

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAMBAL IKAN ROA PADA UKM RAJA BAWANG DI KOTA PALU

Business Development Strategy Of Roa Sample Business In Raja Bawang Ukm In Palu City

Yongky Pratama¹⁾, Lien Damayanti²⁾, Shintami R. Malik ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾ Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako

Jl. Soekarno-Hatta Km 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah. Telp. 0451-29738.

E-mail: yongkypratama16@gmail.com, lien_damaynti@ymail.com, shintami978@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the internal and external conditions and to find out what marketing strategies are appropriate for Raja Bawang UKM to do. This research was conducted on purpose (Purposive) . The data collected in this study used two types of data, namely, primary data and secondary data. The data analysis used is descriptive analysis and SWOT analysis. The results of the calculation of the rating value and the weight of the internal factors of the strategy for developing the roa fish sauce business in Raja Bawang UKM are obtained from the results of the reduction between the strengths and the weaknesses. $1.45 - 0.85 = 0.6$ which is the X axis in the SWOT diagram of 0.6. whereas in the calculation of external factors obtained from the reduction between opportunity factors (Opportunities) and threat factors (Treaths), namely $2 - 1 = 1$ which is used as the horizontal Y axis, then the Y axis on the SWOT diagram is 1.

Keywords: Development Strategy, Roa Fish Chile Sauce, SWOT.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan *internal* dan *eksternal* serta untuk mengetahui strategi pemasarannya apa yang tepat dilakukan oleh UKM Raja Bawang. penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu, data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis SWOT. Hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan usaha sambal ikan roa pada UKM Raja Bawang diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor kekuatan (*Strengths*) dan faktor kelemahan (*Weaknesses*) $2,05 - 1,45 = 0,6$ yaitu sumbu X dalam diagram SWOT sebesar 0,6. sedangkan pada hasil perhitungan faktor eksternal yang diperoleh dari pengurangan antara faktor peluang (*Opportunities*) dan faktor ancaman (*Treaths*) yaitu $2 - 1 = 1$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal Y, maka sumbu Y pada diagram SWOT adalah 1.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Sambal Ikan Roa, SWOT.

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sub sektor pertanian yang memegang peran penting dalam menyumbang angka pendapatan bagi negara maupun daerah karena sebagian besar wilayah negara Indonesia merupakan perairan sehingga sektor perikanan menjadi sub sektor yang layak untuk dikembangkan di negara ini. Perikanan merupakan bagian dari perkembangan ilmu pertanian sekarang ini dengan peran yang krusial yaitu memajukan pendapatan masyarakat secara nyata dan mengembangkan potensi setiap daerah yang dimiliki dengan mengandalkan sektor perikanan sebagai dasar dalam memajukan masyarakat (Nurlia, 2009).

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya (Ariani, 2017).

Peran Agroindustri merupakan penggerak utama perkembangan sektor pertanian, di masa yang akan datang posisi pertanian merupakan sektor andalan dalam pembangunan nasional sehingga peranan agroindustri akan semakin besar. Agroindustri dengan kata lain, dalam upaya mewujudkan sektor pertanian yang tangguh, maju dan efisien sehingga mampu menjadi *leading sektor* dalam pembangunan nasional, harus ditunjang melalui pengembangan agroindustri, menuju agroindustri yang tangguh, maju dan efisien (Udayana, 2011).

Agroindustri dapat digolongkan menjadi 4 (empat) yang meliputi agroindustri pengolahan hasil pertanian,

agroindustri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, agroindustri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida dan lain-lain), dan agroindustri jasa sektor pertanian (*supporting services*). Salah satu sistem agribisnis adalah pengolahan hasil-hasil pertanian. Pengolahan hasil pertanian tidak hanya terpaku pada hasil pangan hortikultura dan perkebunan, namun hasil-hasil pertanian lainnya adalah hasil perikanan dan peternakan (Suprpto, 2003).

Ikan roa merupakan jenis ikan yang paling banyak ditemukan di perairan Sulawesi utara sampai Maluku, ikan roa juga dikenal dengan nama ikan julung-julung. Ikan roa biasanya dijadikan bahan baku utama untuk pembuatan roa gepe, sambal roa, ikan teri, atau abon roa dan telah banyak produk turunan dari roa ini telah diekspor keluar negeri seperti Malaysia (Katili K, 2020).

Ikan julung-julung (roa) merupakan salah satu hasil laut yang ada di Provinsi Sulawesi Tengah. Wuaten dkk, (2011) menyatakan bahwa umumnya ikan julung-julung (*Hemirhampus sp.*) memiliki bentuk tubuh langsing, memanjang dan berduri banyak, sehingga dengan cara pengasapan ikan julung-julung memiliki hasil yang lebih diminati masyarakat dibandingkan dalam bentuk segar. ikan julung-julung adalah ikan pelagis yang hidup di perairan pantai ke arah lepas pantai dan hanya terlihat bergerombol di sekitar perairan karang ketika akan memijah karena ikan ini melepaskan telur di terumbu karang yang subur dan memiliki sumber makanan alami bagi induk maupun anakan ikan roa Sulawesi tengah secara geografis berada di bawah garis khatulistiwa, posisi ini memberi suatu keunggulan tersendiri berupa keanekaragaman kekayaan hasil laut atau perikanan. Terdapat potensi perikanan laut adalah Sulawesi Tengah.

Produksi perikanan di Kota Palu khususnya Produksi Perikanan Tangkap Ikan Julung-julung di Provinsi Sulawesi Tengah Tahun 2014-2018, menunjukkan

bahwa hasil tangkapan ikan julung-julung mengalami kenaikan selama 5 tahun terakhir. Hasil tangkapan tertinggi pada tahun 2018 sebesar 1.021,60 ton dan hasil tangkapan terendah pada tahun 2014 sebesar 472,3 ton. Hasil tangkapan ikan julung-julung yang meningkat dari tahun 2014 sampai 2018 terjadi karena semakin banyaknya permintaan pasar terutama dari industri pengolahan. Dalam pemanfaatan ikan julung-julung dapat di olah menjadi berbagai macam produk olahan seperti, ikan asap (bahan baku utama pembuatan sambal ikan roa) sambal ikan dan abon ikan.

Hasil perikanan laut yang diolah dengan proses modern maupun tradisional, pada hakikatnya menerapkan konsep efisiensi dan konservasi dalam penggunaan sumber daya alam hayati (Fathurohman, 2010). Ikan Roa adalah ikan laut jenis ikan terbang yang dapat ditemui di perairan laut Utara Pulau Sulawesi sampai dengan Kepulauan Maluku. Ikan Roa merupakan jenis ikan air laut yang telah melalui proses pematangan dengan cara di jemur ataupun dibakar). Ikan Roa yang dijual di pasaran, pada umumnya dikemas dengan cara tradisional, yaitu dijepit menggunakan kayu atau bambu, yang bagi masyarakat Manado dikenal dengan sebutan *digepe* (Mardjudo, 2019).

Di dalam memanfaatkan produk olahan yang berbahan dasar dari hasil perikanan untuk diolah menjadi sambal dan juga abon, salah satunya yaitu sambal ikan roa. Salah satu cara untuk mengawetkan produk yang dibuat dari ikan yaitu dengan cara di asap. Dengan cara diasap seperti ini bertujuan untuk mengurangi kadar air tetapi tidak menghilangkan nutrisi yang terkandung di dalamnya (Isamu, 2012).

Proses pengolahan produk Sambal Ikan Roa di UKM Raja Bawang memiliki delapan tenaga kerja termasuk pemilik UKM sendiri. Fasilitas teknologi dalam pembuatan sambal ikan roa dari segi peralatan mesin sudah *modern*, UKM Raja Bawang berharap pemerintah dapat memberi perhatian yang lebih agar usaha sambal ikan roa lebih meningkat.

Usaha kecil juga memerlukan suatu rencana strategis terutama dalam

pengembangan usahanya. Keberadaan usaha kecil merupakan konsekuensi logis upaya transformasi sosial, ekonomi, dan politik dari sistem Perekonomian yang mengandalkan pada sektor pertanian menuju pada basis ekonomi non pertanian (Adam, Syarifuddin M, dkk. 2016).

Persaingan dunia usaha saat ini semakin penuh tantangan, untuk dapat bertahan setiap perusahaan dituntut untuk kreatif dan kompetitif dalam memperebutkan konsumen dan pangsa pasar sambal ikan roa, setiap perusahaan harus bisa memberikan respon yang tepat terhadap lingkungannya, yang kemudian merumuskan strategi agar produknya dapat bersaing di pasar dan memenuhi

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penting dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui keadaan lingkungan internal dan eksternal serta strategi pengembangan apa yang cocok usaha Sambal Ikan Roa pada UKM Raja Bawang di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan Di UKM Raja Bawang, Pada Bulan Oktober Tahun 2020. Alasan memilih judul dan tempat dengan pertimbangan bahwa UKM Raja Bawang merupakan salah satu pengelolaan Sambal Ikan Roa dan ingin mengetahui bagaimana keadaan eksternal dan internal serta strategi pengembangan yang cocok untuk digunakan oleh UKM Raja Bawang tersebut.

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan melakukan wawancara secara langsung. Jumlah responden yang akan diwawancarai terdiri dari 5 orang yang dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal terdiri dari 1 orang pimpinan industri, 2 orang karyawan, sedangkan responden dari pihak eksternal terdiri dari 1 orang konsumen dan 1 orang dari dinas perindustrian dan perdagangan. hal ini didasarkan dengan pertimbangan bahwa responden memberikan informasi

sehubungan dengan penelitian yang dilaksanakan pada UKM Raja Bawang.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara langsung kepada responden yang (*questionnaire*) yang ada. Data sekunder yang diperoleh dari instansi terkait, literatur-literatur, dan sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai pendukung dalam penyusunan hasil penelitian.

Analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu digunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT yang mempertimbangkan faktor lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti, 2006).

Adapun untuk perhitungan rating, hasil wawancara yang digunakan yaitu hasil wawancara dari semua responden. Menurut Yantu dkk (2001 dan 2002), bila koefisien IFAS dan EFAS lebih besar dari nilai rating tertinggi dibagi dua, maka perusahaan akan mampu merespon perubahan lingkungan internal dan eksternal. Analisis Deskriptif hanya berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang diperoleh.

Penentuan bobot dan pemberian rating untuk faktor internal dan eksternal yang terdapat dalam tabel IFAS dan EFAS dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Susunlah faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan).
2. Penentuan peringkat atau rating pada kolom 4 (empat) dilakukan sama seperti pada pemberian bobot dengan nilai 1-4. Angka ini menggambarkan berapa besar faktor tersebut merespon atau mempengaruhi perusahaan. Rating untuk kekuatan yang sangat berpengaruh diberi nilai 4 dan yang sangat tidak berpengaruh diberi nilai 1. Untuk kelemahan pemberian rating sebaliknya

dimana jika sangat berpengaruh diberi nilai 1 dan yang sangat tidak berpengaruh diberi rating 4

3. Tentukan bobot dari setiap rating dengan menggunakan rumus :

$$Bi = \frac{Ri}{\sum Ri}$$

Keterangan :

Bi = Bobot faktor ke-i

Ri = Rating ke-i

$\sum Ri$ = Total Rating ke-i

4. Nilai bobot yang telah diperoleh kemudian dikalikan dengan rating yang telah ditentukan sebelumnya untuk mendapatkan skor nilai tertimbang.
5. Jumlah total diperoleh dengan menjumlahkan seluruh nilai bobot yang terdapat pada kolom 3 dan nilai skor pada kolom 4 (Rangkuti, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal. identifikasi faktor internal suatu perusahaan dapat dilakukan dengan pendekatan fungsional meliputi aspek keuangan, pemasaran, produksi/operasi, sumber daya manusia, sistem informasi manajemen umum dan organisasi serta penelitian dan pengembangan (David, 2004).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden, maka didapatkan beberapa indikator-indikator seperti dalam tabel 1 .

Tabel 2 menunjukkan bahwa faktor koefisien IFAS kekuatan (*Strenghts*) adalah sebesar 2,7 dan koefisien dari IFAS faktor kelemahan (*Weakness*) adalah sebesar 1,3. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kelemahan yang dimiliki oleh UKM Raja Bawang lebih kecil dari pada faktor kekuatan, dalam hal ini berarti usaha yang dimiliki industri dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengembangkan usaha kedepannya dan guna mengatasi kelemahan yang dimiliki.

Berdasarkan skoring faktor internal dan eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadrat Usaha Sambal Ikan Roa pada UKM Raja Bawang yang diformulasikan pada diagram SWOT pada gambar 1.

Tabel 3 menunjukkan bahwa faktor koefisien EFAS peluang (*opportunities*) adalah sebesar 2 dan koefisien faktor

ancaman (*Threats*) adalah 1. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang UKM Raja Bawang lebih besar dari pada faktor ancaman. Dalam hal ini UKM bisa memanfaatkan faktor-faktor peluang yang ada agar dapat terhindar dari ancaman-ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha.

Tabel 1. Hasil Indikator Faktor Internal dan Faktor Eksternal Produk Sambal Ikan Roa pada UKM Raha Bawang.

| Faktor Internal | Faktor Eksternal |
|--|---|
| <p>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha strategis 2. Produk tanpa bahan pengawet 3. Kemasan yang menarik konsumen 4. Teknologi yang modern | <p>Peluang (<i>Oppurtunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya jumlah konsumen 2. Meningkatkan volume produksi 3. Meningkatkan pemasaran produk melalui media online |
| <p>Kelemahan (<i>weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan bahan baku belum stabil 2. Manajemen yang belum jelas 3. Promosi produk belum optimal | <p>Ancaman (<i>Treaths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing produk sejenis 2. Harga bahan baku yang tidak stabil 3. Adanya produk substitusi |

Tabel 2. IFAS (*Internal Strategic Factors Analisis Summary*) UKM Raja Bawang.

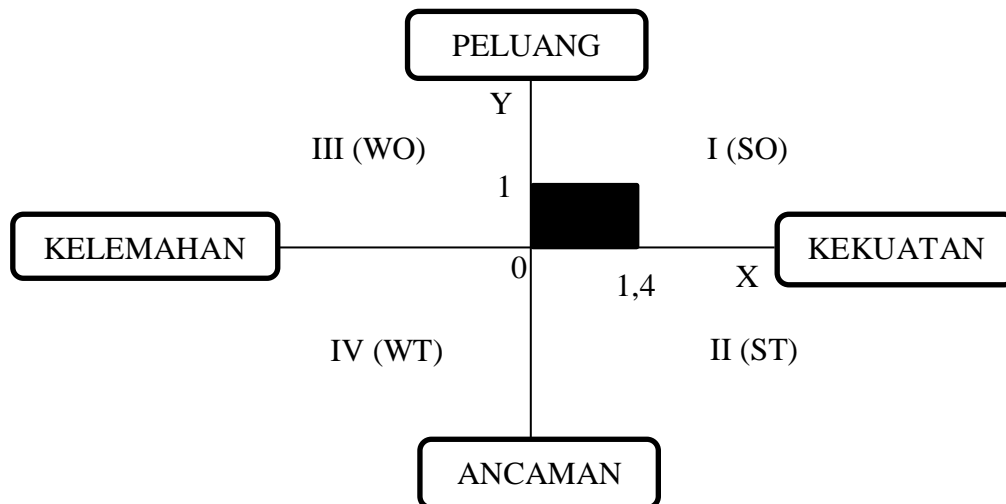
| Faktor-faktor Strategi Internal | Bobot | Rating | Bobotx Rating |
|--|-------|--------|---------------|
| a. Kekuatan (<i>Strenghts</i>) | | | |
| 1. Lokasi usaha strategis | 0,2 | 4 | 0,8 |
| 2. Produk tanpa bahan pengawet | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3. Kemasan yang menarik konsumen Teknologi yang modern | 0,2 | 4 | 0,8 |
| | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Sub Total | 0,7 | 15 | 2,7 |
| b. Kelemahan (<i>weakness</i>) | | | |
| 1. Penyediaan bahan baku belum stabil | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 2. Manajemen yang belum jelas | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3. Promosi produk belum optimal | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Sub Total | 0,4 | 9 | 1,3 |
| Total (a+b) | 1 | 24 | |

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2020.

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) UKM Raja Bawang.

| Faktor-Faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
|--|-------|--------|----------------|
| a. Peluang. | | | |
| 1. Meningkatnya jumlah konsumen | 0,2 | 3 | 0,6 |
| 2. Meningkatkan volume produksi | 0,2 | 3 | 0,6 |
| 3. Meningkatkan pemasaran melalui media online | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Sub Total | 0,6 | 10 | 2 |
| b. Ancaman | | | |
| 1. Adanya pesaing produk sejenis | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 2. Harga bahan baku yang tidak stabil | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 3. Adanya produk substitusi | 0,2 | 3 | 0,6 |
| Sub Total | 0,4 | 7 | 1 |
| Total (a+b) | 1 | 17 | |

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2020.



Gambar 1. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Sambal Ikan Roa Pada UKM Raja Bawang di Kota Palu.

Tabel 4. Diagram Matriks SWOT Pengembangan Usaha Sambal Ikan Roa Pada UKM Raja Bawang di Kota Palu.

| IFAS | Strengths (S) | Weaknesses (W) |
|------|---|--|
| EFAS | <ol style="list-style-type: none"> Lokasi usaha strategis Produk tanpa bahan pengawet Kemasan yang menarik konsumen <p>Teknologi yang modern</p> | <ol style="list-style-type: none"> Penyediaan bahan baku belum stabil Manajemen yang belum jelas Promosi produk belum optimal |

| <i>Opportunities (O)</i> | Strategi SO | Strategi WO |
|---|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jumlah konsumen 2. Meningkatkan volume produksi 3. Meningkatkan pemasaran produk melalui media online | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan produk yang menarik dan tanpa pengawet dengan memanfaatkan meningkatnya jumlah konsumen. (S1,S2,O1) 2. Menggunakan teknologi yang modern untuk meningkatkan volume produksi. (S3,O2) 3. Menggunakan lokasi yang strategis untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan memanfaatkan pemasaran melalui media online.(S4,O1,O3) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatasi efektifnya promosi produk dengan memanfaatkan pemasaran melalui media online. (W3, O3). |
| <p data-bbox="284 754 437 786"><i>Threats (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing produk sejenis 2. Harga bahan baku yang tidak stabil <p data-bbox="204 943 600 1205">Adanya produk substitusi EFAS, dapat ditetapkan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mendukung pengembangan usaha Sambal Ikan Roa pada UKM Raja Bawang di Kota Palu sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. mempertahankan produk yang menarik dan tanpa pengawet dengan memanfaatkan meningkatnya jumlah konsumen. Adapun kegiatan yang harus di lakukan antara lain : <ul style="list-style-type: none"> - melakukan inovasi kemasan yang menarik untuk menarik minat konsumen. - Menjaga kualitas produksi dengan tidak menggunakan bahan pengawet 2. menggunakan teknologi yang modern untuk meningkatkan volume produksi. <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pengecekan terhadap alat-alat produksi - Melakukan pengadaan | <p data-bbox="719 754 852 786">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan produk yang menarik tanpa bahan pengawet guna mengantisipasi adanya pesaing produk sejenis. (S1,S2,T1). 2. Menggunakan teknologi yang modern untuk melakukan produksi yang efisien guna mengatasi harga bahan baku yang tidak stabil. (S3,T2) | <p data-bbox="1155 754 1303 786">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatasi belum efektifnya promosi untuk menghindari adanya pesaing produk yang sejenis. (W3,T1) |

| | | |
|---|--|--|
| <p>alat-alat terbaru pada bagian produksi sehingga dapat meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengikuti perkembangan teknologi pembuatan sambal ikan roa melalui media online. <p>3. menggunakan lokasi yang strategis untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan memanfaatkan pemasaran melalui media online.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan berbagai pelayanan promosi online untuk produk sambal ikan roa. - Melakukan pembenahan tempat usaha agar konsumen merasa nyaman saat mengunjungi tempat usaha atau outlit tersebut. | | |
|---|--|--|

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2020

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan Usaha Sambal Ikan Roa pada UKM Raja Bawang berada pada kuadran I, dimana posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki kekuatan yang sangat berpeluang untuk berkembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. lingkungan UKM Raja Bawang di pengaruhi oleh faktor internal yang meliputi *Kekuatan* yaitu lokasi usaha strategis, produk tanpa pengawet, kemasan yang menarik konsumen,

teknologi yang modern. Memiliki *kelemahan* yaitu penyediaan bahan baku belum stabil, pembagian kerja belum jelas, dan belum efektifnya promosi produk. Faktor eksternal meliputi *Peluang* yaitu meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan volume produksi, meningkatkan pemasaran melalui media online dan *ancaman* yaitu adanya pesaing produk sejenis, harga bahan baku yang tidak stabil dan adanya produk substitusi.

2. Dalam pengembangan Usaha Sambal Ikan Roa pada UKM Raja Bawang adalah menerapkan strategi yaitu:
 - a) Mempertahankan produk yang menarik dan tanpa pengawet dengan memanfaatkan meningkatnya jumlah konsumen.

- b) Menggunakan teknologi yang modern untuk meningkatkan volume produksi.
- c) Menggunakan lokasi yang strategis untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan memanfaatkan pemasaran melalui media online.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas ada beberapa hal yang dapat disarankan yaitu:

1. Kepada UKM Raja Bawang agar memperluas jangkauan perolehan bahan baku.
2. Kepada UKM Raja Bawang agar memberikan promosi yang menarik guna mengatasi persaingan antar usaha.
3. UKM Raja Bawang dapat meningkatkan lagi kualitas produknya dan menambah inovasi baru agar konsumen tidak bosan untuk membeli produk pada UKM Raja Bawang sehingga meningkatkan promosi agar dapat meraih peluang pasar yang tinggi dan terbuka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Syarifuddin M, dkk. 2016. *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Ternate (Studi Dinas Koperasi dan UKM Kota Ternate)*. Jurnal Ilmu Sosial & Pengelolaan Sumber daya Pembangunan, edisi XXI (Maret-April), hal 129-142.
- Ariani. 2017. *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Tarakan*. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol. 13 No. 2 Hal 99-118
- Arifin, 2010. *Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia*. Penerbit Buku Kompas, Jakarta.
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategis*. PT. Indeks, Jakarta.
- Fathurrohman M. 2010. *Definisi konservasi lingkungan*. Muhfathurrohan. wordpress.com. Diakses 4 april 2021.
- Isamu, K.T., Hari P. dan Sudarminto S.Y. 2012. *Karakteristik Fisik, Kimia dan Organoleptik Ikan Cakalang (katsuwonus pelamis) Asap di Kendari*. Jurnal Teknologi Pertanian. 13 (2) : 105-110.
- Katili K. 2020. *Analisis Manajemen Rantai Pasok Ikan Roa Di Desa Kumu Kecamatan tombariri*. Jurnal EMBA. Vol. 8 No.3 Hal 261-270.
- Mardjudo, Ade Ayu 2019. *Nilai Tambah dan Saluran Pemasaran Ikan Julung-julung (Hemirhampus sp.) Asap di Desa Buajangka Kecamatan Bungku Selatan Kabupaten Morowali Provinsi Sulawesi Tengah*. Jurnal Pengolahan Pangan. Vol. 4. (2) 51-58. Desember 2019.
- Nurlia. 2009. *Peranan Sub Sektor Perikanan Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Dan Kesempatan Kerja Di Kabupaten Pinrang Periode 2005-2009*. Hasanuddin.
- Rabiatul. 2007. *Pengolahan dan Pengawetan Ikan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia, Jakarta.
- Sriyana, J. 2010. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul*. Jurnal Bisnis Keuangan dan Akuntansi. Simposium Nasional Hal 79-103.
- Suprpto. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga. Jakarta.
- Udayana, I Gusti Bagus. 2011. *Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian*. Edisi 44. Singhadwala: 3-8.
- Wuaten, Julius, dkk. 2011. *Kajian Perikanan Tangkap Ikan Julung-julung (Hyporhamphus affinis) di Perairan Kabupaten Kepulauan Sangihe (Study of Garfish Capture Fisheries in the Waters of Sangihe Islands District)*. Jurnal Perikanan dan Kelautan Tropis Vol. VII-2. :80-86.
- Yantu M.R, Eka Putra, Agus Prabowo, Freddy S. Ngiu, Abdul Haris PanaI, Bambang Suprianto dan Iwan Mustafa. 2001. *Studi Kelayakan Pengolahan Pembangunan Wilayah Terpadu dalam Perspektif Pertanian di Kawasan Pantura Kabupaten*

Gorontalo Provinsi Gorontalo. J.
Agroland Vol. 8 No. 3: 278-283.

September 2001. Fakultas Pertanian
Universitas Tadulako Palu.