemasaran belum menjangkau konsumen secara luas sehingga pasar produk masih dapat dikembangkan.

6. Pemanfaatan media sosial belum optimal.

Media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai media promosi dan penjualan.

7. Variasi produk masih terbatas.

Pilihan produk yang tersedia masih terbatas sehingga konsumen belum memiliki banyak pilihan.

8. Pengembangan inovasi produk belum rutin.

Inovasi produk, terutama dalam pengembangan rasa dan bentuk, belum dilakukan secara rutin sehingga produk masih memiliki ruang untuk dikembangkan.

4.3.2 Faktor Eksternal

1. Faktor Peluang (*Opportunity*)

1. Meningkatnya minat terhadap produk pangan lokal

Kerupuk Cucuk Kriuk dapat diperkenalkan sebagai produk olahan pangan yang memanfaatkan potensi lokal.

2. Perkembangan media sosial

Media sosial memberikan peluang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas.

3. Perkembangan *marketplace*

Marketplace dapat menjadi saluran penjualan tambahan sehingga produk dapat menjangkau konsumen di luar wilayah usaha.

4. Peluang kerja sama dengan toko dan warung

Kerja sama dengan toko dan warung dapat membantu memperluas distribusi produk.

5. Peluang masuk ke minimarket

Minimarket dapat menjadi alternatif saluran distribusi untuk memperluas jangkauan pemasaran.

6. Ketersediaan bahan baku ikan nila.

Ketersediaan bahan baku lokal dapat mendukung keberlanjutan kegiatan produksi.

7. Program pembinaan dan pemberdayaan UMKM.

Program pelatihan dan pembinaan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha, pemasaran, dan pengembangan produk.

8. Belum terdapat pesaing langsung.

Belum adanya pesaing langsung yang menghasilkan produk sejenis di sekitar wilayah usaha memberikan ruang bagi UMKM Rasa Katineung untuk memperkenalkan dan memperkuat posisi produknya di pasar.

2. Faktor ancaman (*Threats*)

1. Perubahan selera konsumen terhadap makanan ringan

Selera konsumen dapat berubah dari waktu ke waktu, sehingga konsumen tidak selalu memilih produk Kerupuk Cucuk Kriuk dan dapat beralih pada jenis makanan ringan lainnya.

2. Adanya produk makanan ringan substitusi

Terdapat berbagai jenis makanan ringan lain yang dapat menjadi pilihan pengganti Kerupuk Cucuk Kriuk, seperti kerupuk, keripik, dan makanan ringan lainnya.

3. Kenaikan harga bahan baku

Kenaikan harga bahan baku dan bahan pendukung produksi dapat meningkatkan biaya yang harus dikeluarkan UMKM dalam menghasilkan Kerupuk Cucuk Kriuk.

4. Kenaikan biaya produksi

Peningkatan biaya produksi, seperti biaya tenaga kerja, listrik, bahan bakar, pengemasan, dan distribusi, dapat memengaruhi biaya produksi serta keuntungan yang diperoleh UMKM.

5. Perubahan tren makanan ringan

Tren makanan ringan yang terus berubah dapat memengaruhi minat konsumen. Produk yang tidak mengikuti perkembangan tren berpotensi kurang menarik bagi konsumen.

6. Tuntutan konsumen terhadap inovasi produk.

Konsumen semakin mengharapkan adanya variasi, baik dari segi rasa, bentuk, ukuran, maupun kemasan. Jika inovasi produk terbatas, konsumen dapat merasa kurang tertarik untuk melakukan pembelian ulang.

7. Produk lain yang menawarkan harga lebih rendah.

Adanya produk makanan ringan lain dengan harga yang lebih rendah dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk, terutama bagi konsumen yang lebih sensitif terhadap harga.

8. Perubahan daya beli konsumen.

Penurunan daya beli masyarakat dapat menyebabkan konsumen mengurangi pengeluaran untuk makanan ringan sehingga dapat berdampak pada jumlah permintaan terhadap produk Kerupuk Cucuk Kriuk.

Kondisi ini menjadi tantangan bagi UMKM Rasa Katineung untuk mempertahankan daya tarik dan daya saing Kerupuk Cucuk Kriuk

4.4.3 Matriks IFAS

Berdasarkan identifikasi faktor internal, diperoleh 8 faktor kekuatan dan 8 faktor kelemahan. Selanjutnya dilakukan penyusunan Matriks IFAS untuk mengetahui kondisi internal usaha kerupuk cucuk kriuk melalui pemberian bobot, rating, dan skor pada masing-masing faktor. sebagai berikut:

Tabel 15. Matriks IFAS

	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Rating	Bobot	Skor
S1	Kualitas Produk Baik	3	0,050	0,150
S2	Ketersediaan Bahan Baku Utama	3	0,050	0,150
S3	Penggunaam Peralatan Produksi Modern	4	0,067	0,267
S4	Standar Kebersihan Dan Higienitas Produk	4	0,067	0,267
S5	Kemasan Produk Sudah Baik	4	0,067	0,267
S6	Memiliki BPOM dan Surat Edar	4	0,067	0,267
S7	Memiliki Sertifikat Halal	4	0,067	0,267
S8	Harga Yang Terjangkau	3	0,050	0,150

Subtotal	29	0,485	1,785
-----------------	----	-------	-------

Sumber: Data Primer, diolah 2026

	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Rating	Bobot	Skor
W1	Prodaksi Dua Minggu Sekali/Sistem Stok	4	0,067	0,267
W2	Lokasi Kurang Strategis	4	0,067	0,267
W3	Belum memiliki ciri khas	5	0,083	0,415
W4	Kapasitas Produksi Belum Optimal	4	0,067	0,267
W5	Jangkauan Pemasaran Terbatas	4	0,067	0,267
W6	Media Sosial Optimal	4	0,067	0,267
W7	Variasi Produk Terbatas	4	0,067	0,267
W8	Ivovasi Produk Rutin	4	0,067	0,267
	Subtotal	33	0,552	2,077
	Total	62	1,37	3,862

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan hasil dari IFAS menunjukkan bahwa pengaruh terendah terdapat pada produksi hanya dilakukan dua minggu sekali dengan sistem stok dengan jumlah skor 0,067. Faktor ini menunjukkan bahwa kegiatan produksi yang tidak dilakukan setiap hari masih menjadi kelemahan dalam pengelolaan ketersediaan produk. Kondisi tersebut perlu diperhatikan melalui perencanaan jumlah produksi dan pengelolaan stok yang disesuaikan dengan permintaan konsumen agar ketersediaan produk tetap terjaga tanpa menyebabkan penumpukan stok.

Kelompok faktor dengan jumlah skor 0,150 meliputi lokasi usaha yang kurang strategis dan produk yang belum memiliki ciri khas. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut masih menjadi kendala dalam memperluas pemasaran dan membedakan produk dengan produk sejenis. Kondisi tersebut dapat diatasi secara bertahap melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk mengurangi keterbatasan lokasi, serta melakukan inovasi pada rasa, bentuk, atau karakteristik produk agar Kerupuk Cucuk Kriuk memiliki ciri khas yang lebih mudah dikenali konsumen.

Faktor dengan jumlah skor menengah yaitu 0,267 mencakup kualitas produk, ketersediaan bahan baku, penggunaan peralatan produksi modern, serta standar kebersihan dan higienitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, ketersediaan bahan baku, penggunaan teknologi produksi, dan kebersihan merupakan faktor penting yang dapat mendukung

keberlangsungan usaha. Faktor-faktor tersebut perlu dipertahankan dan dioptimalkan, terutama penggunaan peralatan modern untuk meningkatkan efisiensi proses produksi serta menjaga kualitas dan kebersihan produk secara konsisten.

Faktor dengan jumlah skor tertinggi yaitu 0,417 meliputi kemasan yang sudah baik, kepemilikan BPOM dan surat edar, serta sertifikasi halal. Faktor tersebut menjadi keunggulan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Kerupuk Cucuk Kriuk. Oleh karena itu, UMKM Rasa Katineung perlu mempertahankan legalitas dan kualitas kemasan sebagai nilai tambah produk serta memanfaatkannya dalam kegiatan promosi. Dengan mempertahankan keunggulan tersebut dan memperbaiki kelemahan secara bertahap, UMKM Rasa Katineung dapat meningkatkan daya saing dan mengembangkan usaha Kerupuk Cucuk Kriuk secara berkelanjutan.

4.4.4 Matriks EFAS

Berdasarkan identifikasi faktor eksternal, diperoleh 8 faktor kekuatan dan 8 faktor kelemahan. Selanjutnya dilakukan penyusunan Matriks EFAS untuk mengetahui kondisi eksternal usaha kerupuk cucuk kriuk melalui pemberian bobot, rating, dan skor pada masing-masing faktor. sebagai berikut:

Tabel 16. Matriks EFAS

	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Rating	Bobot	Skor
O1	Minat Terhadap Pangan Lokal	4	0,067	0,268
O2	Perkembangan Media Sosial	4	0,067	0,268
O3	Perkembangan <i>Marketplace</i>	4	0,067	0,268
O4	Kerja Sama Toko/Warung	4	0,067	0,268
O5	Peluang Distribusi Minimarket	3	0,050	0,150
O6	Ketersediaan Bahan Baku	4	0,067	0,268
O7	Program Pembinaan UMKM	3	0,050	0,150
O8	Belum Terdapat Pesaing Langsung	5	0,083	0,415
	Subtotal	31	0,518	2,055

Sumber: Data Primer, diolah 2026

	Ancaman (<i>Threats</i>)	Rating	Bobot	Skor
T1	Perubahan Selera Konsumen	3	0,050	0,150
T2	Produk Makanan Substitusi	3	0,050	0,150
T3	Kenaikan Harga Bahan Baku	3	0,050	0,150
T4	Kenaikan Biaya Produksi	3	0,050	0,150

T5	Perubahan Tren Makanan	3	0,050	0,150
T6	Tuntutan Inovasi	3	0,050	0,150
T7	Produk Harga Lebih Rendah	3	0,050	0,150
T8	Perubahan Daya Beli	3	0,050	0,150
Subtotal		24	0,400	1,200
Total		55	1	3.255

Sumber: Data Primer, di olah 2026

Berdasarkan hasil dari EFAS menunjukkan bahwa pengaruh terendah adalah adanya produk makanan ringan substitusi dengan jumlah skor 0,067. Faktor ini menunjukkan bahwa keberadaan produk makanan ringan lain dapat menjadi salah satu ancaman bagi Kerupuk Cucuk Kriuk dalam mempertahankan minat konsumen. Kondisi tersebut perlu diantisipasi dengan mempertahankan kualitas produk, meningkatkan daya tarik kemasan, serta melakukan inovasi agar produk tetap diminati oleh konsumen.

Kelompok faktor dengan jumlah skor 0,150 meliputi perubahan selera konsumen terhadap makanan ringan, perubahan tren makanan ringan, dan tuntutan konsumen terhadap inovasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan preferensi konsumen menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh UMKM Rasa Katineung. Untuk menghadapinya, usaha dapat melakukan pengembangan produk secara bertahap, seperti mencoba variasi rasa atau bentuk baru melalui uji pasar sehingga inovasi yang dilakukan tetap sesuai dengan minat konsumen.

Faktor dengan jumlah skor menengah yaitu 0,267 yang mencakup kenaikan harga bahan baku, kenaikan biaya produksi, serta produk lain yang menawarkan harga lebih rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perubahan biaya produksi dan harga dari produk pesaing dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, UMKM Rasa Katineung perlu melakukan pengendalian biaya produksi, mengoptimalkan penggunaan peralatan produksi modern, serta melakukan pengelolaan bahan baku dan stok secara lebih baik agar kenaikan biaya dapat diminimalkan tanpa mengurangi kualitas produk.

Faktor dengan jumlah skor tertinggi yaitu 0,417 adalah perubahan daya beli konsumen. Faktor tersebut menunjukkan bahwa kemampuan konsumen dalam membeli produk dapat memengaruhi tingkat penjualan Kerupuk Cucuk Kriuk. Kondisi ini perlu diantisipasi dengan mempertahankan harga yang relatif terjangkau serta menjaga kualitas produk agar konsumen tetap memperoleh nilai yang sesuai dengan harga yang dibayarkan. Dengan mempertahankan keunggulan produk dan melakukan penyesuaian terhadap kondisi pasar, UMKM Rasa

Katineung diharapkan mampu menghadapi berbagai ancaman eksternal dan menjaga keberlanjutan usaha.

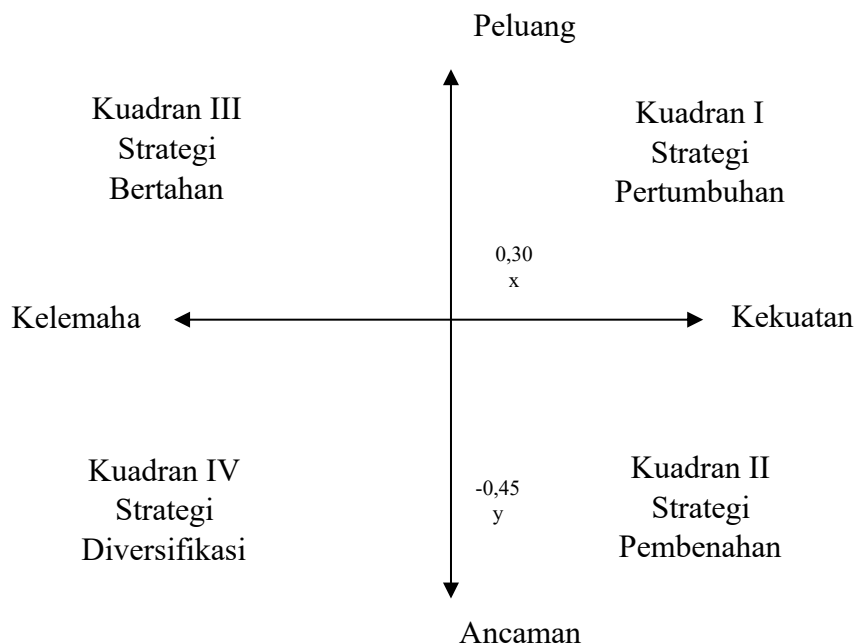
4.4.5 Diagram SWOT

Hasil perhitungan Matriks IFAS dan EFAS, nilai kekuatan lebih rendah dibandingkan nilai kelemahan sehingga menghasilkan nilai sumbu X negatif. Sementara itu, nilai peluang lebih tinggi dibandingkan nilai ancaman sehingga menghasilkan nilai sumbu Y positif.

Kondisi tersebut, posisi UMKM Rasa Katineung berada pada Kuadran II. Kuadran II menunjukkan bahwa usaha memiliki peluang eksternal yang cukup besar, tetapi masih memiliki kelemahan internal yang perlu diperbaiki.

Posisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM Rasa Katineung belum dapat hanya mengandalkan kekuatan yang dimiliki. Usaha perlu memanfaatkan peluang eksternal untuk memperbaiki kelemahan, terutama pada frekuensi produksi, lokasi usaha, ciri khas produk, jangkauan pemasaran, dan pengembangan inovasi.

Hasil koordinat SWOT berada pada titik (0,30;0,45). Untuk mengetahui strategi yang lebih spesifik dapat disajikan dalam bentuk diagram SWOT supaya dapat mengetahui posisi atau kondisi suatu bisnis tersebut dengan menggunakan kuadran I, II, III, IV.



Gambar 3. Diagram SWOT

Berdasarkan diagram di atas, Kerupuk Cucuk Kriuk berada pada Kuadran II yang berarti bahwa Kerupuk Cucuk Kriuk memiliki kekuatan internal yang cukup kuat, namun juga menghadapi ancaman eksternal yang perlu diperhatikan. Posisi ini menunjukkan bahwa kondisi usaha masih memiliki keunggulan yang dapat dipertahankan untuk menghadapi

berbagai perubahan dan tantangan pasar. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi pembenahan (ST), yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi dan mengurangi dampak ancaman eksternal. Langkah yang dapat dilakukan meliputi mempertahankan kualitas produk dan kemasan yang sudah baik, mempertahankan legalitas berupa BPOM, surat edar dan sertifikasi halal sebagai bentuk kepercayaan konsumen, serta mengoptimalkan penggunaan peralatan produksi modern untuk meningkatkan efisiensi produksi. Selain itu, UMKM Rasa Katineung perlu melakukan inovasi produk agar mampu mengikuti perubahan selera dan tren makanan ringan, serta melakukan pengendalian biaya produksi untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku dan biaya produksi. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mengantisipasi berbagai ancaman tersebut, Kerupuk Cucuk Kriuk diharapkan mampu mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan daya saing di pasar.

4.4.6 Matriks SWOT

Setelah melakukan identifikasi faktor internal dan faktor eksternal serta perhitungan Matriks IFAS dan EFAS, langkah selanjutnya adalah menyusun Matriks SWOT. Matriks SWOT digunakan untuk mengombinasikan faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki UMKM Rasa Katineung sehingga dapat dirumuskan berbagai alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan. Hasil penyusunan Matriks SWOT menghasilkan 4 kelompok strategi, yaitu strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan WT (*weakness-threats*).

1. Kualitas produk baik
2. Ketersediaan bahan baku utama
3. Penggunaan peralatan produksi modern
4. Standar kebersihan & higienitas terjamin
5. Kemasan produk sudah baik
6. Produk telah memiliki sertifikasi halal
7. Produk telah memiliki BPOM dan surat edar
8. Harga terjangkau

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Kualitas produk baik. 2. Ketersediaan bahan baku utama. 3. Penggunaan	1. Produksi hanya dilakukan dua minggu sekali sehingga menggunakan

IFAS EFAS	peralatan produksi modern. - Standar kebersihan dan higienitas terjamin. - Kemasan produk sudah baik. - Produk telah memiliki BPOM dan surat edar. - Produk telah memiliki sertifikasi halal. - Harga produk relatif terjangkau.	sistem stok. - Lokasi usaha kurang strategis. - Produk belum memiliki ciri khas. - Kapasitas produksi belum optimal. - Jangkauan pemasaran masih terbatas. - Pemanfaatan media sosial belum optimal. - Variasi produk masih terbatas. - Pengembangan inovasi produk belum rutin.
Peluang (O) - Meningkatnya minat konsumen terhadap produk pangan lokal. - Perkembangan media sosial sebagai sarana pemasaran. - Perkembangan marketplace. - Peluang kerja sama dengan toko dan warung. - Peluang distribusi ke minimarket. - Ketersediaan bahan baku ikan nila. - Adanya program pembinaan dan pemberdayaan UMKM. - Belum terdapat pesaing langsung	Strategi SO - Memanfaatkan kualitas produk, kemasan yang baik, serta legalitas BPOM, surat edar, dan halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pemasaran. - Memanfaatkan penggunaan peralatan modern dan ketersediaan bahan baku lokal untuk mendukung peningkatan produksi. - Memanfaatkan harga yang terjangkau untuk memperluas pasar melalui media sosial, <i>marketplace</i>, toko, dan warung.	Strategi WO - Mengoptimalkan media sosial dan marketplace untuk mengatasi lokasi usaha yang kurang strategis dan memperluas jangkauan pemasaran. - Memanfaatkan meningkatnya minat konsumen terhadap produk pangan lokal untuk mengembangkan ciri khas Kerupuk Cucuk Kriuk. - Memanfaatkan penggunaan peralatan produksi modern untuk meningkatkan efisiensi dan mengatasi produksi yang hanya dilakukan dua minggu sekali. - Memanfaatkan

		peluang kerja sama dengan toko, warung, dan minimarket untuk memperluas pemasaran. 5. Memanfaatkan belum adanya pesaing langsung untuk memperkenalkan dan memperkuat posisi produk di pasar
Ancaman (T) 1. Perubahan selera konsumen terhadap makanan ringan. 2. Adanya produk makanan ringan substitusi. 3. Kenaikan harga bahan baku. 4. Kenaikan biaya produksi. 5. Perubahan tren makanan ringan. 6. Tuntutan konsumen terhadap inovasi produk. 7. Produk lain yang menawarkan harga lebih rendah. 8. Perubahan daya beli konsumen.	Strategi ST 1. Memanfaatkan legalitas BPOM, surat edar, dan halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam menghadapi produk substitusi. 2. Mempertahankan kualitas dan kemasan produk untuk menghadapi perubahan tren dan selera konsumen. 3. Memanfaatkan penggunaan peralatan modern untuk meningkatkan efisiensi dalam menghadapi kenaikan biaya produksi.	Strategi WT 1. Menyesuaikan jumlah produksi dengan permintaan konsumen untuk mengurangi risiko kekurangan atau penumpukan stok. 2. Mengembangkan variasi produk untuk menghadapi perubahan selera dan tuntutan inovasi konsumen. 3. Mengoptimalkan pemasaran digital untuk mengatasi keterbatasan lokasi usaha. 4. Melakukan pengendalian biaya produksi untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku dan biaya produksi.

Berdasarkan hasil matriks SWOT, strategi yang tepat untuk UMKM Rasa Katineung adalah memanfaatkan peluang yang tersedia untuk mengatasi kelemahan usaha. Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Dengan kondisi lokasi usaha yang kurang strategis, pemanfaatan pemasaran

digital dapat membantu Kerupuk Cucuk Kriuk menjangkau konsumen di luar wilayah usaha. Promosi dapat dilakukan dengan menampilkan foto produk, informasi mengenai kemasan, legalitas BPOM, surat edar dan halal, serta proses pengolahan produk sehingga dapat meningkatkan ketertarikan calon konsumen.

Selain itu, pengembangan ciri khas produk menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Kerupuk Cucuk Kriuk yang belum memiliki ciri khas dapat dikembangkan melalui inovasi rasa maupun karakteristik produk dengan tetap memanfaatkan bahan baku lokal berupa tulang ikan nila. Pemanfaatan potensi pangan lokal tersebut dapat menjadi identitas produk sehingga Kerupuk Cucuk Kriuk memiliki pembeda dengan produk kerupuk lainnya. Meningkatnya minat konsumen terhadap produk pangan lokal dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk memperkenalkan produk dengan identitas yang lebih kuat.

Penggunaan peralatan produksi modern juga dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kegiatan produksi yang saat ini dilakukan dua minggu sekali dengan sistem stok. Peralatan yang sudah digunakan dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga serta mendukung peningkatan kapasitas produksi sesuai dengan permintaan konsumen. Dengan pengelolaan produksi dan stok yang lebih baik, ketersediaan produk dapat tetap terjaga dan risiko kekurangan stok ketika permintaan meningkat dapat dikurangi.

Peluang lainnya yang dapat dimanfaatkan adalah belum adanya pesaing langsung yang menghasilkan produk sejenis di sekitar wilayah usaha. Kondisi tersebut memberikan kesempatan bagi UMKM Rasa Katineung untuk lebih memperkenalkan Kerupuk Cucuk Kriuk kepada konsumen dan memperluas jaringan pemasaran melalui toko, warung, maupun *marketplace*. Kemasan yang sudah baik serta kepemilikan BPOM, surat edar, dan sertifikasi halal dapat menjadi pendukung dalam membangun kepercayaan konsumen. Strategi tersebut diharapkan dapat membantu UMKM Rasa Katineung mengatasi kelemahan internal sekaligus memanfaatkan peluang yang ada untuk mendukung keberlanjutan usaha.

4.4.7 Alternatif Strategi Pengembangan

Hasil Diagram SWOT, Kerupuk Cucuk Kriuk berada pada Kuadran II yang menunjukkan kondisi usaha memiliki kekuatan internal yang cukup kuat, namun masih menghadapi berbagai ancaman eksternal yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi pembenahan (ST), yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi berbagai ancaman yang ada.

Strategi yang dapat diterapkan antara lain memanfaatkan kualitas produk, kemasan yang sudah baik, serta kepemilikan BPOM, surat edar dan sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menghadapi perubahan selera konsumen. Selain itu, penggunaan

peralatan produksi modern dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan membantu mengatasi kenaikan biaya produksi. UMKM Rasa Katineung juga perlu melakukan inovasi secara bertahap agar produk mampu mengikuti perubahan tren makanan ringan dan tuntutan konsumen terhadap variasi produk.

Dengan penerapan strategi tersebut, Kerupuk Cucuk Kriuk diharapkan mampu mempertahankan keunggulan yang dimiliki, menghadapi berbagai ancaman pasar, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

4.5 Strategi yang Dapat Diterapkan untuk Mengembangkan Agribisnis Olahan Pangan Lokal “Kerupuk Cucuk Kriuk” Berbasis Potensi Desa yang Berkelanjutan Usaha

Berdasarkan hasil analisis Diagram SWOT, UMKM Rasa Katineung berada pada Kuadran II yang menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang cukup kuat, namun menghadapi ancaman eksternal yang perlu diantisipasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah strategi pembenahan (ST), yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki UMKM Rasa Katineung untuk menghadapi berbagai ancaman yang terdapat di lingkungan usaha.

Pemilihan strategi ST didasarkan pada beberapa kekuatan yang dimiliki UMKM Rasa Katineung, yaitu kualitas produk yang baik, ketersediaan bahan baku utama, penggunaan peralatan produksi modern, standar kebersihan dan higienitas, kemasan yang sudah baik, serta kepemilikan BPOM, surat edar, dan sertifikasi halal. Kekuatan tersebut dapat dimanfaatkan untuk menghadapi ancaman berupa perubahan selera konsumen terhadap makanan ringan, adanya produk makanan ringan substitusi, kenaikan harga bahan baku, kenaikan biaya produksi, perubahan tren makanan ringan, tuntutan konsumen terhadap inovasi produk, produk lain yang menawarkan harga lebih rendah, serta perubahan daya beli konsumen.

Berdasarkan hasil Matriks SWOT, terdapat beberapa strategi ST yang dapat diterapkan oleh UMKM Rasa Katineung, yaitu sebagai berikut:

1. Memanfaatkan kualitas produk, kemasan yang sudah baik, serta legalitas produk untuk menghadapi perubahan selera dan tren makanan ringan. Kualitas produk, kemasan, BPOM, surat edar, dan sertifikasi halal merupakan keunggulan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Keunggulan tersebut perlu dipertahankan secara konsisten serta didukung dengan inovasi produk agar Kerupuk Cucuk Kriuk tetap dapat mengikuti perubahan selera dan tren konsumen.

2. Mengoptimalkan penggunaan peralatan produksi modern untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku dan biaya produksi. Penggunaan peralatan modern dapat membantu

meningkatkan efisiensi proses produksi dan mengurangi penggunaan waktu serta tenaga kerja. Pengelolaan bahan baku dan sistem stok juga perlu dilakukan secara lebih terencana agar kenaikan biaya dapat dikendalikan tanpa mengurangi kualitas produk.

3. Mempertahankan kualitas dan harga produk untuk menghadapi produk substitusi, produk dengan harga lebih rendah, serta perubahan daya beli konsumen. Harga yang relatif terjangkau perlu dipertahankan dengan tetap menjaga kualitas produk. Dengan demikian, konsumen tetap memperoleh produk yang sesuai dengan harga yang dibayarkan dan Kerupuk Cucuk Kriuk dapat mempertahankan minat konsumen di tengah banyaknya pilihan makanan ringan.

Dengan penerapan strategi tersebut, UMKM Rasa Katineung diharapkan mampu memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal. Selain itu, strategi tersebut dapat membantu mempertahankan kualitas produk, meningkatkan daya saing, serta mendukung keberlanjutan usaha Kerupuk Cucuk Kriuk.

4.6 Pelaksanaan Kegiatan Agroindustri Kerupuk Tulang Ikan Nila

4.6.1 Penyediaan Sarana Produksi

Ketersediaan material produksi berupa limbah tulang ikan nila dipasok secara berkelanjutan melalui kerja sama dengan mitra sauyunan di wilayah sekitar. Kemitraan ini berfungsi untuk mengamankan pasokan, baik dari aspek jumlah maupun standar kualitasnya. Dengan demikian, rangkaian proses produksi kerupuk tulang ikan nila dapat berjalan dengan lancar, optimal, serta efisien.