

# Strategi Pengembangan Usaha Abon Bandeng dengan Penambahan Bonggol Pisang Ulin dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM

Dini Nafisatul Mutmainah\*, Sekar Ayu Wulandari, Akbar Maulana Firmansyah, Taufiq Rahman Humaidi, Fairuz Nadhifah

Politeknik Negeri Jember

**Abstrak:** Pengembangan produk olahan bandeng di Kabupaten Sidoarjo masih didominasi penjualan ikan segar sehingga nilai tambah dan daya saing usaha belum optimal. Salah satu opsi hilirisasi adalah produksi abon bandeng dengan penambahan bonggol pisang ulin sebagai sumber serat berbasis bahan lokal yang mendukung narasi keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan (1) mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha abon bandeng dengan bonggol pisang ulin, (2) merumuskan alternatif strategi menggunakan analisis SWOT, dan (3) menentukan strategi prioritas melalui Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif–kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui observasi, wawancara, serta kuesioner semi-terstruktur kepada informan ahli, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen usaha dan literatur terkait. Hasil analisis menunjukkan skor IFE sebesar 2,565 yang menandakan kondisi internal cukup kuat, sedangkan skor EFE sebesar 2,437 mengindikasikan kemampuan respons terhadap lingkungan eksternal masih cenderung lemah. Pemetaan posisi strategi menempatkan usaha pada kuadran agresif, sehingga peluang pertumbuhan tetap terbuka apabila penguatan internal dilakukan secara konsisten. Berdasarkan QSPM, strategi prioritas utama adalah merencanakan pengembangan varian produk (TAS 6,903), kemudian memperkuat branding produk sehat lokal (TAS 6,569) dan kolaborasi rantai pasok (TAS 5,897), sementara digital marketing berperan sebagai pengungkit lanjutan setelah mutu dan pesan merek stabil. Temuan menegaskan pentingnya peningkatan mutu, konsistensi proses, dan diferensiasi produk sebelum perluasan pemasaran dilakukan secara lebih luas.

**Kata kunci:** Abon Ikan Bandeng, Bonggol Pisang Ulin, SWOT, QSPM, Strategi Pengembangan

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i2.3814>

\*Correspondence: Dini Nafisatul Mutmainah

Email:

[dininafisatulmutmainah@gmail.com](mailto:dininafisatulmutmainah@gmail.com)

Received: 25-02-2026

Accepted: 25-03-2026

Published: 25-04-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** Milkfish-based processing in Sidoarjo Regency remains largely reliant on fresh fish sales, which constrains value-added creation and weakens business competitiveness. One downstream alternative is producing milkfish floss enriched with ulin banana corm, a locally sourced fibre ingredient that supports a sustainability-oriented product proposition. This study aims to (1) identify internal and external factors affecting the development of milkfish floss with ulin banana corm, (2) formulate strategic alternatives using SWOT analysis, and (3) prioritise strategies through the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). A mixed qualitative–quantitative approach was employed. Primary data were collected via observation, interviews, and semi-structured expert questionnaires, while secondary data were obtained from business documents and relevant literature. The findings indicate an IFE score of 2.565, suggesting relatively strong internal conditions, while the EFE score of 2.437 reflects comparatively weak responsiveness to external conditions. Strategic positioning places the business in an aggressive quadrant, suggesting that growth opportunities are available, provided internal strengthening is consistently implemented. QSPM results identify product variant development as the top priority strategy (TAS 6.903), followed by strengthening local healthy-product branding (TAS 6.569) and reinforcing supply-chain collaboration (TAS 5.897). Digital marketing functions as a subsequent leverage strategy after product quality and brand messaging are stabilised. Overall, the study highlights that improving quality assurance, process consistency, and product differentiation should be prioritised before pursuing broader market expansion. A-

**Keywords:** Milkfish Floss, Ulin Banana Corm, SWOT, QSPM, Development Strategy

## Pendahuluan

Kabupaten Sidoarjo merupakan wilayah pesisir-pertambakan dengan ekonomi lokal yang kuat berbasis perikanan budidaya. Dalam konteks ini, ikan bandeng tidak hanya berperan sebagai komoditas, tetapi juga bagian dari sistem nafkah rumah tangga dan identitas produksi daerah (Mutmainah et al, 2023). Namun, penguatan ekonomi bandeng di tingkat lokal masih banyak bertumpu pada penjualan ikan segar, sehingga nilai tambah cenderung berhenti pada transaksi awal (Nurdin et al, 2025). Kondisi tersebut membuat pelaku usaha rentan terhadap fluktuasi harga, umur simpan yang pendek, risiko distribusi, dan kompetisi antarwilayah yang menghasilkan produk homogen serta melemahkan posisi tawar produsen (Sriyanti & Humaidi, 2024).

Dari sisi pasokan, Sidoarjo memiliki basis produksi yang kuat. Data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur mencatat produksi bandeng Kabupaten Sidoarjo tahun 2022 mencapai 34.661 ton (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2024). Basis ini membuka peluang hilirisasi agar orientasi pengembangan bergeser dari sekadar volume panen menuju mutu, diferensiasi, dan akses pasar. Namun, produksi besar tidak otomatis meningkatkan kesejahteraan bila struktur usaha masih didominasi pasar segar; diperlukan strategi yang mampu mengelola pasokan, menjaga konsistensi proses dan mutu, serta memperluas pemasaran (Ababouch et al, 2023) (Nababan & Nofrian, 2025).

Diversifikasi melalui produk olahan menjadi pilihan adaptif karena dapat memperpanjang umur simpan, menekan risiko kerusakan, dan memberi ruang pembentukan merek berbasis lokalitas (Ali et al, 2022). Salah satu bentuk olahan yang relevan adalah abon ikan bandeng, karena relatif praktis, berdaya simpan, dan prosesnya lebih mudah distandarkan sehingga potensial dipasarkan lintas saluran, termasuk digital (Dewi, Surilayani, & Pratama, 2023). Meski demikian, tantangan pengembangan abon tidak berhenti pada produksi, tetapi mencakup konsistensi rasa dan tekstur, SOP, efisiensi biaya, stabilitas pasokan, serta diferensiasi agar kompetitif (Hidayat et al, 2019).

Di sekitar sentra produksi, residu pertanian seperti bonggol pisang tersedia melimpah namun sering diperlakukan sebagai bahan sisa. Padahal, pemanfaatannya berpotensi mendukung ekonomi sirkular sekaligus menambah nilai pada produk olahan (Saptaningtyas & Nurwidayati, 2020). Studi penggunaan tepung bonggol pisang pada olahan ikan menunjukkan dasar komposisi yang relevan untuk dieksplorasi sebagai bahan tambahan (Manurung *et al*, 2017). Dalam penelitian ini, bonggol pisang ulin dipilih karena dinilai lebih sesuai dengan pendekatan pengembangan berbasis sumber daya lokal: lebih realistis diintegrasikan ke rantai pasok pelaku setempat dan berpotensi membantu pengendalian biaya input. Bukti pada produk sejenis juga menunjukkan peluang penerimaan konsumen. Puspita et al. (2024) melaporkan substitusi bonggol pisang pada abon bandeng (konteks varietas kepok) dengan formulasi tertentu dapat diterima panelis, termasuk proporsi 70% bandeng dan 30% bonggol pisang. Temuan tersebut menjadi pijakan bahwa bonggol pisang dapat berfungsi sebagai sumber diferensiasi, meskipun penerapan pada varietas ulin tetap memerlukan pengelolaan yang tepat agar sesuai standar produksi dan preferensi pasar.

Inovasi produk juga perlu selaras dengan perubahan preferensi konsumen dan dinamika pemasaran. Kesadaran kesehatan memengaruhi keputusan pembelian produk pangan berorientasi sehat (Ekasari & Jaya, 2021), sementara nilai keberlanjutan berkaitan

dengan minat Gen Z terhadap pangan tradisional berbasis bahan lokal (Kristia *et al*, 2024). Penelitian pada bagian tertentu tanaman pisang menunjukkan adanya senyawa fenolik dan flavonoid serta aktivitas antioksidan (Gayathry & John, 2025), yang dapat memperkuat narasi keberlanjutan bila dikomunikasikan secara kredibel. Selain itu, dalam konteks UMKM pangan, digital marketing dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Purwanto, 2022). Karena itu, pengembangan abon bandeng dengan penambahan bonggol pisang ulin perlu ditopang strategi yang mengintegrasikan aspek produksi, mutu, diferensiasi, dan pemasaran.

Gap penelitian yang menonjol adalah kajian abon bandeng dengan tambahan bonggol pisang umumnya menekankan aspek formulasi dan penerimaan, sementara perumusan strategi pengembangan usaha yang mengintegrasikan faktor internal–eksternal serta menetapkan prioritas strategi masih terbatas. Selain itu, pembahasan spesifik bonggol pisang ulin belum banyak ditautkan dengan implikasi pasokan, standardisasi proses, dan positioning pasar. Dalam konteks tersebut, SWOT digunakan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sedangkan QSPM membantu menentukan strategi prioritas secara sistematis (Dorcheh *et al*, 2021) dan relevan pada pengembangan produk perikanan olahan (Rosihun *et al*, 2024). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian kualitatif ini diarahkan untuk mengidentifikasi faktor internal–eksternal pengembangan abon ikan bandeng dengan penambahan bonggol pisang ulin, merumuskan alternatif strategi melalui matriks SWOT (SO, WO, ST, WT), dan menentukan strategi prioritas menggunakan QSPM berbasis skor daya tarik. Penelitian dapat dilakukan pada unit produksi/inkubasi berbasis pembelajaran (*teaching factory*) yang menuntut standardisasi proses dan orientasi pasar (Perwiranegara, 2022), sehingga hasilnya diharapkan berkontribusi pada penguatan hilirisasi bandeng dan pemanfaatan residu pertanian bernilai di Sidoarjo.

## Metodologi

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif dipakai untuk menangkap uraian, pengalaman, dan makna dari para informan, sedangkan data kuantitatif digunakan untuk memberi ukuran terstruktur (bobot dan skor) pada faktor-faktor strategis sehingga dapat dibandingkan secara sistematis (Sardana *et al*, 2023). Kombinasi keduanya diperlukan karena analisis strategi berbasis SWOT–QSPM menuntut proses “menggali konteks” sekaligus “menentukan prioritas” secara terukur (Dorcheh *et al*, 2021) (Putra & Ulfah, 2025).

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi proses usaha, wawancara mendalam, serta pengisian kuesioner semi-terstruktur oleh informan ahli. Data sekunder dihimpun dari studi literatur dan dokumen usaha yang relevan (misalnya catatan proses, data produksi/penjualan yang tersedia, serta materi promosi), yang difungsikan untuk memeriksa konsistensi informasi dan memperkaya identifikasi faktor internal–eksternal. Instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner semi-terstruktur, yaitu gabungan pertanyaan terbuka (untuk memunculkan faktor SWOT) dan butir terstruktur (untuk pembobotan dan pemberian skor), sehingga data kualitatif dan kuantitatif dapat dikumpulkan dalam satu rangkaian pengambilan data (Sardana *et al*, 2023).

Penentuan informan dilakukan dengan purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan relevansi kompetensi, pengalaman, serta keterlibatannya pada rantai nilai dan pengendalian mutu/kelembagaan yang berkaitan dengan pengembangan produk, sehingga informasi yang diperoleh benar-benar “berbasis keahlian” (Stratton, 2024) (Ahmad & Wilkins, 2025). Informan ahli yang dilibatkan adalah: Ibu Leni (pemilik UMKM Qonjamadu), Bapak Hendra (staf QC PT Atina), dan Bapak Dika (Sub Bagian Produksi Perikanan Dinas Perikanan). Kriteria kelayakan informan mencakup pemahaman operasional produk (produksi dan bahan baku), aspek mutu/keamanan pangan, serta perspektif pembinaan/ekosistem usaha.

Tahap analisis dimulai dengan menyusun daftar awal faktor internal dan eksternal dari hasil wawancara, observasi, serta telaah dokumen/literatur, kemudian dilakukan perapihan (penggabungan faktor yang tumpang tindih, penajaman definisi faktor, dan penulisan indikator agar tidak multitafsir). Setelah daftar faktor final disepakati, faktor-faktor tersebut dikuantifikasi melalui matriks evaluasi faktor internal dan eksternal dengan prinsip: setiap faktor diberi bobot (rentang 0–1) dengan total bobot = 1, lalu diberi rating pada skala 1–4 sesuai sifat faktor dan kekuatannya; nilai tertimbang dihitung dari perkalian bobot dan rating, kemudian dijumlahkan untuk memperoleh skor total (Ghosh *et al*, 2025). Hasil pengukuran ini digunakan sebagai dasar penyusunan matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi (SO, WO, ST, WT) secara terstruktur (Rosihun *et al*, 2024).

Alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT selanjutnya diprioritaskan menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Dalam QSPM, faktor kunci internal dan eksternal beserta bobotnya diposisikan pada kolom kiri, sedangkan alternatif strategi ditempatkan pada baris atas. Setiap strategi diberi Attractiveness Score (AS) pada skala 1 (tidak menarik) sampai 4 (sangat menarik) untuk menunjukkan daya tarik relatif strategi terhadap setiap faktor; kemudian dihitung Total Attractiveness Score (TAS) dengan mengalikan bobot faktor dan AS, dan diakumulasikan menjadi STAS (jumlah TAS) untuk menentukan strategi dengan prioritas tertinggi (Putra & Ulfah, 2025) ( Ghosh *et al*, 2025). Pola kerja ini sejalan dengan praktik penerapan SWOT–QSPM pada studi strategi di sektor pangan/agribisnis, yaitu SWOT menghasilkan alternatif, sedangkan QSPM mengubahnya menjadi urutan prioritas yang dapat dipertanggungjawabkan (Dorcheh *et al*, 2021; Rosihun *et al*, 2024).

Agar studi dapat direplikasi, seluruh materi penelitian (panduan wawancara, format kuesioner, daftar faktor final, serta lembar kerja perhitungan IFE/EFE–SWOT–QSPM) idealnya disediakan sebagai lampiran atau repositori pendamping. Data mentah (transkrip ringkas, skor bobot/rating/AS per informan, dan rekap dokumen) dapat dibagikan kepada pembaca atas permintaan untuk kepentingan verifikasi dan pengembangan, dengan catatan informasi bisnis yang sensitif dapat dianonimkan atau dibatasi sesuai kebutuhan. Karena penelitian melibatkan partisipasi narasumber melalui wawancara/kuesioner, persetujuan partisipasi (informed consent) dan pengelolaan kerahasiaan data dicantumkan dalam naskah; apabila institusi mensyaratkan persetujuan etik formal, otoritas dan nomor persetujuan dapat dituliskan sesuai dokumen yang diterbitkan institusi.

## Hasil dan Pembahasan

### Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFE)

Evaluasi faktor internal dilakukan dengan menyusun Matriks **Internal Factor Evaluation (IFE)** melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan, pemberian bobot (total bobot = 1,00), penetapan rating (1–4), dan perhitungan skor tertimbang (bobot × rating) (Ben-Abdallah *et al*, 2022).

**Tabel 1.** Matriks IFE (Faktor Strategis Internal)

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot×Rating)
<b>Kekuatan (Strengths)</b>				
1	Produk memiliki cita rasa khas dan tekstur lebih menarik	0,083	4	0,332
2	Inovasi produk unik dengan penggunaan bonggol pisang ulin sebagai penambah serat	0,076	4	0,304
3	Pemanfaatan bahan baku lokal yang berpotensi menjadi residu/limbah	0,094	3	0,282
4	Kaya gizi dan memiliki kandungan serat	0,066	4	0,264
5	Potensi sebagai produk fungsional berorientasi makanan sehat	0,094	4	0,376
6	Harga produk relatif terjangkau	0,076	3	0,228
<b>Total skor kekuatan</b>				<b>1,786</b>
<b>Kelemahan (Weaknesses)</b>				
1	Pengetahuan pemanfaatan bonggol pisang ulin masih terbatas	0,069	1	0,069
2	Tekstur dan rasa belum sepenuhnya diterima	0,069	2	0,138
3	Proses pengolahan relatif lebih rumit	0,101	1	0,101
4	Ketersediaan bonggol pisang ulin belum konsisten	0,118	2	0,236
5	Risiko keamanan/ketahanan pangan jika proses tidak tepat	0,073	1	0,073
6	Warna dan penampilan produk kurang menarik	0,081	2	0,162
<b>Total skor kelemahan</b>				<b>0,779</b>
<b>Total skor IFE</b>		<b>1,00</b>	<b>2,565</b>	

Total skor IFE sebesar **2,565** menunjukkan kondisi internal berada pada kategori **cukup kuat** (di atas nilai tengah 2,50).

### Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFE)

Evaluasi faktor eksternal disusun melalui Matriks **External Factor Evaluation (EFE)** yang mengelompokkan peluang dan ancaman, lalu menghitung skor tertimbang dengan mekanisme yang sama (bobot × rating) (Ben-Abdallah *et al*, 2022).

**Tabel 2.** Matriks EFE (Faktor Strategis Eksternal)

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot×Rating)
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
1	Tren konsumen terhadap produk sehat dan alami	0,074	4	0,296
2	Pasar oleh-oleh khas daerah semakin diminati	0,070	3	0,210
3	Menguatnya tren circular economy berbasis bahan lokal	0,081	3	0,243
4	Kemudahan promosi melalui platform digital	0,074	4	0,296
5	Potensi kolaborasi dengan petani dan pelaku industri kreatif	0,074	4	0,296
6	Minat terhadap produk inovatif berbahan lokal	0,091	3	0,273
<b>Total skor peluang</b>				<b>1,614</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>				
1	Penerimaan pasar terhadap produk tidak umum berpotensi rendah	0,084	1	0,084
2	Persaingan dengan abon bandeng konvensional	0,077	2	0,154
3	Fluktuasi harga dan ketersediaan ikan bandeng	0,123	2	0,246
4	Persyaratan regulasi dan keamanan pangan relatif ketat	0,084	1	0,084
5	Perubahan selera konsumen yang cepat	0,081	1	0,081
6	Stigma terhadap produk berbahan lokal tertentu	0,087	2	0,174
<b>Total skor ancaman</b>				<b>0,823</b>
<b>Total skor EFE</b>		<b>1,00</b>		<b>2,437</b>

Total skor EFE sebesar **2,437** mengindikasikan kemampuan respons terhadap lingkungan eksternal berada pada kategori **sedang cenderung lemah** (di bawah 2,50)

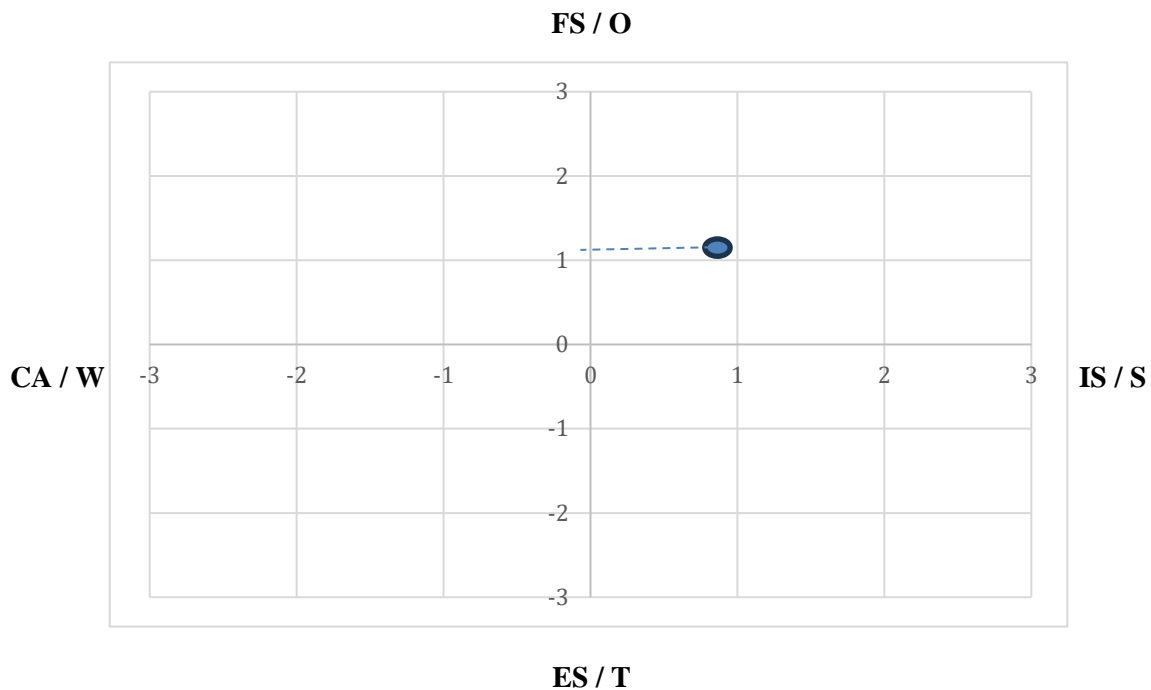
### Analisis Posisi Strategis (Matriks SPACE)

Penentuan posisi strategis dilakukan melalui pemetaan koordinat:

$$X = \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} = 1,786 - 0,779 = 1,01$$

$$Y = \text{Peluang} - \text{Ancaman} = 1,614 - 0,823 = 0,79$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh titik kuadran untuk mengetahui posisi produk Abon Bandeng dengan penambahan bonggol pisang ulin yaitu (1,01; 0,79). Maka diperoleh matriks SPACE sebagai berikut:



Gambar 1. Matriks SPACE

Koordinat **(1,01; 0,79)** menempatkan objek penelitian pada kuadran **agresif**, yang secara umum menunjukkan ruang pengembangan strategi pertumbuhan masih terbuka (Rochmad & Iskandar, 2021; Tomeska *et al*, 2024).

**Perumusan Alternatif Strategi (Matriks SWOT)**

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), alternatif strategi pengembangan dirumuskan menggunakan matriks SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk memetakan kondisi organisasi secara sistematis melalui empat komponen utama (S–W–O–T) dan menghasilkan alternatif strategi berdasarkan kombinasi faktor internal–eksternal (Dorcheh *et al*, 2021; Rosihun *et al*, 2024). Dalam penelitian ini, alternatif strategi dikelompokkan ke dalam empat kategori, yaitu **SO**, **WO**, **ST**, dan **WT**, yang masing-masing merepresentasikan pola pengambilan keputusan strategis dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus mengurangi kelemahan serta ancaman (Dorcheh *et al*, 2021).

1. **Strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang).** Strategi SO dirancang untuk mengoptimalkan keunggulan produk (cita rasa dan tekstur, inovasi bonggol pisang ulin sebagai penambah serat, potensi sebagai pangan fungsional, serta harga yang relatif terjangkau) guna menangkap peluang pasar, terutama tren konsumsi makanan sehat, meningkatnya minat terhadap produk lokal inovatif, dukungan circular economy, dan kemudahan promosi digital. Strategi SO yang dirumuskan meliputi: (1) memperkuat branding produk sehat lokal; (2) meningkatkan penggunaan digital marketing; (3) melakukan kolaborasi dengan petani dan pelaku usaha kreatif; dan (4) merencanakan pengembangan varian produk.
2. **Strategi WO (memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan).** Strategi WO diarahkan untuk meminimalkan kelemahan internal—seperti keterbatasan

pengetahuan pemanfaatan bonggol **pisang** ulin, penerimaan sensori yang belum optimal, kompleksitas proses, ketidakstabilan pasokan bonggol pisang ulin, serta tampilan produk – dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO meliputi: (1) melakukan riset dan edukasi konsumen; (2) melakukan inovasi proses produksi; (3) menggunakan desain kemasan modern; dan (4) membuat program co-branding untuk mempercepat penerimaan pasar.

3. **Strategi ST (memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman).** Strategi ST menekankan pemanfaatan kekuatan internal untuk mengurangi dampak ancaman eksternal, khususnya persaingan dengan abon bandeng konvensional, perubahan selera konsumen yang cepat, stigma pasar, dan tuntutan pemenuhan persyaratan keamanan pangan. **Strategi ST** meliputi: (1) melakukan diferensiasi produk; (2) melakukan penetapan harga yang kompetitif; (3) melakukan sertifikasi dan pemenuhan standar pangan; dan (4) melakukan adaptasi selera konsumen melalui evaluasi berkala terhadap atribut produk.
4. **Strategi WT (meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman).** Strategi WT bersifat defensif dan berfungsi sebagai mitigasi ketika kelemahan internal bertemu tekanan eksternal, misalnya penerimaan pasar rendah, pasokan bahan baku tidak stabil, atau regulasi semakin ketat. Strategi WT meliputi: (1) melakukan diversifikasi bahan baku serat; (2) memperbaiki manajemen rantai pasok; (3) meningkatkan kualitas visual produk; dan (4) melakukan monitoring tren pasar secara periodik untuk mengantisipasi perubahan preferensi konsumen.

Matriks SWOT menghasilkan sejumlah alternatif strategi (SO, WO, ST, dan WT) yang secara konseptual relevan dengan kondisi internal dan eksternal. Namun, SWOT pada dasarnya bersifat generatif, yaitu menghasilkan daftar strategi tanpa menunjukkan tingkat prioritas di antara strategi tersebut. Karena itu, diperlukan alat analisis lanjutan yang mampu mengevaluasi daya tarik relatif setiap strategi secara lebih terstruktur dan terukur melalui pembobotan faktor dan penilaian strategi (Dorcheh *et al*, 2021; Rosihun *et al*, 2024). Pada penelitian ini, penentuan prioritas dilakukan menggunakan **Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)** yang memanfaatkan bobot faktor strategis hasil evaluasi internal–eksternal untuk menghasilkan pemeringkatan strategi berbasis skor daya tarik (Dorcheh *et al*, 2021).

### Penentuan Strategi Prioritas (QSPM)

Analisis QSPM digunakan untuk menetapkan strategi prioritas berdasarkan daya tarik relatif dari alternatif strategi yang telah dirumuskan melalui SWOT. Dalam QSPM, faktor-faktor strategis internal dan eksternal beserta bobotnya (hasil IFE dan EFE) digunakan sebagai dasar penilaian. Setiap alternatif strategi kemudian diberi Attractiveness Score (AS) pada skala 1–4 untuk menunjukkan seberapa menarik atau efektif strategi tersebut dalam merespons faktor tertentu. Nilai AS selanjutnya dikalikan dengan bobot faktor untuk memperoleh Total Attractiveness Score (TAS), dan seluruh TAS dijumlahkan untuk menghasilkan total daya tarik masing-masing strategi. Strategi dengan total TAS tertinggi ditetapkan sebagai strategi prioritas karena dinilai paling kuat kontribusinya terhadap pencapaian tujuan pengembangan (Dorcheh *et al*, 2021) (Rosihun *et al*, 2024).

**Tabel 4.** Ringkasan Hasil QSPM (Total TAS)

<b>Alternatif Strategi</b>	<b>Total TAS Peringkat</b>	
Merencanakan pengembangan varian produk	<b>6,903</b>	1
Memperkuat branding produk sehat lokal	6,569	2
Kolaborasi dengan petani dan pelaku usaha kreatif	5,897	3
Meningkatkan penggunaan digital marketing	4,931	4

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa strategi merencanakan pengembangan varian produk memperoleh total TAS tertinggi sebesar 6,903, sehingga menjadi strategi prioritas utama. Strategi ini dinilai paling mampu menjawab kebutuhan penguatan produk melalui perbaikan atribut yang berpengaruh pada penerimaan konsumen (misalnya tekstur, rasa, tampilan, dan konsistensi mutu), sekaligus memanfaatkan peluang tren pasar yang mengarah pada produk sehat dan inovasi berbasis bahan lokal. Strategi memperkuat branding produk sehat lokal berada pada peringkat kedua dengan total TAS sebesar 6,569, yang menunjukkan peran penting branding untuk memperjelas proposisi nilai produk dan mengurangi hambatan persepsi pasar. Strategi kolaborasi dengan petani dan pelaku usaha kreatif menempati peringkat ketiga dengan total TAS sebesar 5,897, terutama karena berkontribusi pada penguatan pasokan bonggol pisang ulin dan perluasan jejaring pengembangan. Adapun strategi meningkatkan penggunaan digital marketing memperoleh total TAS terendah yaitu 4,931; strategi ini tetap relevan, namun kontribusinya lebih terbatas dalam mengatasi isu internal yang paling kritis dibanding strategi lainnya.

Berdasarkan hasil QSPM, strategi dengan nilai total TAS tertinggi adalah merencanakan pengembangan varian produk, sehingga ditetapkan sebagai strategi utama karena dinilai paling mampu meningkatkan penerimaan pasar sekaligus memperbaiki aspek internal yang krusial, seperti konsistensi tekstur, rasa, tampilan, dan pengendalian risiko keamanan pangan. Strategi ini selanjutnya perlu diperkuat oleh strategi pendukung, yaitu memperkuat branding produk sehat lokal untuk memperjelas proposisi nilai (pangan fungsional, serat, dan keunikan bonggol pisang ulin) serta menekan stigma pasar, dan kolaborasi dengan petani serta pelaku usaha kreatif untuk mengamankan pasokan bonggol pisang ulin sekaligus memperluas jejaring pemasaran. Adapun peningkatan penggunaan digital marketing ditempatkan sebagai pengungkit pada tahap berikutnya, setelah mutu produk dan pesan merek telah stabil, agar aktivitas promosi tidak hanya meningkatkan jangkauan, tetapi juga mampu mendorong konversi pembelian secara lebih efektif (Purwanto, 2022). Urutan implementasi tersebut menunjukkan bahwa penguatan kualitas dan diferensiasi produk menjadi fondasi, yang kemudian diikuti penguatan identitas merek dan rantai pasok, sebelum ekspansi promosi dilakukan secara lebih agresif.

Hasil evaluasi internal menegaskan bahwa pengembangan abon bandeng dengan penambahan bonggol pisang ulin memiliki modal internal yang cukup untuk dikembangkan, terutama pada aspek diferensiasi inovasi (penambahan serat dari bahan lokal), potensi sebagai pangan fungsional, serta atribut produk yang mendukung daya tarik (cita rasa/tekstur dan harga). Temuan tersebut konsisten dengan logika hilirisasi produk perikanan yang menempatkan diferensiasi mutu dan nilai tambah sebagai prasyarat penguatan daya saing. Akan tetapi, kelemahan yang teridentifikasi menunjukkan bahwa

keberhasilan inovasi tidak hanya bergantung pada keunikan formulasi, melainkan pada kesiapan proses dan sistem produksi, termasuk penyederhanaan tahapan pengolahan, stabilitas pasokan bonggol pisang ulin, dan pengendalian risiko keamanan pangan melalui konsistensi SOP. Dengan demikian, strategi prioritas yang berfokus pada pengembangan varian produk dapat dipahami sebagai langkah untuk memperbaiki atribut sensori dan mutu sekaligus menurunkan hambatan penerimaan pasar.

Hasil evaluasi eksternal memperlihatkan bahwa peluang pasar relatif terbuka, terutama karena tren konsumen terhadap produk sehat dan alami serta meningkatnya minat pada inovasi pangan berbahan lokal. Dalam konteks keputusan pembelian, orientasi kesehatan diketahui berperan dalam mendorong pilihan konsumen terhadap produk pangan yang dipersepsikan lebih sehat (Ekasari & Jaya, 2021). Selain itu, pada segmen konsumen muda, nilai keberlanjutan juga berkaitan dengan minat terhadap pangan tradisional berbasis lokal (Kristia *et al*, 2024). Namun, skor eksternal yang belum optimal mengindikasikan bahwa peluang tersebut belum sepenuhnya dapat diubah menjadi pertumbuhan, terutama karena adanya ancaman berupa penerimaan pasar yang rendah terhadap produk tidak umum, tekanan persaingan dengan abon konvensional, fluktuasi bahan baku bandeng, dan tuntutan regulasi keamanan pangan. Implikasinya, strategi pengembangan perlu menyeimbangkan dua agenda: penguatan mutu produk agar layak bersaing dan penguatan komunikasi nilai agar konsumen memahami manfaat serta kredibilitas inovasi.

Pemilihan bonggol pisang ulin dalam inovasi produk perlu dipahami sebagai strategi diferensiasi berbasis sumber daya lokal, bukan semata substitusi bahan. Secara empiris, substitusi bonggol pisang pada produk sejenis telah dilaporkan dapat diterima pada formulasi tertentu, sehingga memberikan dasar bahwa pengayaan serat dari bahan nabati layak dikembangkan (Puspita *et al*, 2024). Namun, diferensiasi berbasis bahan lokal juga menuntut manajemen pasokan dan standardisasi proses yang memadai agar mutu produk stabil dan risiko keamanan pangan dapat ditekan. Oleh sebab itu, strategi pendukung berupa kolaborasi pasokan dan penguatan standar/sertifikasi menjadi relevan untuk memastikan inovasi dapat diproduksi secara konsisten, bukan hanya menarik secara konsep.

Secara keseluruhan, hubungan antara hasil SWOT dan QSPM menunjukkan urutan implementasi yang rasional dan operasional. SWOT menghasilkan peta alternatif strategi, sedangkan QSPM mengunci prioritas pelaksanaan berdasarkan daya tarik relatifnya (Dorcheh *et al*, 2021) (Rosihun *et al*, 2024). Strategi prioritas berupa pengembangan varian produk berfungsi sebagai fondasi untuk meningkatkan penerimaan dan konsistensi mutu. Setelah fondasi tersebut terbentuk, branding sehat lokal dan kolaborasi pasokan memperkuat positioning serta stabilitas produksi. Selanjutnya, digital marketing dapat dioptimalkan sebagai pengungkit perluasan pasar ketika produk dan pesan merek telah stabil (Purwanto, 2022). Dengan pola tersebut, rekomendasi strategi tidak berhenti pada daftar tindakan, tetapi menjadi urutan keputusan yang selaras dengan kebutuhan pengembangan produk olahan berbasis inovasi bahan lokal.

## Simpulan

Berdasarkan Matriks IFE, kondisi internal pengembangan abon bandeng dengan penambahan bonggol pisang ulin tergolong cukup kuat (skor 2,565), karena keunggulan inovasi ulin, potensi pangan fungsional, cita rasa/tekstur, dan harga relatif mampu menutupi kelemahan yang tersisa, terutama pada kompleksitas proses, konsistensi pasokan bonggol ulin, serta penerimaan sensori dan tampilan produk. Sementara itu, Matriks EFE menunjukkan respons terhadap lingkungan eksternal masih cenderung lemah (skor 2,437) meskipun peluang pasar terbuka melalui tren pangan sehat, circular economy, dan promosi digital, karena masih ada tekanan berupa rendahnya penerimaan produk inovatif, persaingan abon konvensional, fluktuasi bahan baku bandeng, dan tuntutan keamanan pangan. Pemetaan posisi menempatkan usaha pada kuadran agresif (1,01; 0,79), sehingga arah strategi yang tepat adalah pertumbuhan berbasis penguatan mutu dan kesiapan proses. Hasil QSPM menetapkan strategi prioritas pengembangan varian produk (TAS 6,903) dengan strategi pendukung branding produk sehat lokal (TAS 6,569) dan kolaborasi pasokan (TAS 5,897), sedangkan digital marketing (TAS 4,931) berperan sebagai pengungkit setelah mutu dan pesan merek stabil; urutan implementasi yang disarankan adalah memperkuat produk terlebih dahulu, kemudian memperkuat merek dan rantai pasok, lalu memperluas pasar melalui kanal digital. Implikasinya, peluang pasar tidak akan optimal bila kualitas, standardisasi proses, dan rantai pasok belum kuat, sehingga urutan implementasi yang disarankan adalah memperkuat produk melalui SOP dan stabilisasi formula, memastikan pasokan serta kesiapan keamanan pangan/sertifikasi, mengembangkan varian bertahap berbasis uji pasar sekaligus memperjelas nilai pada kemasan/branding, lalu memperluas jangkauan melalui kanal digital; untuk penelitian selanjutnya disarankan uji sensori konsumen lintas segmen, pengujian mutu-keamanan pangan dan umur simpan (mis. aw, kadar air, mikrobiologi), analisis kelayakan finansial dan struktur biaya, kajian skenario rantai pasok bonggol pisang ulin beserta mitigasinya, serta evaluasi efektivitas pesan dan desain pemasaran digital (mis. A/B testing) agar strategi yang dipilih benar-benar meningkatkan penerimaan dan kinerja usaha.

## Daftar Pustaka

- Ababouch, L., Nguyen, K. A. T., de Souza, M. C., & Fernandez-Polanco, J. (2023). *Value chains and market access for aquaculture products*. *Journal of the World Aquaculture Society*, 54(2), 527–553. <https://doi.org/10.1111/jwas.12964>
- Ahmad, M., & Wilkins, S. (2025). Purposive sampling in qualitative research: A framework for the entire journey. *Quality & Quantity*, 59, 1461–1479. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-02022-5>
- Ali, A., Wei, S., Ali, A., Khan, I., Sun, Q., Xia, Q., Wang, Z., Han, Z., Liu, Y., & Liu, S. (2022). Research progress on nutritional value, preservation and processing of fish—A review. *Foods*, 11(22), 3669. <https://doi.org/10.3390/foods11223669>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2024, February 26). *Produksi dan nilai produksi perikanan budidaya menurut kabupaten/kota dan komoditas utama di Provinsi Jawa Timur, 2022* [Tabel statistik].

- Ben-Abdallah, R., Shamout, M. D., & Alshurideh, M. (2022). Business development strategy model using EFE, IFE and IE analysis in a high-tech company: An empirical study. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(S2), 1–13.
- Dewi, E. N., Ibrahim, R., & Yuaniva, N. (2012). The shelf-life of seasoned fish meat floss (abon ikan) made from red tilapia (*Oreochromis niloticus* Trewavas) processed by different frying methods. *Saintek Perikanan: Indonesian Journal of Fisheries Science and Technology*, 6(2), 6–12. <https://doi.org/10.14710/ijfst.6.2.6-12>
- Dorcheh, F. R., Hajiagha, S. H. R., Rahbari, M., Javari-sadeghi, V., & Mahdiraji, H. A. (2021). Identification, analysis and improvement of red meat supply chain strategies considering the impact of COVID-19 pandemic: A hybrid SWOT–QSPM approach in an emerging economy. *British Food Journal*, 123(12), 4194–4223. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2020-0865>
- Ekasari, R., & Jaya, I. M. L. M. (2021). The determinants of consumer purchasing decisions of health food products: An empirical study from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(12), 519–528. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no12.0519>
- Gayathry, K. S., & John, J. A. (2025). Phenolic profile, antioxidant, and hypoglycaemic potential of pseudostem and inflorescence extracts of three banana cultivars. *Biomass Conversion and Biorefinery*, 15, 2387–2395. <https://doi.org/10.1007/s13399-023-04970-8>
- Ghosh, S., Banerjee, M., & Goswami, A. (2025). QSPM model-based socio-economic vulnerability assessment of farmers in the riverine tract of Atrayee and Punarbhaba. *Journal of Computer Science*, 18(09), 14–29.
- Hidayat, T., Najah, Z., Putri, N. A., & Zulmaneri. (2019). The evaluation of good manufacturing practices (GMP) in fish processing SME center case study of Balikpapan City. *Food ScienTech Journal*, 1(1), 45–53. <https://doi.org/10.33512/fsj.v1i1.6245>
- Kristia, K., Kovács, S., & Erdey, L. (2024). Generation Z's appetite for traditional food: Unveiling the interplay of sustainability values as higher order construct and food influencers in Indonesia. *Discover Sustainability*, 5, Article 493. doi:10.1007/s43621-024-00714-4
- Manurung, D. C., Pato, U., & Rossi, E. (2017). Karakteristik kimia dan mutu sensori bakso ikan patin dengan penggunaan tepung bonggol pisang dan tapioka. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau (JOM FAPERTA)*, 4(1).
- Mutmainah, D. N., Slamet, A. H. H., Dhandy, R., Wulandari, S. A., Brillyantina, S., Asmunir, & Kusumaningrum, K. (2023). Penentuan potensi tambak bandeng di Kabupaten Sidoarjo menggunakan *Analytical Hierrarchy Process*. *CEMARA*, 20(2), 9–18.
- Nababan, R. P., & Nofrian, F. (2025). Analisis hilirisasi perikanan di Indonesia. *Journal of Development Economic and Digitalization*, 4(2), 35–47. <https://doi.org/10.59664/jded.v4i2.9008>

- Nurdin, A. A. M., Rasyid, R., & Amran, F. D. (2025). Analisis nilai tambah pengolahan ikan bandeng di Kabupaten Pangkep (Studi kasus UMKM Diva Bandeng di Desa Bulu Cindea, Kecamatan Bungoro). *Agricentra: Jurnal Sains Agribisnis*, 1(3). <https://doi.org/10.33096/agricentra.v1i3.924>
- Perwiranegara, A. A. (2022). Teaching factory management in the industrial era 4.0 in Indonesia. *International Journal of Science and Society*, 4(3), 151–162. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v4i3.508>
- Purwanto, A. (2022). How the role of digital marketing and brand image on food product purchase decisions? An empirical study on Indonesian SMEs in the digital era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6), 34–41. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i6.323>
- Puspita, A., Hermanto, Rejeki, S., & Elvira, I. (2024). Pengaruh substitusi bonggol pisang kepok (*Musa paradisiaca* L.) terhadap karakteristik organoleptik dan analisis kimia abon ikan bandeng. *Journal of Innovative Food Technology and Agricultural Product*, 2(2), 6–10. <https://doi.org/10.31316/jitap.v2i2.7324>
- Putra, B. P., & Ulfah, M. (2025). Competitive strategy formulation through SWOT and QSPM on PJAP services owned by Tax Center Polibatam. In *Proceedings of the Sixth International Conference on Applied Economics and Social Science (ICAESS 2024)* (Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 312). Atlantis Press. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-640-6\\_2](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-640-6_2)
- Riahi Dorcheh, F., Razavi Hajiagha, S. H., Rahbari, M., Jafari-Sadeghi, V., & Amoozad Mahdiraji, H. (2021). Identification, analysis and improvement of red meat supply chain strategies considering the impact of COVID-19 pandemic: A hybrid SWOT–QSPM approach in an emerging economy. *British Food Journal*, 123(12), 4194–4223. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2020-0865>
- Rochmad, I., & Iskandar, I. (2021). Analysis of business strategy of PT. XXX using the SPACE matrix model. *Journal of Mechanical, Civil and Industrial Engineering*, 2(2), 7–16. <https://doi.org/10.32996/jmcie.2021.2.2.2>
- Rosihun, M., Swastawati, F., & Riyadi, P. H. (2024). SWOT and QSPM analysis for the implementation of basic processing feasibility in pindang fish quality development in Pekalongan Regency, Central Java. *Jurnal Perikanan Universitas Gadjah Mada*, 26(2). <https://doi.org/10.22146/jfs.91744>
- Saptaningtyas, W. W. E., & Nurwidayati, T. (2020). Kajian literatur menuju ekonomi sirkular untuk pisang dan produk olahannya. Dalam *SNITT—Politeknik Negeri Balikpapan 2020: Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi Terapan*.
- Sardana, N., Shekoohi, S., Cornett, E. M., & Kaye, A. D. (2023). Qualitative and quantitative research methods. In A. D. Kaye, R. D. Urman, E. M. Cornett, & A. Edinoff (Eds.), *Substance Use and Addiction Research: Methodology, Mechanisms, and Therapeutics* (pp. 65–69). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-98814-8.00008-1>
- Sriyanti, & Humaidi, M. (2024). Analisis pendapatan usaha budidaya ikan bandeng di Desa Segoro Tambak, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. *Agriwitas: Jurnal Pertanian*, 3(2), 68–77.

- 
- Stratton, S. J. (2024). Purposeful sampling: Advantages and pitfalls. *Prehospital and Disaster Medicine*, 39(2), 121–122. <https://doi.org/10.1017/S1049023X24000281>
- Tomeska, E. P., Salamovska, S. M., & Dimeski, N. (2024). Space matrix method application in the strategic analysis of the volatile environment. In *XIII International Conference on Economy, Business & Society in Digitalized Environment (EBSiDE 2024) Proceedings* (pp. 349–359). <https://doi.org/10.20544/EBSiDE.02.01.24.p32>