

## ABSTRAK

### STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KERUPUK IKAN GABUS (*CHANNA STRIATA*) (Studi Kasus UMKM Diana Di Desa Meranjat Kabupaten Ogan Ilir)

Oleh

**RINDA NADA KURNIA**

Salah satu upaya untuk melakukan penganekaragaman pangan adalah dengan cara diversifikasi, terutama dalam mengembangkan produk kerupuk berbahan dasar ikan gabus, karena ikan gabus memiliki protein yang cukup tinggi dan bermanfaat untuk kesehatan tubuh. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan produk kerupuk ikan gabus di UMKM Diana 2) menentukan strategi pengembangan produk kerupuk ikan gabus di UMKM Diana. Metode analisis yang digunakan dalam analisis SWOT. Tahapan analisis SWOT 1) identifikasi faktor internal dan eksternal; 2) penentuan matriks IFE dan EFE; 3) penentuan matriks posisi; dan 4) diagram matriks SWOT. Hasil dari penelitian adalah kekuatan terbesar yaitu rasa dan kualitas yang baik sedangkan kelemahan terbesar yaitu jenis produk olahan dari ikan gabus belum dikembangkan. Peluang utamanya yaitu potensi pasar produk ikan gabus yang luas sedangkan ancaman terbesar adalah perubahan selera konsumen berpengaruh terhadap pembelian produk. Berdasarkan hasil penelitian menurut penjual dan pembeli menunjukkan bahwa alternatif strategi pengembangan yang tepat adalah strategi S-O (kekuatan) – (Peluang). Strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada diantaranya: 1) Potensi ketersediaan bahan baku ikan gabus yang mudah didapatkan; 2) sarana dan prasarana yang baik dapat mempengaruhi kualitas produk; 3) lokasi yang strategis dan media promosi yang berkembang. Selanjutnya, strategi S-T (kekuatan) – (ancaman), strategi S-T terbaik diantaranya: 1) produk kerupuk berbahan dasar ikan gabus yang sudah memiliki rasa serta kualitas yang baik; 2) dapat meningkatkan ketertarikan konsumen (*brand awareness*) terhadap produk tersebut; dan 3) dapat bersaing dengan kompetitor produk yang sejenis.

**Kata Kunci** : Analisis SWOT, UMKM Diana, Strategi pengembangan produk kerupuk ikan gabus.

## **ABSTRACT**

### **PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY FOR CRECKERS FISH CORK (*CHANNA STRIATA*) (Case Study UMKM Diana in Meranjat VillageOgan Ilir Regency)**

**By**

**RINDA NADA KURNIA**

One of the efforts to diversify food is by diversifying, especially in developing cracker products made from snakehead fish, because snakehead fish has quite high protein and is beneficial for the health of the body. The aims of this study were 1) to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats in the development of snakehead fish cracker products at UMKM Diana 2) to determine the development strategy for snakehead fish cracker products at UMKM Diana. The analytical method used in the SWOT analysis. SWOT analysis stages 1) identification of internal and external factors; 2) determining the IFE and EFE matrices; 3) determining the position matrix; and 4) SWOT matrix diagram. The results of the study are the biggest strengths, namely good taste and quality, while the biggest weakness is that the types of processed snakehead fish products have not been developed. The main opportunity is the broad potential market for snakehead fish products, while the biggest threat is changes in consumer tastes that affect product purchases. Based on the results of research according to sellers and buyers, it shows that the right alternative development strategy is the S-O (strength) – (opportunity) strategy. This strategy uses strength to take advantage of existing opportunities including: 1) Potential availability of easy-to-obtain snakehead fish raw materials; 2) good facilities and infrastructure can affect product quality; 3) strategic location and growing promotional media. Furthermore, the S-T (strength) – (threat) strategy, the best S-T strategy includes: 1) cracker products made from snakehead fish which already have good taste and quality; 2) can increase consumer interest (brand awareness) towards the product; and 3) can compete with competitors of similar products.

**Keywords** : SWOT analysis, Diana UMKM, Strategy for developing processed food products cork fish.