

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

- a. Profil *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan Produksi Mama Fatimah

Home industry kerupuk iwak Produksi Mama Fatimah ini merupakan industri kecil yang terletak di Jl. Masjid Ihyauddin, desa Benua Raya RT.09 RW. 04, Kec. Bati-Bati, Kab. Tanah Laut, Kalimantan Selatan. Di dirikan pada tahun 2006 oleh Ibu Rusmaninah dengan modal awal yang terbilang sangat kecil. *Home industry* ini bergerak dibidang pangan yang memiliki tujuan untuk memproduksi dan memasarkan produk agar dapat meningkatkan perekonomian keluarga.

Pada awalnya, *home industry* kerupuk ikan haruan ini bermula dari sebuah keinginan sederhana yang timbul dari pemikiran Ibu Rusmaninah untuk memiliki usaha sendiri yang dapat meningkatkan perekonomian keluarganya. Sebelum mendirikan usaha ini, Ibu Rusmaninah banyak menghabiskan waktunya sebagai seorang buruh atau pekerja harian di salah satu *home industry* milik orang lain. Dari sanalah ia belajar membuat kerupuk dan berkeinginan untuk mandiri secara ekonomi. Sehingga dengan bekal pengalaman dan tekad untuk dapat meningkatkan

perekonomian keluarganya, maka pada tahun 2006 Ibu Rusmaninah memberanikan diri untuk membangun usaha kerupuk ikan haruannya sendiri, yang dikenal luas oleh masyarakat sebagai “Kerupuk Iwak Produksi Mama Fatimah”.

Home industry kerupuk ikan haruan ini memiliki struktur organisasi yang sangat sederhana dan sentralistik atau hanya berpegang pada satu orang saja, di mana Ibu Rusmaninah adalah pengelola sekaligus pelaku utama dalam seluruh operasional produksi. Beliau bertanggung jawab penuh mulai dari proses pembersihan dan pemisahan daging ikan dari tulang, penggilingan, hingga seluruh tahapan produksi sampai kerupuk siap dipasarkan. Meskipun demikian, dalam kondisi tertentu atau saat dibutuhkan, anak-anak dan saudara beliau turut memberikan bantuan. Lokasi *home industry* ini berada di desa Benua Raya yang daerah sekitarnya merupakan rawa-rawa dan danau air tawar, namun dengan karakteristik lingkungan yang tidak memiliki sumber bahan baku budidaya ikan haruan secara langsung. Pasokan ikan haruan diperoleh dari para pemancing yang mengantar hasil tangkapan mereka langsung ke tempat produksi, menunjukkan ketergantungan pada ketersediaan ikan segar dari alam, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Rusmaninah “*Untuk bahan baku seperti ikan haruan itu biasanya akan saya peroleh langsung dari orang*

lokal atau orang daerah ini yang menjual kepada saya hasil pancingannya”.

Adapun jenis produk yang dihasilkan oleh *home industry* ini secara eksklusif adalah kerupuk ikan haruan, tanpa ada varian produk lain atau turunan dari ikan haruan. Kapasitas produksi pun bersifat fluktuatif dan tidak memiliki jumlah pasti per hari, minggu, atau bulan, karena sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku. Ibu Rusmaninah menjelaskan *“Saya tidak membuat varian produk lain selain dari kerupuk ikan haruan ini, namun hanya ukuran produknya saja yang terdapat 3 macam ukuran yaitu besar, sedang dan kecil atau yang biasa saya sebut putting. Untuk jumlah produksi pun tidak ada angka pastinya, tapi ketika produksi saya bisa menghabiskan 5 sampai 20 kg dalam sekali produksi”.* Produksi hanya dilaksanakan apabila tersedia pasokan ikan haruan yang biasanya diperoleh dari para pemancing. Namun, dalam satu kali proses produksi, Ibu Rusmaninah mampu mengolah minimal 5-7 kg ikan dan maksimal sekitar 20 kg ikan haruan menjadi kerupuk.

b. Profil Produk Kerupuk Ikan Haruan Produksi Mama Fatimah

Produk kerupuk ikan yang dihasilkan oleh *home industry* Produksi Mama Fatimah termasuk dalam kategori kerupuk kasar, yakni kerupuk yang mengandung tambahan bahan protein, dalam hal ini menggunakan ikan haruan (gabus) sebagai bahan utama.

Jenis kerupuk ini berbeda dari kerupuk halus yang hanya berbahan dasar pati dan bumbu, karena kerupuk ikan mengandung daging ikan yang memberikan cita rasa khas serta nilai gizi lebih tinggi.

Komposisi bahan baku dalam pembuatan kerupuk ikan haruan ini terdiri dari daging ikan haruan segar, tepung tapioka, air, garam, dan micin. Daging ikan gabus dipilih karena memiliki kandungan protein yang tinggi, yakni sekitar 25,2% dengan kandungan albumin sebesar 6,22% (Fauzi, 2022). Albumin ini berperan penting dalam membantu proses penyembuhan luka dan meningkatkan daya tahan tubuh, sehingga menambah nilai fungsional dari produk kerupuk yang dihasilkan.

Proses produksi kerupuk ikan ini dilakukan secara tradisional namun cukup sistematis. Setelah bahan-bahan dicampur dan diaduk hingga kalis, adonan dibentuk menjadi gelondong silinder dan dimasukkan ke dalam panci untuk direbus selama ± 45 menit. Setelah matang, gelondongan disimpan di suhu ruang selama satu malam, kemudian diiris tipis 2–4 mm, dijemur selama dua hari, lalu digoreng menggunakan metode *deep fat frying* pada suhu $\pm 100^{\circ}\text{C}$ selama ± 10 detik. Teknik ini menghasilkan kerupuk dengan tekstur renyah dan warna putih hingga coklat keemasan.

Dari sisi kualitas produk, kerupuk ikan haruan produksi Produksi Mama Fatimah dikenal karena menggunakan bahan ikan segar dan tanpa bahan pengawet maupun pewarna buatan, sesuai

dengan tren konsumsi makanan sehat yang semakin berkembang di masyarakat. Penggunaan bahan alami dan proses pengeringan alami di bawah sinar matahari juga membantu mempertahankan mutu dan rasa ikan asli dalam produk.

Kemasan produk masih sederhana namun telah mengalami beberapa inovasi untuk meningkatkan daya tarik visual dan daya simpan. Menurut informan, upaya ke depan akan difokuskan pada pengembangan kemasan yang lebih menarik tetapi sesuai standar pemasaran modern, terutama untuk memperluas jangkauan pasar ke daerah luar. Sementara itu, dari sisi harga jual, produk kerupuk ikan haruan ini dipasarkan dengan harga yang disesuaikan berdasarkan ukuran dan kualitas produk. Untuk ukuran besar, harga jual mencapai Rp100.000 per kilogram, sedangkan untuk ukuran sedang dan kecil atau yang biasa disebut puting sisa-sisa potongan dijual seharga Rp80.000 per kilogram. Harga ini mencerminkan kualitas bahan baku utama berupa ikan gabus segar yang bernilai tinggi, serta proses produksi yang masih dilakukan secara manual dan alami, tanpa bahan pengawet maupun pewarna buatan.

2. Penyajian dan Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara kepada seorang informan yang bernama Ibu Rusmaninah, umur 56 tahun yang merupakan salah satu pemilik *home industry* kerupuk Ikan Haruan yang

ada di Desa Benua Raya, Kecamatan Bati-Bati, maka dapat diuraikan data sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strenghts*) *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan
Produksi Produksi Mama Fatimah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rusmaninah, diketahui bahwa produk ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan produk sejenis yang beredar di pasaran. Keunggulan utama terletak pada cita rasa ikan haruan yang lebih kuat dan dominan. Hal ini disebabkan oleh perbandingan bahan baku yang digunakan dalam proses produksinya, di mana jumlah daging ikan lebih dominan dibandingkan dengan tepung tapioka yang digunakan, hal tersebut disampaikan langsung oleh Ibu Rusmaninah selaku pemilik usaha kerupuk ikan haruan.

Beliau mengatakan:

“Untuk produk ini saya merasa, rasa dari ikan haruannya lebih terasa karena dalam proses produksinya saya memakai perbandingan antara daging ikan dan tepungnya itu bukan 1:1, tapi setiap 10 kg daging ikan saya hanya menggunakan 7 kg tepung tapioka saja yang akan dipakai.”

Perbandingan ini dianggap tidak umum bagi sebagian pelaku usaha kerupuk ikan gabus. Sehingga membuat Ibu Rusmaninah merasa hal tersebut dapat menjadi sebuah keunggulan utama bagi usaha kerupuk ikan miliknya, karena dengan

perbandingan tersebut dapat menghasilkan rasa yang lebih alami dan gurih.

Selain dari aspek rasa, produk ini juga memiliki nilai tambah yang signifikan dari sisi keamanan konsumsi. Informan menyampaikan bahwa produk kerupuk ini sepenuhnya tidak menggunakan bahan pengawet sama sekali, hal tersebut dapat menjadi sebuah klaim yang sangat penting di era modern ini.

“Produk ini tidak menggunakan bahan pengawet, bahan-bahan yang digunakan hanya terdiri dari daging ikan haruan segar, tepung tapioka, sedikit air, garam, dan micin sebagai penyedap rasa. Jadi sudah pasti lebih aman dan sehat untuk dikonsumsi sehari-hari.”

Hal ini menjadi poin pertimbangan utama bagi sebagian konsumen yang kini semakin peduli terhadap dampak jangka panjang dari bahan tambahan pangan pada kesehatan mereka. Dengan tidak adanya bahan pengawet, produk ini tidak hanya memenuhi standar keamanan pangan, tetapi juga selaras dengan tuntutan pasar akan produk-produk yang lebih alami dan minim proses.

Dalam menjaga mutu produk, kualitas bahan baku juga menjadi perhatian utama. Informan menyatakan pentingnya menggunakan daging ikan yang segar karena akan sangat memengaruhi cita rasa dan kualitas kerupuk. Ia menjelaskan,

“Saya biasanya akan menggunakan daging ikan yang segar, karena ketika ada penjual ikan yang datang kerumah maka saya akan langsung mengolahnya. Itu sangat penting, karena kalau ikan yang dipakai untuk produksi sudah tidak segar akan berpengaruh pada cita rasa kerupuk nantinya.”

Tidak hanya daging ikan, kualitas tepung tapioka juga diperhatikan secara serius. Ibu Rusmaninah menambahkan,

“Saya menggunakan tepung tapioka yang kualitasnya bagus, yang memiliki warna putih bersih dan teksturnya halus, ini supaya adonan kerupuknya kalis dan hasilnya renyah.”

Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan bahan baku yang tepat menjadi kunci dalam mempertahankan kualitas produk.

Keunggulan lain dari usaha ini adalah pemanfaatan sumber daya lokal yang melimpah. Ikan haruan sebagai bahan baku utama dapat dengan mudah diperoleh dari sungai dan rawa di Kalimantan Selatan. Informan menjelaskan,

“Di Kalimantan Selatan ini kan banyak sungai dan rawa, terutama desa ini. Jadi ikan haruan ini cukup melimpah disini. Saya tidak perlu pusing mencari pasokan ikan dari luar daerah karena biasanya diantar langsung oleh para pemancing lokal ke rumah produksi, Jadi menjamin

kesegaran ikan sekaligus mengurangi biaya, karena kalau mencari sendiri pasti lebih banyak biaya yang diperlukan.”

Tidak hanya dari bahan baku saja, proses produksi juga didukung oleh kondisi alam setempat, terutama dalam proses penjemuran kerupuk. Kalimantan Selatan yang memiliki intensitas sinar matahari tinggi sangat membantu proses ini. Informan mengungkapkan,

“Kerupuk ikan haruan ini kan perlu dijemur. Dan di Kalimantan Selatan ini, apalagi kalau musim kemarau, matahari bersinar terik sekali. Ini sangat membantu proses penjemuran kerupuk supaya cepat kering dan hasilnya bagus, karena kalau kerupuk yang dijemur secara optimal itu nantinya akan menghasilkan tekstur yang lebih renyah dan daya simpan yang lebih lama.”

Dengan menggabungkan kualitas rasa, keamanan konsumsi, penggunaan bahan baku lokal yang segar, serta dukungan kondisi alam yang ideal, produk kerupuk ikan haruan ini memiliki keunggulan kompetitif yang kuat. Keunggulan-keunggulan tersebut menjadi faktor penentu dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha di tengah persaingan pasar produk makanan ringan berbasis ikan.

- b. Peluang (*Opportunities*) *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan
Produksi Produksi Mama Fatimah

Home industry kerupuk ikan haruan produksi Produksi Mama Fatimah memiliki sejumlah peluang yang menjanjikan untuk terus berkembang. Peningkatan permintaan pasar dari waktu ke waktu menjadi indikator positif terhadap prospek usaha ini. Produk yang awalnya hanya dikenal oleh tetangga dan kenalan, kini telah diminati oleh konsumen dari luar kota. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Ibu Rusmaninah:

“Alhamdulillah dari tahun ke tahun ada saja peningkatannya. Awalnya kan dulu cuma tetangga dan kenalan saja yang beli, sekarang sudah banyak pesanan dari luar kota yang biasanya nitip dengan sanak saudaranya yang di sini.”

Selain itu, kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan sehat membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk kerupuk ikan haruan yang berbahan dasar alami, tinggi protein, dan tanpa bahan pengawet maupun pewarna buatan. Informan menjelaskan:

“Kerupuk ikan haruan ini kan dibuat dari ikan asli, yang kaya protein. Saya juga tidak menggunakan pengawet atau pewarna buatan. Jadi ini sesuai dengan tren makanan sehat yang sedang digandrungi. Kemudian untuk dukungan yang diterima dari pihak eksternal itu terkadang produk saya ikut partisipasi dalam kegiatan pameran budaya, jadi

produk saya ini biasanya dibawa oleh orang yang mengikuti pameran untuk dikenalkan dan dijual di sana.”

Dengan adanya dukungan dari pihak eksternal dapat membantu produk ini diperkenalkan kepada pasar baru, serta potensi untuk memperluas jangkauan distribusi ke tingkat lokal yang lebih luas, bahkan hingga nasional dan internasional, produk ini telah memiliki peluang, mengingat sering dibawa oleh konsumen yang merantau atau berangkat haji. sebagaimana disebutkan informan:

“Untuk daerah lokal saya rasa masih bisa diperluas jangkauan daerah-daerah yang ada di Kalimantan selatan, sedangkan untuk nasional dan internasional mungkin ini akan menjadi target selanjutnya.”

Dengan memanfaatkan peluang-peluang tersebut, usaha kerupuk ikan haruan ini memiliki prospek pengembangan yang cukup kuat di masa mendatang. Selain itu, kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan sehat membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk kerupuk ikan haruan yang berbahan dasar alami, tinggi protein, dan tanpa bahan pengawet maupun pewarna buatan. Informan menjelaskan:

“Kerupuk ikan haruan ini kan dibuat dari ikan asli, yang kaya protein. Saya juga tidak menggunakan pengawet atau

pewarna buatan. Jadi ini sesuai dengan tren makanan sehat yang sedang digandrungi. Kemudian untuk dukungan yang diterima dari pihak eksternal itu terkadang produk saya ikut partisipasi dalam kegiatan pameran budaya, jadi produk saya ini biasanya dibawa oleh orang yang mengikuti pameran untuk dikenalkan dan dijual di sana.”

di mana produk ini diperkenalkan kepada pasar baru, serta potensi untuk memperluas jangkauan distribusi ke tingkat lokal yang lebih luas, bahkan hingga nasional dan internasional, produk ini telah memiliki peluang, mengingat sering dibawa oleh konsumen yang merantau atau berangkat haji. sebagaimana disebutkan informan:

“Untuk daerah lokal saya rasa masih bisa diperluas jangkauan daerah-daerah yang ada di Kalimantan selatan, sedangkan untuk nasional dan internasional mungkin ini akan menjadi target selanjutnya.”

Dengan memanfaatkan peluang-peluang tersebut, usaha kerupuk ikan haruan ini memiliki prospek pengembangan yang cukup kuat di masa mendatang.

- c. Aspirasi (*Aspirations*) *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan
Produksi Produksi Mama Fatimah

Home industry kerupuk ikan haruan produksi Produksi Mama Fatimah memiliki aspirasi yang kuat untuk berkembang di masa depan. Informan menyampaikan bahwa salah satu tujuan jangka panjangnya adalah memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kapasitas produksi agar dapat memberikan manfaat sosial bagi masyarakat sekitar. Ia menyatakan,

“Untuk tujuan ke depannya saya berharap dapat memperluas jangkauan pasar baik lokal dan nasional, sehingga kemudian dapat meningkatkan kapasitas produksi. Karena jika jumlah produksi meningkat maka saya memerlukan tambahan orang dalam memproduksinya. Sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Kemudian untuk inovasi produk masih belum terpikir, untuk saat ini produk saya hanya berbeda di ukuran kerupuknya saja, jadi ada yang ukuran besar, sedang dan kecil, kemudian untuk rasa masih original tidak ada rasa lain.”

Selain itu, informan memiliki harapan besar agar usaha ini dapat menjadi bagian dari identitas desa. Ia berharap Desa Benua Raya ke depan dikenal sebagai pusat produksi kerupuk ikan haruan yang berkualitas. Seperti yang ia ungkapkan,

“Harapan yang besar ke depannya, mungkin Desa Benua Raya ini bisa dikenal sebagai sentra kerupuk ikan haruan.

Karena di Desa Benua Raya ini sudah ada beberapa rumah produksi kerupuk ikan haruan. Jadi, ketika orang mencari kerupuk ikan haruan yang asli dan berkualitas, langsung teringat Desa Benua Raya. Mungkin juga harapan kepada pemerintah agar lebih mendukung usaha kecil seperti ini, agar lebih dikenal. Atau memberikan bantuan berupa pelatihan jualan online dan modal usaha ”

Aspirasi lainnya mencakup pemanfaatan teknologi digital dalam promosi pemasaran, inovasi kemasan produk yang lebih menarik, serta harapan adanya dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan stakeholder terkait agar usaha tersebut dapat lebih baik lagi kedepannya.

d. Hasil (*Results*) *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan Produksi Produksi Mama Fatimah

Usaha kerupuk ikan haruan yang dirintis oleh Produksi Mama Fatimah sejak tahun 2006 telah menunjukkan hasil yang cukup signifikan, baik dari segi ekonomi maupun jangkauan pasar. Usaha ini berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan keluarga, sebagaimana disampaikan oleh informan:

“Saya memulai usaha ini dari nol, dengan modal seadanya. Dari keuntungan penjualan kerupuk, saya bisa membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga, dan juga menyekolahkan anak-anak.kemudian kalo untuk target yang

telah dicapai mungkin adanya peningkatan kapasitas produksi, punya pelanggan tetap, serta adanya perluasan pangsa pasar karena yang membeli bukan hanya dari daerah atau desa ini saja tapi juga dari luar daerah”

Pada awal usaha, produksi hanya terbatas beberapa kilogram ikan haruan, namun kini dapat mengolah puluhan kilogram setiap kali bahan baku tersedia. Informan menjelaskan,

"Awalnya saya cuma bisa produksi sedikit, sekitar beberapa kilogram ikan haruan, tapi sekarang alhamdulillah, saya bisa mengolah puluhan kilogram ikan haruan setiap ada bahan baku. Nah, untuk mengukur keberhasilan usaha ini, mungkin yang pertama itu kalau penjualan kerupuk makin banyak setiap hari, minggu, atau bulan, itu berarti usahanya mengalami kemajuan. kemudian, kalau pelanggan yang sudah beli datang lagi, itu artinya mereka puas dengan rasa dan kualitas kerupuk saya dan yang paling penting, usaha ini tidak rugi dan selalu ada untungnya, meskipun sedikit, sehingga uang hasil jualan bisa terus berputar untuk beli bahan baku lagi”.

Peningkatan jumlah penjualan dari waktu ke waktu ini juga menjadi indikator keberhasilan yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menilai perkembangan bisnisnya. Keberhasilan ini tentu tidak lepas dari konsistensi dalam menjaga kualitas produk, serta

kebutuhan akan inovasi dan dukungan dari pihak luar sebagai faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha di masa depan.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, berikut ini adalah rincian dari kekuatan (*Strengths*), Peluang (*Opportunities*), aspirasi (*Aspirations*), dan hasil (*Results*) yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Rusmaninah selaku pemilik usaha kerupuk ikan haruan Produksi Produksi Mama Fatimah:

1) Faktor Internal

a) *Strenghts* (Kekuatan)

- (1) Kulitasa produk yang baik, dari segi cita rasa dan bahan baku.
- (2) Tidak menggunakan pengawet sehingga memenuhi standar keamanan pangan.
- (3) Lokasi strategis dalam mendapatkan bahan baku.

b) *Aspirations* (Aspirasi)

- (1) Diharapkan adanya perluasan jangkauan pasar dan peningkatan produksi.
- (2) Diharapkan dapat menjadikan Desa Benua Raya dikenal sebagai sentra produksi kerupuk ikan haruan.
- (3) Diharapkan adanya dukungan dari pemerintah dan *stakeholder* terkait, seperti pelatihan atau bantuan modal usaha.

- (4) Aspirasi untuk menggunakan teknologi digital dalam promosi pemasaran dan inovasi kemasan produk yang lebih menarik.

2) Faktor Eksternal

a) *Opportunities* (Peluang)

- (1) Peningkatan permintaan pasar dari luar daerah.
- (2) Produk ini memanfaatkan tren konsumsi makanan sehat karena berbahan dasar alami, tinggi protein, serta bebas pengawet dan pewarna buatan.
- (3) Adanya dukungan eksternal berupa partisipasi dalam pameran budaya sehingga dapat memperluas pangsa pasar.
- (4) Ada peluang besar untuk memperluas jangkauan ke seluruh Kalimantan Selatan, bahkan menargetkan pasar nasional dan internasional.

b) *Result* (Hasil)

- (1) Adanya peningkatan pada pendapatan keluarga
- (2) Peningkatan pada kapasitas produksi dari waktu ke waktu.
- (3) Adanya peningkatan jumlah penjualan yang stabil dan banyaknya pelanggan yang kembali membeli.
- (4) Adanya perluasan pangsa pasar dari luar daerah dan mengakibatkan usaha berkelanjutan.

B. Pembahasan

Peneliti akan melakukan pembahasan mengenai temuan-temuan yang telah didapatkan dalam penelitian mengenai “Strategi Pengembangan *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan Di Desa Benua Raya Kecamatan Bati-Bati (Analisis SOAR)” didalam pembahasan ini.

Temuan yang didapatkan peneliti berupa data yang telah diperoleh peneliti dalam bentuk argumentasi dengan Ibu Rusmanainah selaku pemilik *home industry* kerupuk ikan haruan Produksi Mama Fatimah, dengan rumusan masalah “Bagaimana strategi pengembangan *home industry* kerupuk ikan haruan Produksi Mama Fatimah di Desa Benua Raya Kecamatan Bati-Bati menggunakan metode analisis SOAR?”

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara dengan Ibu Rusmaninah selaku pemilik *home industry* kerupuk ikan haruan Produksi Mama Fatimah diatas, akan digunakan sebagai bahan analisis menggunakan analisis SOAR. Analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui *Strengths* (kekuatan), *Opportunities* (peluang), *Aspirations* (aspirasi), dan *Results* (hasil) yang relevan dengan pengembangan *home industry* kerupuk ikan haruan Produksi Mama Fatimah di Desa Benua Raya Kecamatan Bati-Bati.

1. *Strengths* (Kekuatan)

Salah satu kekuatan utama dari Produksi Mama Fatimah adalah kualitas produk yang dihasilkan. Kerupuk ikan haruan dibuat dari bahan utama berupa ikan haruan segar dengan rasio ikan lebih besar dibandingkan tepung tapioka. Komposisi ini menciptakan rasa yang khas dan gurih, serta kandungan protein tinggi yang tidak hanya menarik secara rasa tetapi juga bernilai gizi. Hal ini sesuai dengan teori strategi produk yang menekankan pentingnya diferensiasi sebagai keunggulan bersaing (Widyaningsih, 2022).

Selain itu, tidak digunakannya bahan pengawet dan pewarna buatan menjadikan produk ini semakin menarik bagi konsumen yang sadar kesehatan. Hal ini merupakan bagian dari nilai tambah yang sangat penting dalam strategi pemasaran modern (Basrowi, 2011). Kekuatan lainnya adalah lokasi strategis yang mendukung ketersediaan bahan baku lokal. Ikan haruan yang diperoleh langsung dari pemancing lokal memastikan kesegaran dan menekan biaya produksi. Dengan demikian, kekuatan-kekuatan ini dapat dijadikan fondasi utama dalam membangun strategi pengembangan jangka panjang.

2. *Opportunities* (Peluang)

Produksi Mama Fatimah memiliki berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk ekspansi usaha. Pertama, meningkatnya permintaan dari luar daerah menunjukkan potensi perluasan pasar.

Tren konsumsi makanan sehat juga semakin berkembang di kalangan masyarakat modern. Produk kerupuk ikan haruan yang bebas pengawet dan berbahan alami sesuai dengan tren tersebut. Ini sesuai dengan strategi pengembangan pasar, yaitu memperkenalkan produk ke wilayah atau segmen konsumen baru (Nitisusastro, 2012).

Peluang lain datang dari partisipasi dalam pameran budaya yang berfungsi sebagai sarana promosi produk dan memperluas jaringan distribusi. Dalam hal ini, strategi promosi menjadi sangat penting karena dapat meningkatkan brand awareness dan daya tarik konsumen (Aldy dkk., 2017). Kesempatan untuk memanfaatkan platform digital sebagai media promosi juga terbuka lebar, mengingat transformasi digital saat ini menjadi bagian penting dari strategi pemasaran kontemporer.

3. *Aspirations* (Aspirasi)

Aspirasi pemilik usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kapasitas produksi menjadi landasan penting dalam pengembangan usaha. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan semata, tetapi juga membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Dalam teori pengembangan SDM, peningkatan kualitas tenaga kerja lokal sangat berkontribusi terhadap kinerja organisasi dan pencapaian visi perusahaan (Kimbal, 2015).

Selain itu, keinginan untuk menjadikan Desa Benua Raya sebagai sentra produksi kerupuk ikan haruan menunjukkan aspirasi yang lebih

luas, yakni mengangkat identitas lokal sebagai keunggulan kompetitif. Upaya ini mencerminkan pendekatan *community-based development* yang berbasis pada potensi lokal. Aspirasi untuk memanfaatkan teknologi digital dan mengembangkan kemasan produk juga merupakan langkah strategis agar produk dapat bersaing secara nasional bahkan internasional.

4. Results (Hasil)

Hasil yang telah dicapai oleh Produksi Mama Fatimah sangat signifikan. Dari peningkatan pendapatan keluarga hingga perluasan pasar, usaha ini telah menunjukkan keberlanjutan yang kuat. Produksi meningkat seiring waktu, dan pelanggan tetap semakin bertambah. Hal ini sejalan dengan konsep hasil dalam analisis SOAR yang menilai efektivitas strategi berdasarkan dampaknya terhadap tujuan jangka panjang dan keberlanjutan usaha (Insani dkk., 2019).

Menurut teori pengembangan usaha, hasil bukan hanya dilihat dari sisi finansial, tetapi juga dari seberapa besar usaha tersebut mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (Rahim & Radjab, 2016). Dalam konteks ini, peningkatan kapasitas produksi, loyalitas pelanggan, dan pengakuan dari pasar luar merupakan indikator nyata dari keberhasilan strategi usaha yang dijalankan.

Analisis SOAR dikembangkan menjadi empat bagian, yaitu S-A, O-A, S-R, dan O-R. Analisis berfungsi sebagai pilihan alternative strategi dari faktor-faktor yang sudah dijalankan oleh *home industry* kerupuk ikan haruan Produksi Produksi Mama Fatimah.

a. Strategi S-A

Strategi S-A adalah strategi yang diperoleh antara *Strengths* (Kekuatan) dan *Aspirations* (Aspirasi). Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Muhammad Syahbudi yaitu, bahwa strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mencapai aspirasi berupa tujuan dan harapan di masa depan (Syahbudi, 2021). Dalam konteks usaha kerupuk ikan haruan Produksi Mama Fatimah, kekuatan berupa kualitas produk yang baik, bahan baku alami tanpa pengawet, dan lokasi yang strategis, dimanfaatkan untuk mendukung aspirasi dalam memperluas pasar serta menjadikan Desa Benua Raya sebagai sentra industri kerupuk ikan haruan.

Analisis menunjukkan bahwa pemilik usaha memiliki komitmen tinggi terhadap mutu produk yang dihasilkan. Hal ini menjadi modal utama dalam melakukan penetrasi pasar secara lebih luas. Aspirasi untuk memperluas pasar dan dikenal secara luas dapat dicapai melalui strategi digital marketing, pemanfaatan media sosial, serta inovasi dalam desain kemasan yang menarik konsumen modern. Dengan menjaga kualitas dan memanfaatkan

saluran pemasaran digital, usaha ini dapat menembus pasar di luar daerah, bahkan potensial untuk masuk ke pasar nasional.

Strategi ini sejalan dengan pendekatan *distinctive competence* (Hamali, 2016), karena usaha ini memiliki keunikan berupa bahan alami dan bebas pengawet yang jarang dimiliki pesaing, kekuatan usaha yang unik ini harus diarahkan untuk mendukung aspirasi jangka panjang. Selain itu, digunakan juga teori pengembangan pasar (Widyaningsih, 2022) juga mendukung strategi S-A karena usaha ini ingin masuk ke pasar baru di luar daerah. Teori ini relevan karena menjelaskan pentingnya strategi ekspansi geografis untuk produk yang sudah memiliki keunggulan kompetitif. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi S-A yang dapat dilakukan yaitu memanfaatkan kualitas produk yang unggul dan bahan alami untuk memperluas jangkauan pasar melalui promosi digital dan inovasi kemasan.

b. Strategi O-A

Strategi O-A adalah strategi yang diperoleh antara *Opportunities* (Peluang) dan *Aspirations* (Aspirasi). Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Muhammad Syahbudi, bahwa strategi ini dibuat untuk mengetahui dan memenuhi aspirasi dari setiap *stakeholder* yang berorientasi kepada peluang yang ada (Syahbudi, 2021). Strategi ini bertujuan untuk merespons peluang

eksternal dengan langkah-langkah yang mendukung cita-cita usaha dalam jangka panjang.

Dalam konteks ini, peluang seperti meningkatnya tren konsumsi makanan sehat, permintaan dari luar daerah, serta adanya dukungan dari pameran budaya sangat mendukung aspirasi pemilik usaha untuk menjadikan desa mereka sebagai pusat industri lokal yang dikenal luas. Pemanfaatan tren makanan sehat menjadi pintu masuk strategis untuk menarik perhatian konsumen urban yang mengutamakan kesehatan. Dengan produk yang bebas pengawet dan berbahan alami, kerupuk ikan haruan ini memiliki keunggulan untuk bersaing di pasar yang semakin sadar akan gaya hidup sehat. Partisipasi dalam pameran budaya juga menjadi ajang promosi yang efektif, karena dapat meningkatkan eksistensi produk dan memperluas jaringan pasar. Dukungan dari *stakeholder* seperti pemerintah juga diharapkan untuk mendukung pelatihan kewirausahaan dan bantuan modal.

Strategi ini dikaitkan dengan teori strategi promosi (Sudaryono dkk., 2011), karena fokusnya pada komunikasi dan promosi produk secara luas. Teori ini digunakan karena promosi merupakan sarana untuk mewujudkan aspirasi agar produk dikenal lebih luas, khususnya melalui pameran, media sosial, atau *event* publik. Peluang eksternal harus ditangkap melalui kegiatan

komunikasi yang intensif kepada konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pemilihan teori ini juga didasari oleh kenyataan bahwa usaha belum memiliki sistem promosi formal, sehingga strategi promosi menjadi kebutuhan mendesak. Teori promosi menjelaskan secara rinci berbagai bentuk komunikasi pemasaran yang relevan untuk usaha skala kecil seperti ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi O-A yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan peluang pameran dengan menonjolkan produk yang dimiliki untuk dapat dikenal lebih luas.

c. Strategi S-R

Strategi S-R adalah strategi yang diperoleh antara *Strengths* (Kekuatan) dan *Result* (Hasil). Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Muhammad Syahbudi, bahwa strategi ini dibuat untuk mewujudkan kekuatan untuk mencapai hasil yang terukur (Syahbudi, 2021). Dalam hal ini, kekuatan berupa ketersediaan bahan baku lokal, kualitas rasa produk, dan proses produksi alami menjadi fondasi dalam mewujudkan hasil seperti peningkatan kapasitas produksi, pendapatan, dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini mengalami peningkatan dalam jumlah penjualan dan pendapatan keluarga. Hal ini merupakan indikator bahwa kekuatan yang dimiliki telah berhasil dikonversi menjadi keuntungan ekonomi. Strategi ke

depan perlu difokuskan pada peningkatan skala produksi dengan tetap mempertahankan kualitas, serta penguatan rantai pasok bahan baku untuk menjaga keberlanjutan. Dengan demikian, usaha mampu tumbuh dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar terhadap pelaku usaha dan masyarakat sekitar.

Hal ini sejalan dengan teori Chandler mengenai *competitive advantage* karena menjelaskan bagaimana kekuatan internal (seperti mutu bahan dan proses produksi alami) menjadi alat untuk menciptakan keunggulan yang dapat berdampak pada hasil nyata, seperti peningkatan omzet dan loyalitas pelanggan. Teori ini digunakan karena usaha telah menunjukkan hasil konkret berupa peningkatan kapasitas dan pendapatan. Selain itu, digunakan juga teori strategi produk dan distribusi (Basrowi, 2011), karena keberhasilan usaha juga bergantung pada kualitas produk dan bagaimana produk tersebut disalurkan kepada pelanggan secara efisien. Teori ini menjelaskan hubungan antara kekuatan dalam kualitas dan pencapaian hasil secara ekonomis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi S-R yang dapat dilakukan yaitu dengan optimalisasi bahan baku dan efisiensi produksi untuk peningkatan kapasitas dan pendapatan secara konsisten.

d. Strategi O-R

Strategi O-R adalah strategi yang diperoleh antara *Opportunities* (peluang) dan *Result* (hasil). Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Muhammad Syahbudi, bahwa strategi ini berorientasi kepada peluang untuk mencapai hasil yang sudah terukur (Syahbudi, 2021). Peluang-peluang seperti akses pasar luar daerah, pameran budaya, dan potensi ekspansi regional hingga nasional perlu dimanfaatkan secara maksimal untuk memperkuat stabilitas usaha. Strategi ini menjadi penting dalam memastikan bahwa peluang yang tersedia benar-benar menghasilkan output yang konkret dan bermanfaat.

Dalam praktiknya, pemilik usaha telah berhasil memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah dan mengikuti berbagai ajang promosi. Hal ini terbukti meningkatkan jumlah pelanggan dan stabilitas penjualan. Ke depan, peluang-peluang ini perlu terus dimanfaatkan dengan mengadopsi strategi pemasaran digital dan membangun kemitraan bisnis yang berkelanjutan. Dengan langkah tersebut, hasil yang diperoleh akan semakin signifikan dalam mendukung pertumbuhan usaha jangka panjang.

Teori strategi distribusi dan promosi, digunakan dalam strategi ini karena usaha telah memanfaatkan jalur promosi dan distribusi secara langsung maupun melalui *event* untuk memperluas pasar. Teori ini dipilih karena sesuai dengan kondisi

aktual di mana produk telah mulai dikenal di luar daerah dan pemilik usaha yang mengikuti pameran.

Selain itu, teori ini sangat cocok untuk konteks UMKM karena memberikan pendekatan praktis dan aplikatif dalam menyalurkan produk dari produsen ke konsumen akhir secara efektif. Maka dapat disimpulkan strategi O-R yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan peluang pasar luar daerah dan partisipasi dalam pameran budaya untuk menjaga stabilitas penjualan.

Secara keseluruhan, strategi yang telah dan dapat diimplementasikan oleh *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan menunjukkan bahwa pendekatan SOAR sangat relevan dan efektif dalam pengembangan usaha kecil berbasis lokal. Strategi-strategi seperti S-A, O-A, S-R, dan O-R terbukti mampu menyatukan potensi internal dan eksternal ke dalam kerangka kerja strategi yang adaptif dan progresif. Penerapan strategi ini telah membantu *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan dalam mencapai tujuan awal pengembangan usaha, yang tercermin dari meningkatnya permintaan pasar, khususnya terhadap produk makanan sehat dan alami, serta adanya dukungan eksternal yang membuka peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi SOAR tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga mampu diterapkan secara praktis untuk menghasilkan perubahan nyata dalam pengembangan usaha.

Meskipun berbagai keberhasilan telah dicapai, potensi untuk mengoptimalkan strategi pengembangan usaha masih sangat terbuka lebar. Hal ini didukung oleh kekuatan internal yang telah teridentifikasi, seperti kualitas produk yang baik dan lokasi bahan baku yang strategis, serta peluang eksternal yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi dan perubahan preferensi konsumen. Meskipun saat ini belum banyak dilakukan inovasi produk, *Home industry* Kerupuk Ikan Haruan Produksi Mama Fatimah memiliki peluang besar untuk mengembangkan variasi dan keunikan produk guna meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri. Kreativitas dan inovasi berkelanjutan ini menjadi arah penting dalam membentuk strategi yang fleksibel dan bertahan lama. Sejalan dengan pandangan J.C. Tukiman Taruna, pendekatan SOAR mampu membangkitkan kreativitas dan menghasilkan energi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, kesinambungan dan pengembangan usaha ini sangat bergantung pada kemampuan untuk terus memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal secara optimal, guna mencapai peningkatan pendapatan keluarga, kapasitas produksi, stabilitas penjualan, loyalitas pelanggan, dan perluasan pangsa pasar secara berkelanjutan.