

**STRATEGI PENGEMBANGAN KERIPIK IKAN TONGKOL
PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
KERIPIK IKAN BERKAH BUNDA KARTINI
DI KOTA LUWUK KABUPATEN BANGGAI**

**Strategy for Developing *Euthynnus Sp* Chips in Micro Small to Medium Enterprises
(Umkm) Mother Kartini Blessing Fish Chips
in Luwuk City Banggai District**

Risqa Ananda Putri Wongkar¹⁾, Abdul Muis²⁾, John Tomy²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako.

Email : risqaananda1302@gmail.com, abdulmuis.oke11@gmail.com, johntomy1962@gmail.com

ABSTRACT

Fish is a significant source of animal protein widely consumed by the community. Due to the perishable nature of fish, processing methods that can maintain the quality and nutrition of the fish are required. The aim of this research is to identify the internal factors (strengths - weaknesses) and external factors (opportunities - threats) to determine the appropriate strategy for the development of mackerel fish chips at the MSMEs Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini in Luwuk City, Banggai Regency. The respondent determination method in this research was purposive sampling, with a total of 6 respondents. Data analysis was conducted descriptively using a qualitative approach with SWOT analysis methods. The results showed that the appropriate strategy to be applied in the development of mackerel fish chips at MSMEs Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini in Luwuk City, Banggai Regency is the S-T strategy or Quadrant II (Product/Market Diversification Strategy), with internal factor scores for strengths was 2.14 and weaknesses was 1.09, and external factor scores for opportunities was 1.61 and threats was 1.86. In this condition, threats must be minimized by leveraging existing strengths. Alternative strategies that can be implemented include: (1) Maintaining product prices and quality to withstand price competition with similar products, (2) Strengthening the distinctive flavor of Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini's fish chips, (3) Continuously evaluating products to maintain their quality.

Keywords: Product, Development, SWOT.

ABSTRAK

Ikan menjadi salah satu sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat, sifat ikan yang mudah busuk (*Perishabel food*) diperlukan adanya pengolahan yang dapat mempertahankan mutu dan gizi yang ada dalam ikan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi faktor internal (kekuatan - kelemahan) dan faktor eksternal (peluang – ancaman) untuk menentukan Strategi yang tepat dalam Pengembangan produk Keripik Ikan Tongkol pada UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini di Kota Luwuk Kabupaten Banggai. Metode Penentuan responden dalam penelitian yaitu secara sengaja (*Purposive*) dengan responden sebanyak 6 orang dengan analisis data secara deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukan bahwa Strategi yang tepat untuk diterapkan dalam Pengembangan Produk Keripik Ikan Tongkol pada UMKM Keripik ikan Berkah Bunda kartini di Kota Luwuk Kabupaten Banggai yaitu strategi S-T atau Kuadran II (strategi *Diversifikasi* Produk/Pasar), dengan nilai Faktor internal kekuatan = 2,14 dan

kelemahan = 1,09 serta nilai Faktor Eksternal Peluang = 1,61 dan Ancaman = 1,86, dalam kondisi ini faktor ancaman harus dapat diminimalisir dengan memanfaatkan kekuatan yang ada. Alternatif strategi yang dapat di terapkan yaitu : (1). Mempertahankan Harga produk, serta kualitas dari produk yang dipasarkan sehingga bisa menghadapi persaingan harga dengan produk sejenis (2).Memperkuat citarasa khas khusus olahan keripik ikan berkah bunda kartini (3). Terus melakukan evaluasi produk untuk mempertahankan kualitas produk.

Kata kunci : Produk, Pengembangan, SWOT.

PENDAHULUAN

Subsektor perikanan sebagai salah satu pendukung sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi nasional, Dari sektor perikanan juga menyerap banyak tenaga kerja, mulai dari kegiatan penangkapan, budidaya, pengolahan, distribusi dan perdagangan. Oleh karena itu, pembangunan sektor perikanan tidak dapat diabaikan oleh pemerintah Indonesia (Triarso, 2013).

Strategi pengembangan merupakan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan dalam organisasi dengan tujuan pencapaian efektifitas dalam suatu tujuan organisasi, dengan pencapaian kerjasama yang baik antar individu dan organisasi. Dalam pengertian lain, strategi pengembangan diartikan sebagai penjabaran upaya-upaya yang perlu dilaksanakan untuk mencapai sasaran (Rangkuti, 2009)

Kota Luwuk khususnya mempunyai peluang yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai industri pengolahan keripik Ikan karena pemanfaatan terhadap ikan sebagai bahan baku olahan makanan berupa keripik masih sangat minim sehingga industri Kripik Ikan memiliki peluang untuk dikembangkan di Kota Luwuk Kabupaten Banggai (Dinas Koperasi, UMKM Kota Luwuk, 2023)

Produk perikanan ialah setiap bentuk produk pangan berupa ikan utuh atau produk yang mengandung bagian ikan, termasuk didalamnya produk yang sudah diolah dengan cara apapun yang berbahan baku utama ikan. Indonesia memiliki potensi dalam berperan strategis sebagai negara penghasil produk perikanan dan sekaligus menjadi pasar produk olahan perikanan (Kirana dkk, 2017).

Keripik ikan merupakan olahan makanan kering yang dibuat dari Keripik Keripik ikan merupakan olahan makanan kering yang dibuat dari Keripik ikan merupakan

olahan makanan kering yang dibuat dari tepung dengan menambahkan daging ikan dan bahan tambahan seperti gula, putih telur, garam dan bawang putih yang kemudian di goreng menggunakan minyak nabati. Keripik dengan campuran tepung dan ikan mempunyai mutu yang lebih baik dari pada Keripik tanpa campuran ikan (Laiya dkk, 2014).

Ikan tongkol mudah di temui pada perairan Indonesia karena penyebarannya yang banyak dan luas, dan juga mempunyai harga jual yang relative murah (Andriyani dan Syahputra, 2021). Ikan tongkol merupakan jenis ikan yang marak dijual di pasar dan memiliki harga yang relatif murah. Selain harga jual yang relative murah dibanding dengan jenis ikan lainnya, Pemanfaatan ikan tongkol sebagai bahan baku utama dalam pengolahan keripik ikan Diharapkan dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga nelayan-nelayan kecil (Intyas, 2020).

Ikan tongkol memiliki banyak keunggulan diantaranya kandungan proteinnya tinggi dan harganya terjangkau serta mudah ditemukan dipasaran. Ikan tongkol memiliki kandungan gizi yang sangat tinggi, rasanya lezat, dagingnya padat dan lembut, disamping itu harganya yang relatif lebih murah (Abdullah dkk, 2022). Terdapat beberapa UMKM yang memproduksi olahan keripik ikan yang berada di Kota Luwuk terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat bebagai UMKM yang menggunakan Bahan Baku Ikan Tongkol sebagai bahan utama untuk membuat suatu produk. UMKM merupakan usaha yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan mensejahterakan individu maupun kelompok dengan cara membuat suatu inovasi yang berkaitan dengan meningkatkan nilai tambah

suatu produk UMKM Bunda Kartini merupakan salah satu usaha dagang yang menangkap peluang usaha pengolahan Ikan Tongkol menjadi Keripik Ikan. UMKM Bunda Kartini ini berdiri sejak Tahun 2001 dibawah pimpinan Ibu Kartini, yang beralamat di BTN Pepabri, Blok R No 7 Kelurahan Kilongan, Kecamatan Luwuk Utara, Kota Luwuk Kabupaten Banggai. Berikut ini data produksi Keripik Ikan di UMKM Bunda Kartini, di Tahun 2023 terlihat pada Tabel 2.

Berdasarkan data produksi keripik ikan dari tahun 2018-2022 menunjukkan adanya fluktuasi dalam kegiatan produksinya, hal tersebut di sebabkan karena kegiatan produksi yang menurun/rendah dikarenakan produksi hanya dilakukan pada saat adanya pesanan saja, selain itu faktor menurunnya kegiatan produksi juga disebabkan karena

adanya pesaing baru dengan produk sejenis, serta kualitas kemasan yang masih rendah yang berdampak pada menurunnya minat beli konsumen. Oleh karena itu UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini harus mampu mengambil strategi yang tepat agar bisa bertahan dalam persaingan sesuai dengan Tujuan keseluruhan aktifitas suatu usaha adalah untuk memperoleh pendapatan yang tinggi dan mampu bersaing dengan pihak-pihak yang lain. Permasalahan-permasalahan tersebut merupakan ancaman bagi UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini, maka perlu di lakukan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ikan Tongkol pada UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini Di Kota Luwuk Kabupaten Banggai.

Tabel 1. Olahan Keripik Ikan Tongkol di Berbagai UMKM di Kota Luwuk Tahun 2023.

No	Nama Industri	Nama pemilik	Alamat	Jenis Produk
1	Mom's Najwa	Rahmawati	BTN Pepabri Blok. S No.4	Keripik Ikan Tongkol
2	Kripik Ikan Muna	Munaria	Jln.Trans Sulawesi, Desa Bunga	Keripik Ikan Tongkol Original & Pedas
3	Bunda Kartini	Kartini Hamzah	BTN Pepabri Blok. R No.7	Keripik Ikan Tongkol

Sumber: Dinas Koperasi Dan UKM Kabupaten Banggai 2023.

Tabel 2. Produksi Keripik Ikan Tongkol UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini di Kota Luwuk Tahun 2018-2022.

No	Tahun	Jumlah Produksi (Kemasan)
1	2018	15.000
2	2019	15.000
3	2020	12.000
4	2021	13.000
5	2022	13.000
Rata-rata		68.000

Sumber: Data UMKM Bunda Kartini 2023.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di UMKM Kripik Ikan Berkah Bunda Kartini di BTN Pepabri Blok R No. 7 Kelurahan Kilongan Kecamatan Luwuk Utara Kabupaten Banggai. Pemilihan lokasi penelitian serta penentuan responden ditetapkan secara sengaja (*Purposive Sampling*), yang berjumlah sebanyak 6 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli, Dalam hal ini, proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian serta data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi terkait seperti literatur-literatur, perpustakaan.

Analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) mempertimbangkan faktor lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu organisasi (faktor internal) sedangkan mengenai peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan (eksternal) yang dihadapi oleh organisasi suatu perusahaan (Rahmi dkk, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kripik Ikan Berkah Bunda Kartini merupakan salah satu UMKM yang memanfaatkan Ikan Tongkol sebagai bahan baku dalam membuat produk kripik ikan. Kripik Ikan Bunda Kartini Berdiri sejak tahun 2001 di bawah pimpinan Ibu Kartini Hamzah sampai dengan saat ini, yang beralamatkan di BTN Pepabri Blok R No. 7 Kelurahan Kilongan Kecamatan Luwuk Utara Kabupaten Banggai.

Berjalannya waktu, Kripik Ikan Berkah Bunda Kartini mengalami perkembangan, dimana awal pemasarannya yang hanya mencakup area tempat tinggal kini sudah merambah ke toko oleh-oleh maupun toko

swalayan di kota Luwuk, selain itu Pemanfaatan ikan sebagai bahan baku olahan kripik ikan berkah menambah keuntungan bagi UMKM Kripik Ikan Berkah Bunda Kartini.

Struktur Organisasi UMKM Kripik Ikan Berkah Bunda Kartini

Struktur organisasi dalam UMKM ini menerapkan konsep organisasi lini dimana pelimpahan wewenang langsung secara vertikal dan sepenuhnya dari kepemimpinan terhadap bawahannya, artinya dalam pengambilan keputusan antara pimpinan dengan bawahannya akan lebih cepat dan mudah (Haliza, 2022).

Proses Produksi Kripik Ikan

Proses pembuatan kripik ikan tongkol terdiri dari beberapa tahap yaitu pembersihan ikan, penggilingan ikan dan bumbu, pembuatan adonan kripik, pencampuran adonan kripik, pemanasan kripik, pengorengan kripik dan pengemasan kripik (Rahayunita, 2022). kripik yang sudah dingin akan di kemas pada kemasan plastik ukuran sedang yang berisikan 11 keping kripik, dengan harga perkemasan yaitu Rp.13.000.

ANALISIS SWOT

Analisis kualitatif faktor Internal. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden Perumusan strategi pengembangan UMKM Kripik Berkah Bunda Kartini dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) maka diperoleh beberapa indikator faktor internal dan eksternal yang menggambarkan kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang mempengaruhi Strategi Pengembangan Kripik Ikan Tongkol Pada UMKM kripik Ikan Berkah Bunda Kartini. Hasil identifikasi faktor internal telah dianalisis dan terdiri atas kekuatan dan kelemahan kemudian dimasukkan ke dalam Tabel IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) Terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini.

Kekuatan	Peluang
a. Memiliki cita rasa yang khas b. Kualitas produk baik c. Harga produk murah d. Memiliki pengalaman usaha	a. Media promosi tersedia b. Bahan baku produk murah c. Dukungan dari pemerintah d. Jaringan distribusi luas
Kelemahan	Ancaman
a. Kualitas kemasan b. Alat produksi masih sederhana c. Produksi masih rendah e. Lokasi usaha tidak strategis	a. Munculnya produk sejenis b. Daya beli masyarakat menurun c. Selera konsumen berubah

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Tabel 4. Hasil Penentuan Bobot X Rating Faktor Internal Keripik Ikan Tongkol di UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan (Strengths)			
S.1 Memiliki cita rasa yang khas	0,13	3	0,40
S.2 Kualitas produk baik	0,14	4	0,57
S.3 Harga produk murah	0,14	4	0,57
S.4 Memiliki pengalaman usaha	0,15	4	0,61
Sub Total	0,57	15	2,14
Kelemahan (Weakness)			
W.1 Kualitas Kemasan	0,11	3	0,34
W.2 Alat produksi masih sederhana	0,11	2	0,21
W.3 Produksi masih rendah	0,12	3	0,35
W.4 Lokasi usaha tidak strategis	0,10	2	0,19
Sub Total	0,43	10	1,09
Total	1,0	25	3,23

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024.

Setelah faktor-faktor strategi internal pada UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*). Pembobotan bertujuan untuk mengkuantifikasikan faktor internal dengan skala 1 -5 dari sangat tidak penting hingga sangat penting sekali (Rangkuti, 2016). Berdasarkan hasil perhitungan Nilai Bobot x Rating setiap faktor internal yang ada, maka diperoleh nilai Score pembobotan untuk masing-masing faktor internal terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor internal sebesar 3,23 dengan koefisien kekuatan (*Strengths*) 2,14 dan koefisien kelemahan (*Weaknesses*) 1,09.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini lebih tinggi dari faktor kelemahan, dengan itu UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini harus mampu memanfaatkan kekuatan usahanya untuk mengatasi kelemahan dalam pengembangan usaha kedepannya. dimana usaha ini harus mengerahkan dan mengarahkan seluruh sumber daya organisasi secara efektif dengan tindakan berpola untuk mewujudkan visi organisasi (Anggraeni, 2017).

Setelah faktor-faktor strategi internal teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*). Berdasarkan hasil perhitungan Bobot x Rating maka diperoleh Nilai Score faktor eksternal. Pembobotan Terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Penentuan Bobot X Rating Faktor Eksternal Keripik Ikan Tongkol di UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini.

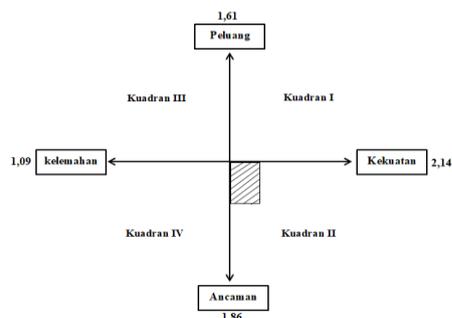
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
O.1 Media promosi tersedia	0,14	4	0,56
O.2 Bahan baku produk murah	0,13	3	0,39
O.3 Dukungan dari pemerintah	0,13	2	0,26
O.4 Hubungan baik dengan konsumen	0,13	3	0,40
Sub Total	0,53	12	1,61
Ancaman (<i>Threats</i>)			
T.1 Munculnya produk sejenis	0,16	4	0,65
T.2 Persaingan harga	0,15	4	0,61
T.3 Selera konsumen berubah	0,15	4	0,60
Sub Total	0,47	12	1,86
Total	1,0	24	3,47

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

Tabel 5 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor eksternal yaitu sebesar 3,47 dengan koefisien Peluang (*Opportunity*) sebesar 1,62 dan koefisien Ancaman (*Threats*) sebesar 1,86. Hal ini menunjukkan faktor peluang UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini lebih kecil dari pada faktor ancaman. Dengan itu, Usaha keripik ikan tongkol harus mampu meminimalkan ancaman dari luar dengan memanfaatkan peluang usaha yang ada dengan baik (Anggraeni, 2017).

Starategi

Berdasarkan tabel faktor internal dan eksternal dapat diketahui bahwa pada jumlah bobot nilai untuk faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan, serta pada faktor eksternal jumlah bobot nilai untuk faktor ancaman lebih besar dari pada faktor peluang. Untuk lebih jelasnya terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Posisi Kuadran Matriks SWOT UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa posisi usaha untuk strategi pengembangan Keripik ikan berkah bunda kartini berada pada kuadran II, diaman faktor kekuatan harus menjadi faktor dalam langkah strategi pengembangan usaha keripik Ikan Tongkol serta faktor ancaman harus dapat diminimalisir agar keberlangsungan usaha ini bisa terjaga. Pada posisi ini UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini harus mampu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *Diversifikasi* produk/pasar (Rangkuti, 2009).

Penentuan Alternatif Strategi yang digunakan untuk Pengembangan Keripik Ikan Tongkol Pada UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini

Hasil Analisis Diagram Matriks SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha terletak pada strategi S-T yaitu strategi kekuatan-ancaman, menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal Berikut adalah beberapa alternatif strategi yang dapat dijadikan sebagai suatu program pengembangan usaha, diantaranya:

1. Mempertahankan harga produk, serta kualitas dari produk yang dipasarkan sehingga bisa menghadapi persaingan harga dengan produk sejenis. Harga produk keripik ikan berkah bunda kartini yang murah dapat menjadi pilihan disaat daya beli masyarakat menurun karena lonjakan harga produk keripik ikan serta terus mempertahankan kualitas yang baik merupakan suatu alasan konsumen bertahan pada keripik ikan ini walaupun banyak bermunculan olahan keripik sejenis dari pihak pesaing.
2. Memperkuat citarasa khas khusus olahan keripik ikan berkah bunda kartini agar berbeda dengan olahan keripik pesaing untuk bisa menghadapi kemungkinan perubahan selera dari konsumen. Cita rasa khas yang perlu di perkuat dalam pengembangan usaha keripik ikan ini yaitu mengolah bahan baku ikan menjadi sebuah olahan keripik yang mampu meminimalisir aroma amis dari ikan namun tidak menghilangkan rasa atau peran ikan sebagai bahan baku utama. Perlu lebih memperhatikan dalam Pemilihan bahan baku *Fresh* akan berpengaruh pula pada rasa dan aroma keripik ikan yang dihasilkan.
3. Terus melakukan evaluasi produk untuk mempertahankan kualitas produk yang sudah ada berdasarkan pengalaman dalam berusaha agar dapat bersaing dengan produk sejenis. Evaluasi produk dalam hal ini yaitu, membuat inovasi terhadap kemasan sehingga dapat menarik minat konsumen dalam membeli, inovasi kemasan yang sesuai trend pasar saat ini berupa *standing pouch* dengan desain yang menarik, penggunaan *standing pouch* selain menjaga kualitas keripik, konsumen akan lebih mudah menyimpan kripik tanpa khawatir mengalami kerusakan pada keripik tersebut. Evaluasi selanjutnya dalam hal promosi, yang mana promosi yang lebih luas akan memudahkan produk tersebut lebih banyak dikenali dan dijangkau masyarakat banyak, media promosi pada saat ini sudah sangat banyak seperti *facebook*, *Tiktok* dan lainnya yang pada umumnya

digunakan masyarakat dalam berbelanja secara *online*. Evaluasi yang perlu dilakukan selanjutnya yaitu memahami keinginan konsumen dengan cara menerima saran maupun pendapat yang membangun kepada pihak UMKM dalam mewujudkan produk keripik yang mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini didapatkan kesimpulan yaitu Posisi usaha untuk strategi pengembangan Keripik ikan berkah bunda kartini berada pada kuadran II, dimana pada posisi ini UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini harus mampu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Diversifikasi Produk/pasar dapat berupa inovasi terhadap produk untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian serta menambah jaringan distribusi produk yang dapat memperluas pangsa pasar agar produk keripik ikan tongkol lebih mudah dikenal masyarakat luas.

Saran

Berdasarkan kesimpulan maka, saran yang dapat dikemukakan yaitu:

1. Kepada Pemilik Usaha Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini sebaiknya menggunakan strategi S-T dimana strategi ini diarahkan untuk menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari ancaman.
2. UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini harus lebih memanfaatkan pengalaman berusahanya dalam melakukan Evaluasi usahanya, bertahan pada harga produk yang murah untuk memenangkan persaingan pasar.
3. UMKM Keripik Ikan Berkah Bunda Kartini harus lebih memaksimalkan promosi produknya, untuk lebih di kenal oleh banyak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Sukmawati, Nur Isiyana Wianti, Muslim Tadjuddah, Dan Tjandra Buana. 2022. „Peningkatan Ketahanan Pangan Masyarakat Nelayan Melalui Olahan Ikan Tongkol Di Desa Saponda Laut Kecamatan Soropia Kabupaten Konawe Sulawesi Tenggara“. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(1) : 127-138).
- Andriyani, Dan Syahputra, 2021. „Pengaruh Ekspor Ikan Tongkol/Tuna Indonesia Ke Jepang Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Dengan Model Dinamis Regression“. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 4 (1): 15-22.
- Anggraeni, P, 2017. „Analisis SWOT Pada Umkm Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan“. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43 (1) 104-107.
- Dinas Koperasi, UMKM Kota Luwuk 2023. *Daftar UMKM 2023, Luwuk, Kabupaten Banggai*.
- Haliza, S.A, 2022, „Penerapan Manajemen Perencanaan Dan Struktur Organisasi Dalam Ukm Keciput“. *Prodi Akuntansi Unusida, Sidoarjo*.
- Intyas, M. P. 2020. Analisis Perkembangan Bauran Pemasaran Pengawetan Tongkol (*Eutynnnes affinis*) terhadap Kepuasan Pelanggan di Malang, Jawa Timur, Indonesia Analisis Perkembangan Bauran Pemasaran Pengawetan Ikan Tuna Mackarel (*Eutynnnes Affinis*) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Malang. 53 (9), 89-99
- Kirana A, Shanti, Mohamad Syamsul Maarif, dan Sapta Raharja. 2017. „Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah Berbasis Olahan Ikan Di Indonesia : Suatu Tinjauan“. 3 (1) : 1-15.
- Laiya, Nofliyanto, Rita Marsuci Harmain, dan Nikmawatisusanti Yusuf. 2014. „Formulasi Kerupuk Ikan Gabus yang Disubstitusi dengan Tepung Sagu“. *urnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*. 2 (2) : 81-86.
- Rahayunita, A. 2022. “Analisis Sifat Fisiko Kimia Kerupuk Ikan Tongkol (*Euthynnus affinis*) Dengan Perbedaan Suhu Dan Lama Waktu Pengukusan” *Doctoral Dissertation, UPT Perpustakaan, Universitas Teuku Umar, Aceh*.
- Rahmi, Sholatia Dalimunthe, dan Dewi Susita. 2021. „Analisis SWOT sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Timur“. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*. 3 (2) : 87-95.
- Rangkuti, Fredy, 2009, *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy, 2016, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Edisi Duapuluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Triarso, 2013. „Potensi Dan Peluang Pengembangan Usaha Perikanan Tangkap Di Pantura Jawa Tengah“. *Jurnal Manajemen Sistem Industri* 8(2) : 6-17.