

ANALISIS SWOT PEMANFAATAN BAHAN LOKAL DALAM PENGEMBANGAN OTAK-OTAK SEBAGAI PRODUK UNGGULAN UMKM KULINER KHAS KAMPUNG KIJANG BINTAN

Oleh

Sarianto Zalukhu¹, Eva Amalia²

^{1,2}Program Studi Manajemen Kuliner, Batam Tourism Polytechnic

E-mail: ¹sariantozalukhu29@gmail.com, ²eva@btp.ac.id

Article History:

Received: 01-11-2025

Revised: 27-11-2025

Accepted: 01-12-2025

Keywords:

SWOT Analysis, Local Resources, Otak-otak, Culinary MSMEs, Kampung Kijang

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan bahan lokal dalam pengembangan produk otak-otak sebagai produk kuliner unggulan UMKM di Kampung Kijang, Kabupaten Bintan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya penguatan daya saing UMKM berbasis sumber daya lokal dalam mendukung ekonomi kreatif daerah. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus, melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen. Sebanyak 30 responden terlibat dalam penelitian ini, dengan komposisi 63,3% perempuan dan 66,7% berusia 20–29 tahun, serta mayoritas berpendidikan SMA (76,7%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk otak-otak Kampung Kijang memiliki keunggulan pada ketersediaan bahan baku ikan segar lokal, cita rasa autentik, dan harga terjangkau. Namun kelemahan utama ditemukan pada kemasan produk, informasi label, serta minimnya pemasaran digital. Hasil perhitungan matriks SWOT menunjukkan nilai IFAS sebesar 3,15 dan EFAS sebesar 3,18, menempatkan UMKM ini pada Kuadran I, sehingga strategi agresif (SO) merupakan pendekatan yang paling tepat. Strategi yang direkomendasikan mencakup inovasi kemasan, optimalisasi pemasaran digital dan marketplace, penguatan branding berbasis bahan lokal, serta kemitraan dengan nelayan untuk menjaga stabilitas pasokan bahan baku. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar penyusunan strategi pengembangan kuliner lokal yang berkelanjutan dan mampu meningkatkan daya saing UMKM otak-otak Kampung Kijang di tingkat regional maupun nasional.

PENDAHULUAN

Kepulauan Riau merupakan salah satu daerah dengan potensi kuliner pesisir yang khas dan beragam. Kampung Kijang, yang terletak di Kabupaten Bintan, dikenal luas sebagai sentra pengolahan otak-otak, yaitu produk olahan berbasis ikan yang dibungkus daun kelapa atau daun pisang lalu dipanggang. Otak-otak tidak hanya populer di kalangan masyarakat setempat, tetapi juga telah menjadi ikon kuliner yang dicari oleh wisatawan domestik dan

mancanegara. Keunggulan otak-otak khas Kampung Kijang terletak pada pemanfaatan bahan baku lokal, terutama ikan segar hasil tangkapan nelayan setempat, serta penggunaan bumbu rempah tradisional yang mempertahankan cita rasa autentik. Praktik ini memperlihatkan keterkaitan erat antara sektor perikanan, UMKM kuliner, dan keberlanjutan ekonomi masyarakat pesisir. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM otak-otak di Kampung Kijang menghadapi berbagai tantangan. Fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku ikan menjadi salah satu persoalan utama yang dapat memengaruhi kualitas dan kontinuitas produksi. Selain itu, kemasan produk yang cenderung konvensional dan kurang menarik membuat daya saing produk ini di pasar yang lebih luas menjadi terbatas. Di era digital, keterbatasan kemampuan pemasaran daring (digital marketing) juga menjadi hambatan yang signifikan, padahal potensi pasar online terus tumbuh pesat seiring meningkatnya penetrasi internet dan perilaku konsumen yang beralih ke belanja daring. Di sisi lain, munculnya produk sejenis dari daerah lain dengan inovasi kemasan dan strategi pemasaran yang lebih agresif menimbulkan tekanan kompetitif yang serius bagi UMKM otak-otak Kampung Kijang (Yusiani et al. 2025).

Konteks UMKM otak-otak Kampung Kijang menjadi menarik untuk dikaji dengan pendekatan ini. Di satu sisi, UMKM ini memiliki kekuatan seperti ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah, cita rasa autentik, dan proses pengolahan tradisional yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Di sisi lain, kelemahan seperti kemasan yang belum inovatif, keterbatasan digital marketing, dan belum optimalnya sertifikasi mutu menjadi penghambat ekspansi pasar. Sementara itu, peluang terbuka luas dengan tren wisata kuliner yang meningkat, dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan ekonomi kreatif, serta potensi pasar daring yang semakin besar. Ancaman yang perlu diantisipasi meliputi persaingan produk sejenis, fluktuasi harga bahan baku ikan, dan perubahan selera konsumen. Melihat kondisi tersebut, diperlukan penelitian yang tidak hanya mendeskripsikan potensi UMKM otak-otak, tetapi juga mengidentifikasi secara sistematis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhinya serta merumuskan strategi pengembangan yang sesuai. Dengan memahami posisi UMKM otak-otak Kampung Kijang dalam matriks SWOT, pemangku kepentingan dapat merancang kebijakan dan program pendukung yang lebih tepat sasaran, misalnya dalam bentuk pelatihan inovasi kemasan, penguatan pemasaran digital, kemitraan dengan pemasok bahan baku, dan fasilitasi sertifikasi mutu produk (Chuzairi et al. 2021).

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan penelitian (*research gap*) tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan sumber daya lokal dalam pengembangan otak-otak sebagai produk kuliner unggulan Kampung Kijang melalui pendekatan analisis SWOT. Secara spesifik, penelitian ini berupaya (1) mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal UMKM otak-otak Kampung Kijang, (2) memetakan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi, dan (3) merumuskan strategi pengembangan yang tepat berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perumusan strategi pengembangan produk kuliner lokal yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi, baik bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, maupun pihak-pihak terkait lainnya (Zulkarnain et al. 2025).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan (UKM and Indonesia

2023), sektor ini menyumbang sekitar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Kontribusi yang sangat signifikan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM tidak hanya penting bagi pembangunan ekonomi nasional, tetapi juga bagi pengurangan kesenjangan sosial dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Di antara berbagai sektor UMKM, subsektor kuliner memiliki peran strategis karena secara langsung berhubungan dengan kebutuhan dasar masyarakat dan menjadi bagian dari identitas budaya lokal. Produk kuliner lokal yang dikembangkan oleh UMKM bukan sekadar komoditas, tetapi juga media pelestarian warisan budaya, pembentuk citra destinasi wisata, dan penggerak ekonomi kreatif daerah. (Bintan 2024)(Indonesia 2023)

Kebanyakan studi hanya membahas aspek teknis pengolahan atau aspek pemasaran secara parsial, sehingga belum memberikan gambaran komprehensif tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM kuliner berbasis sumber daya lokal. Padahal, dalam konteks penguatan daya saing UMKM, analisis menyeluruh yang mencakup faktor internal dan eksternal menjadi sangat penting. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk tujuan tersebut adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Metode ini memungkinkan peneliti untuk memetakan kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta kondisi eksternal (peluang dan ancaman) suatu usaha secara sistematis dan terstruktur. Analisis SWOT telah banyak digunakan dalam penelitian pengembangan produk dan strategi bisnis UMKM karena kemampuannya mengintegrasikan berbagai aspek yang memengaruhi kinerja usaha (Rangkuti 2021). Melalui pemetaan yang komprehensif ini, dapat dirumuskan strategi pengembangan yang tepat sesuai posisi usaha dalam matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary).

Berbagai penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya pemanfaatan bahan lokal sebagai strategi peningkatan nilai tambah produk kuliner. Misalnya, (Setiawan and Yusuf 2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan bahan lokal tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memperkuat identitas merek daerah. (Ali, Chen, and Siregar 2022) menemukan bahwa keterlibatan masyarakat lokal dalam rantai pasok kuliner mampu meningkatkan kesejahteraan dan mendukung keberlanjutan sumber daya alam. Namun, kajian yang secara khusus menganalisis strategi pengembangan produk kuliner berbasis ikan di daerah pesisir dengan pendekatan yang sistematis masih terbatas.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan otak-otak sebagai produk kuliner unggulan Kampung Kijang tidak hanya bergantung pada mutu rasa dan ketersediaan bahan baku lokal, tetapi juga pada kemampuan UMKM beradaptasi terhadap dinamika pasar melalui inovasi, peningkatan mutu, dan optimalisasi strategi pemasaran. Tantangan yang dihadapi, seperti persaingan dari produk sejenis, fluktuasi bahan baku, dan keterbatasan dalam pemasaran digital, menunjukkan perlunya pendekatan analitis yang dapat memetakan permasalahan secara holistik. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan guna merumuskan strategi pengembangan yang lebih komprehensif, berbasis data, dan SWOT yang selaras dengan potensi lokal. Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan pengetahuan di bidang UMKM dan kuliner lokal, tetapi juga menjadi referensi praktis bagi para pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendorong keberlanjutan dan daya saing ekonomi masyarakat pesisir di Kepulauan Riau, khususnya Kampung Kijang.

LANDASAN TEORI

Teori swot

Analisis SWOT merupakan suatu metode analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kondisi internal serta eksternal suatu organisasi atau unit usaha dalam rangka merumuskan strategi pengembangan. Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT terdiri atas empat komponen utama yaitu kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang berada dalam kendali organisasi dan berpengaruh terhadap kinerja, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan luar dan tidak dapat dikendalikan secara langsung. Analisis SWOT digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi yang tepat dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Dalam konteks penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan produk otak-otak berbahan baku lokal sebagai produk unggulan UMKM kuliner di Kampung Kijang, Kabupaten Bintan. Faktor kekuatan dapat berupa ketersediaan bahan baku ikan laut segar, cita rasa khas daerah, serta dukungan budaya kuliner lokal. Sementara itu, kelemahan dapat mencakup keterbatasan teknologi pengolahan, kualitas kemasan, serta kapasitas produksi yang relatif kecil. Peluang meliputi berkembangnya pariwisata kuliner di Bintan, meningkatnya tren konsumsi produk lokal, serta dukungan pemerintah terhadap UMKM. Adapun ancaman dapat muncul dari adanya persaingan produk sejenis dari daerah lain, perubahan preferensi konsumen, serta fluktuasi harga bahan baku. Dengan demikian, analisis SWOT dalam penelitian ini berperan sebagai alat untuk merumuskan strategi pengembangan produk otak-otak berbasis bahan lokal agar lebih kompetitif dan berdaya saing tinggi di pasar lokal maupun nasional.

Teori pengembangan

Pengembangan penelitian (research development) merujuk pada suatu pendekatan sistematis yang bertujuan untuk menghasilkan, memodifikasi, serta menguji efektivitas suatu produk, konsep, maupun model sehingga dapat memberikan kontribusi teoretis dan aplikatif. Sugiyono (2019) mendefinisikan penelitian pengembangan sebagai proses ilmiah yang tidak hanya memfokuskan pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada peningkatan kualitas produk yang telah ada melalui evaluasi empiris dan uji efektivitas. Sejalan dengan pandangan Borg dan Gall (dalam Sugiyono, 2019), penelitian pengembangan berorientasi pada penyempurnaan struktur, fungsi, dan nilai guna suatu objek kajian agar lebih relevan dengan tuntutan pengguna dan kondisi kontekstual lapangan.

Pada kajian ini, konsep pengembangan diarahkan pada peningkatan kualitas dan daya saing produk otak-otak berbasis bahan lokal di Kampung Kijang, Kabupaten Bintan. Proses pengembangan dilakukan melalui identifikasi potensi bahan baku lokal, analisis kebutuhan konsumen, serta perancangan strategi yang mencakup inovasi rasa, peningkatan mutu produksi, penguatan kemasan, dan optimalisasi branding sebagai produk kuliner khas daerah. Pendekatan tersebut bertujuan menghasilkan model pengembangan yang berkelanjutan, mampu mendukung struktur ekonomi lokal, memperkuat karakter identitas kuliner daerah, serta meningkatkan posisi kompetitif UMKM dalam pasar regional. Dengan demikian, teori pengembangan penelitian menjadi landasan konseptual penting dalam

merumuskan strategi pemberdayaan dan penguatan UMKM kuliner berbasis potensi sumber daya lokal.

UMKM

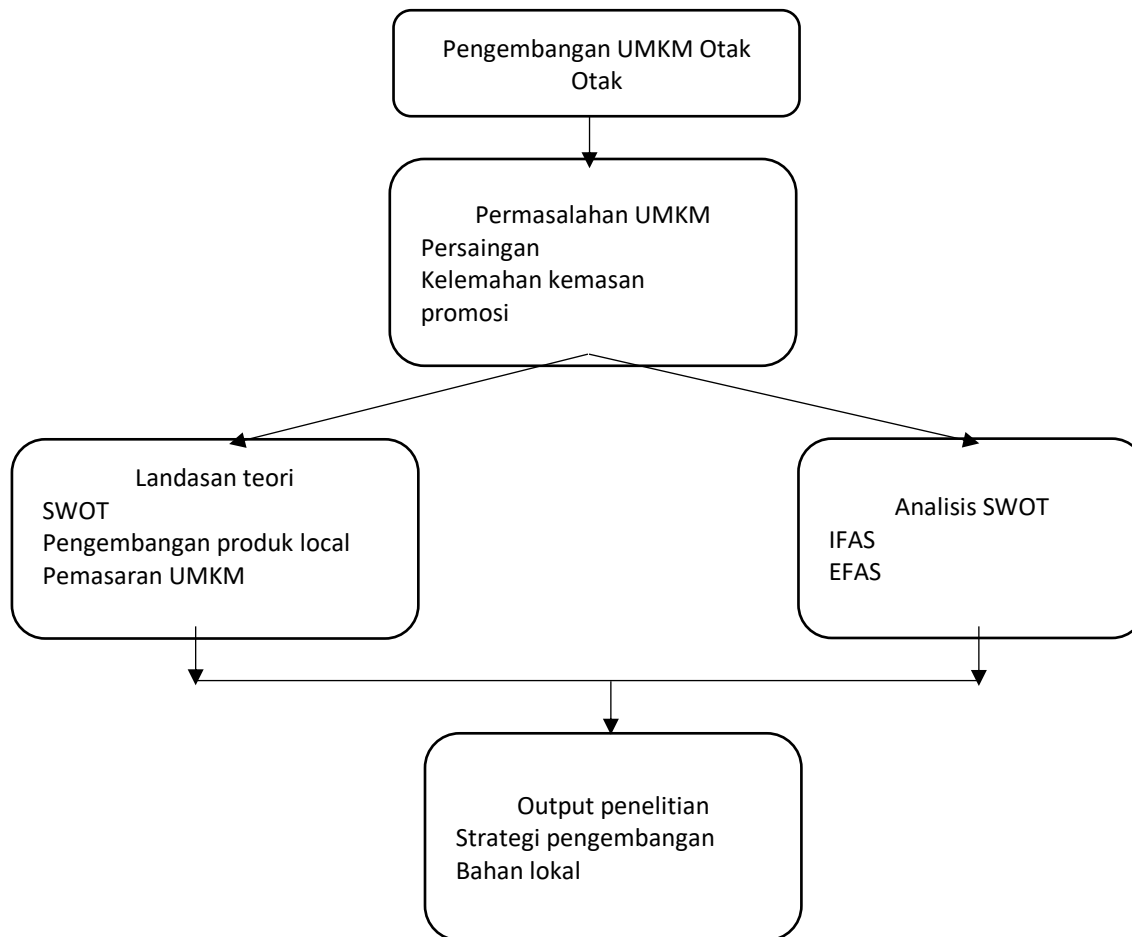
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor produktif yang memegang peranan fundamental dalam memperkuat perekonomian nasional, terutama melalui kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan penguatan struktur ekonomi berbasis masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan menurut batasan kepemilikan modal, aset produktif, serta nilai omset tahunan yang dimiliki. Dalam perspektif pembangunan ekonomi daerah, UMKM dipandang sebagai elemen penggerak ekonomi lokal yang mampu mengoptimalkan potensi sumber daya, baik alam maupun sosial budaya, untuk menghasilkan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan (Tambunan, 2020).

Secara teoretis, UMKM berkaitan dengan pendekatan ekonomi kerakyatan yang menekankan praktik ekonomi berbasis potensi komunitas lokal. UMKM kuliner tradisional seperti pengolahan otak-otak di Kampung Kijang merupakan contoh nyata pemanfaatan kearifan lokal dan sumber daya alam setempat sebagai basis produksi dan identitas kuliner. Keunggulan UMKM terletak pada kemampuan adaptasi usaha yang lebih fleksibel, pemanfaatan input lokal secara efisien, serta kedekatan dengan pasar konsumen (Sarfiyah, 2020). Namun, sektor ini juga menghadapi hambatan struktural, termasuk akses pembiayaan terbatas, teknologi pengolahan yang sederhana, dan keterbatasan kapasitas pemasaran serta manajerial.

Dalam penelitian ini, UMKM diposisikan sebagai subjek yang memerlukan strategi pengembangan berbasis potensi lokal dan inovasi proses produksi untuk meningkatkan daya saing. Optimalisasi pemanfaatan bahan baku lokal, peningkatan kualitas produk, serta penguatan identitas kuliner daerah menjadi fokus strategi pengembangan yang diharapkan dapat mendukung keberlanjutan usaha dan memperkuat posisi UMKM dalam pasar regional. Dengan demikian, teori UMKM menjadi dasar konseptual dalam merumuskan rekomendasi strategi pengembangan produk otak-otak sebagai ikon kuliner khas Kampung Kijang, Bintan.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini berfungsi untuk menggambarkan alur logistik dalam menganalisis pemanfaatan bahan lokal sebagai dasar pengembangan produk otak-otak khas Kampung Kijang oleh pelaku UMKM. Kerangka ini disusun untuk menunjukkan hubungan antara potensi sumber daya lokal, proses pengolahan oleh UMKM, faktor pendukung dan penghambat, serta pengembangan strategi melalui pendekatan analisis SWOT.



Gambar 1. Kerangka berpikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus yang difokuskan pada UMKM otak-otak di Kampung Kijang, Kabupaten Bintan. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pendekatan kualitatif mampu memberikan gambaran mendalam tentang fenomena yang diteliti, termasuk aspek-aspek nonkuantitatif seperti persepsi pelaku usaha, motivasi konsumen, dan dinamika pasar local (Silitonga et al. 2024). Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola UMKM, observasi langsung terhadap proses produksi dan penjualan, dokumentasi berupa arsip penjualan serta foto kegiatan usaha, serta penyebaran kuesioner kepada konsumen untuk memperoleh data kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan. Data sekunder diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) (Bintan 2024), laporan Kementerian Koperasi dan UKM, artikel ilmiah, dan sumber literatur lain yang relevan.

Sebagai bagian dari analisis data, peneliti menggunakan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk memberikan bobot, rating, dan skor pada faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang

diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan kuesioner. Proses penilaian ini bertujuan mengukur tingkat pengaruh setiap faktor terhadap pengembangan otak-otak UMKM. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa total skor IFAS sebesar 3,15 dan total skor EFAS sebesar 3,18, yang menempatkan UMKM otak-otak Kampung Kijang pada kuadran I (strategi agresif) dalam matriks SWOT, sehingga pengembangan strategi diarahkan untuk memaksimalkan kekuatan internal guna meraih peluang eksternal secara optimal.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM kampung wisata otak-otak sei enam laut yang berlokasi di Jl. Sei Enam, Kijang kota, Kec. Bintan. Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau 29151.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan Analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari UMKM kampung wisata otak-otak Sei Enam Laut.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan sebagai alat evaluasi untuk menelaah kondisi internal dan eksternal UMKM Kampung Wisata Otak-otak Sei Enam Laut secara menyeluruh. Pendekatan ini dimanfaatkan untuk menyusun strategi pengembangan usaha yang berbasis potensi sumber daya lokal. SWOT mengkategorikan informasi menjadi empat komponen utama: kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Keempat komponen tersebut dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang diperoleh melalui hasil observasi lapangan, wawancara, serta studi dokumentasi.

Tahapan pelaksanaan analisis SWOT dalam penelitian ini meliputi:

1. Pengkajian Faktor Internal

Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang berasal dari karakteristik usaha itu sendiri. Analisis dilakukan melalui penilaian terhadap kemampuan produksi, kualitas bahan baku berbasis lokal, kompetensi tenaga kerja, sistem pengelolaan usaha, serta strategi pemasaran. Tujuan pengkajian ini adalah untuk menilai sejauh mana aspek internal mampu meningkatkan daya saing produk.

2. Pengkajian Faktor Eksternal

Faktor eksternal mencakup peluang serta ancaman yang timbul dari lingkungan bisnis di luar UMKM. Penilaian dilakukan dengan mempertimbangkan perkembangan wisata kuliner lokal, preferensi konsumen terhadap produk berbahan lokal, dukungan kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM, serta tingkat persaingan usaha sejenis di wilayah Bintan. Analisis ini dilakukan untuk melihat pengaruh lingkungan eksternal terhadap keberlanjutan dan pengembangan usaha.

3. Penyusunan Matriks SWOT

Data faktor internal dan eksternal disusun dalam bentuk matriks SWOT untuk menghasilkan gambaran posisi strategis UMKM. Matriks tersebut berperan sebagai

dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan situasi faktual di lapangan, baik dari sisi keunggulan maupun tantangan usaha.

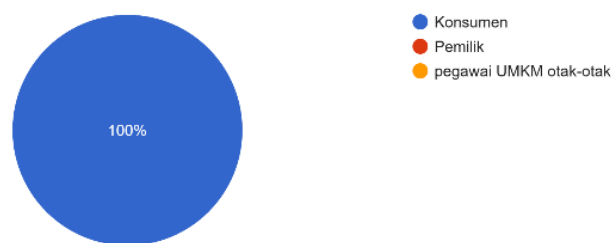
4. Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan Berdasarkan matriks SWOT, strategi pengembangan usaha kemudian dirumuskan dalam empat kategori strategi, yaitu:
 - a. *Strategi SO (Strength-Opportunity)*: Memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang tersedia.
 - b. *Strategi WO (Weakness-Opportunity)*: Memanfaatkan peluang eksternal untuk memperbaiki berbagai kelemahan internal.
 - c. *Strategi ST (Strength-Threat)*: Mengoptimalkan kekuatan internal guna mengantisipasi ancaman dari luar.
 - d. *Strategi WT (Weakness-Threat)*: Mengambil langkah defensif untuk mengurangi kelemahan dan menghindari risiko ancaman.

Melalui analisis SWOT yang dilakukan secara terstruktur, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran posisi kompetitif UMKM Kampung Wisata Otak-Otak Sei Enam Laut, tetapi juga menghasilkan rekomendasi strategi pengembangan yang relevan, berbasis potensi lokal, serta mampu menyesuaikan dengan dinamika persaingan industri kuliner di daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 39 responden yang seluruhnya merupakan konsumen otak-otak Kampung Kijang. Responden dipilih dengan metode purposive sampling, yakni mereka yang pernah membeli dan menikmati produk otak-otak sehingga mampu memberikan penilaian langsung terkait kualitas, harga, kemasan, maupun aspek lain yang relevan. Pemilihan metode ini dipandang tepat karena responden memiliki pengalaman nyata sebagai pengguna produk, sehingga informasi yang diberikan dapat mencerminkan kondisi pasar secara lebih akurat.

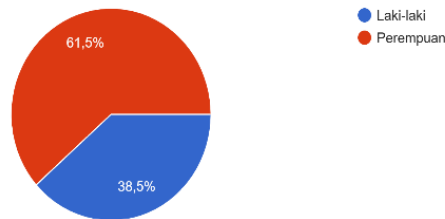
5. Status: Konsumen / Pemilik/pegawai UMKM otak-otak
39 jawaban



Gambar 2. Data status responden

Dari sisi demografi, responden penelitian ini didominasi oleh perempuan (61,5%), sedangkan laki-laki sebanyak 38,5%. Temuan ini sejalan dengan literatur pemasaran pangan yang menyatakan bahwa perempuan seringkali berperan dominan dalam keputusan konsumsi produk kuliner keluarga.

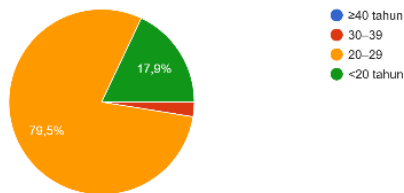
2. Jenis Kelamin:
39 jawaban



Gambar 3. Data responden Jenis kelamin

Ditinjau dari usia, mayoritas responden berada pada kelompok 20–29 tahun (79,9%), diikuti oleh kelompok usia <20 tahun (17,9%), sementara sisanya berusia 30–39 tahun (2,6%) dan ≥40 tahun (3,3%).

3. Usia:
39 jawaban

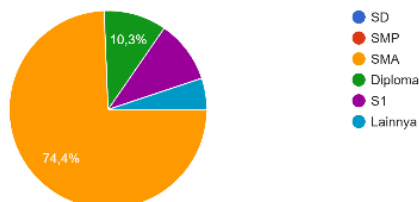


Gambar 4. Data Tabel responden Berdasarkan usia

Hal ini memperlihatkan bahwa generasi muda merupakan segmen pasar utama otak-otak Kampung Kijang, sekaligus menunjukkan potensi besar untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital karena kelompok usia ini cenderung aktif menggunakan teknologi dan media sosial.

Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden berpendidikan SMA (74,4%), diikuti Diploma (10,3%), S1 (10,3%), dan lainnya (5,1%).

4. Pendidikan terakhir:
39 jawaban



Gambar 5. Data Tabel Responden Berdasarkan Pendidikan

Komposisi ini menggambarkan bahwa otak-otak Kampung Kijang mampu menjangkau konsumen dengan latar belakang pendidikan yang beragam, meskipun segmen pasar terkuat tetap berada pada kelompok menengah. Kondisi ini penting untuk dipertimbangkan dalam

merancang strategi promosi yang komunikatif dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan konsumen.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa UMKM otak-otak di Kampung Kijang berada pada posisi kuadran I dalam matriks SWOT dengan skor IFAS sebesar 3,15 dan EFAS sebesar 3,18. Posisi ini menggambarkan kondisi “tinggi-tinggi”, yakni kombinasi kekuatan internal yang besar dan peluang eksternal yang luas. Secara teoritik, (Rangkuti 2021) menyatakan bahwa organisasi yang berada pada kuadran ini layak menerapkan strategi agresif atau strategi pertumbuhan, yaitu memaksimalkan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar secara optimal.

Analisis kualitatif menunjukkan bahwa keunggulan utama UMKM otak-otak terletak pada ketersediaan bahan baku ikan segar yang melimpah, cita rasa autentik khas Melayu, harga terjangkau, dan keterampilan pengolahan tradisional. Faktor-faktor ini sesuai dengan hasil penelitian (Hidayat, Susanto, and Lestari 2023) yang menemukan bahwa pemanfaatan bahan lokal memperkuat diferensiasi produk kuliner dan meningkatkan loyalitas konsumen. Sebaliknya, kelemahan yang muncul seperti kemasan yang belum modern, keterbatasan pemasaran digital, dan keterbatasan modal usaha berpotensi menghambat ekspansi pasar dan inovasi produk. Temuan ini sejalan dengan (Kusumawati, Prabowo, and Widodo 2023) yang menekankan pentingnya inovasi kemasan dan strategi promosi berbasis teknologi digital untuk memperluas pangsa pasar UMKM kuliner.

Dari sisi eksternal, peluang yang dimiliki UMKM otak-otak mencakup tren wisata kuliner yang semakin meningkat, dukungan program pemerintah daerah dalam pengembangan produk lokal, dan potensi pasar daring (online marketplace). Faktor-faktor ini memberikan landasan yang kuat untuk memperluas distribusi dan memperkuat branding produk. Namun ancaman berupa persaingan produk serupa, fluktuasi harga bahan baku ikan, perubahan selera konsumen, serta pengetatan regulasi keamanan pangan mengharuskan UMKM meningkatkan standar mutu, stabilitas pasokan bahan baku, dan inovasi produk.

Analisis kuantitatif menggunakan skor IFAS dan EFAS yang ditampilkan dalam Tabel 3 di bawah ini memperjelas posisi strategis UMKM otak-otak.

Tabel 1. Tabel Faktor Internal IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Cita rasa khas	0,15	3,3	0,50
Bahan baku segar lokal	0,15	3,3	0,50
Harga sesuai kualitas	0,10	3,3	0,33
Kemasan produk kurang modern	0,20	3,0	0,60
Label informasi belum lengkap	0,15	2,9	0,44
Ketersediaan produk terbatas	0,25	3,1	0,78
Total IFAS	1,00	-	3,15

Tabel 2. Tabel Faktor Eksternal EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Minat beli online tinggi	0,25	3,1	0,78
Dukungan konsumen sebagai ikon	0,25	3,4	0,85
Persaingan produk luar	0,25	3,0	0,75
Harga bersaing ketat	0,25	3,2	0,80

Total EFAS	1,00	-	3,18
-------------------	-------------	----------	-------------

Hasil skor IFAS (3,15) dan EFAS (3,18) menempatkan UMKM otak-otak Kampung Kijang pada Kuadran I (Strength–Opportunity). Posisi ini menunjukkan strategi yang tepat adalah strategi agresif/growth strategy.

Dengan menggabungkan kedua analisis tersebut, UMKM otak-otak Kampung Kijang menempati posisi Kuadran I dalam Matriks SWOT (Strategi SO). Posisi ini menunjukkan bahwa strategi yang paling tepat adalah strategi agresif (growth strategy). Strategi ini menekankan pada pemanfaatan kekuatan internal secara maksimal untuk merebut peluang eksternal. Artinya, UMKM perlu menonjolkan cita rasa khas dan bahan lokal yang berkualitas, sekaligus memperluas penetrasi pasar melalui promosi digital, inovasi produk, dan penguatan branding sebagai ikon kuliner khas Bintang. Dengan langkah ini, UMKM tidak hanya mampu mempertahankan pasar yang sudah ada, tetapi juga memperluas jangkauan konsumen baru melalui kanal pemasaran modern.

Tabel 3. Tabel Strategi SWOT

	Opportunities (O)	Threats (T)
Strengths (S)	Strategi SO: 1. Memperluas promosi digital dan e-commerce dengan menonjolkan cita rasa khas. 2. Menggunakan bahan lokal sebagai nilai jual utama dalam branding. 3. Menetapkan otak-otak sebagai ikon kuliner Bintang melalui event kuliner dan pariwisata.	Strategi ST: 1. Menjaga kualitas bahan baku untuk mengurangi dampak persaingan. 2. Melakukan diversifikasi produk agar tetap relevan dengan selera konsumen. 3. Mengurus sertifikasi halal/izin edar untuk meningkatkan kepercayaan pasar.
Weaknesses (W)	Strategi WO: 1. Meningkatkan kualitas kemasan dan label agar produk layak jual di marketplace. 2. Memperluas distribusi agar produk mudah diakses di luar daerah. 3. Mengintegrasikan sistem pre-order online untuk mengatasi keterbatasan ketersediaan.	Strategi WT: 1. Meningkatkan promosi agar produk lebih dikenal dibanding pesaing luar daerah. 2. Memberikan diskon bundling untuk menjaga daya saing harga. 3. Menjalin kemitraan dengan nelayan untuk menjaga stabilitas bahan baku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa khas, penggunaan bahan baku lokal, dan dukungan konsumen merupakan kekuatan utama UMKM otak-otak Kampung Kijang. Namun demikian, kelemahan pada aspek kemasan, label, dan distribusi perlu segera diperbaiki agar produk mampu bersaing di pasar digital.

Dari sisi eksternal, peluang utama adalah tren belanja online dan dukungan konsumen agar otak-otak menjadi ikon kuliner daerah. Akan tetapi, ancaman dari produk luar daerah dan ketatnya persaingan harga tetap harus diantisipasi.

Secara strategis, UMKM ini layak menerapkan strategi agresif (SO) dengan fokus pada inovasi kemasan, penguatan branding berbasis lokal, serta penetrasi pasar digital. Strategi pendukung lain berupa peningkatan kualitas, sertifikasi, dan promosi kreatif juga diperlukan agar otak-otak Kampung Kijang tidak hanya bertahan, tetapi mampu berkembang menjadi ikon kuliner Bintang yang berdaya saing tinggi.

KESIMPULAN

Berisi Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan UMKM otak-otak Kampung Kijang, dapat dirumuskan beberapa poin kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap otak-otak Kampung Kijang tergolong sangat baik. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa aspek cita rasa, kualitas bahan baku, dan harga memperoleh penilaian tertinggi dengan rata-rata skor di atas 4,0 (skala 1–5). Meski demikian, terdapat beberapa kekurangan pada kemasan, kelengkapan label informasi, serta distribusi produk yang masih perlu ditingkatkan agar mampu bersaing di pasar modern.
2. Hasil analisis IFAS menunjukkan skor 3,15, yang mengindikasikan bahwa kekuatan internal UMKM lebih menonjol dibanding kelemahannya. Keunggulan utama terletak pada cita rasa khas dengan bahan baku lokal segar, sedangkan kelemahan dominan berada pada kemasan dan informasi produk.
3. Analisis EFAS menghasilkan skor 3,18, menandakan peluang eksternal yang tersedia cukup besar untuk dimanfaatkan. Peluang terbesar adalah tren meningkatnya pembelian online serta dukungan konsumen menjadikan otak-otak sebagai ikon kuliner daerah. Namun, ancaman tetap ada berupa produk pesaing dari luar daerah dan kompetisi harga yang ketat.
4. Kombinasi hasil IFAS dan EFAS menempatkan UMKM otak-otak Kampung Kijang pada Kuadran I dalam Matriks SWOT (Strength–Opportunity). Posisi ini mengarah pada penerapan strategi agresif atau pertumbuhan, yaitu mengoptimalkan kekuatan internal guna meraih peluang eksternal yang tersedia.
5. Strategi pengembangan yang dapat dijalankan meliputi:
 - a. Strategi SO: memperluas promosi digital dan marketplace, menonjolkan keunggulan cita rasa lokal, serta memperkuat citra sebagai ikon kuliner Bintang.
 - b. Strategi ST: menjaga konsistensi bahan baku, melakukan diversifikasi produk, serta melengkapi sertifikasi halal dan izin edar.
 - c. Strategi WO: memperbaiki kemasan dan label, memperluas jaringan distribusi, serta mengembangkan sistem pre-order online.
 - d. Strategi WT: meningkatkan intensitas promosi untuk bersaing dengan produk luar, menawarkan paket diskon, serta menjalin kerja sama dengan nelayan lokal demi menjaga pasokan bahan baku.

Secara keseluruhan, UMKM otak-otak Kampung Kijang memiliki prospek yang baik untuk berkembang apabila mampu mengoptimalkan keunggulan internal, memanfaatkan peluang eksternal, serta sekaligus memperbaiki kelemahan dan mengantisipasi ancaman pasar.



Gambar 6. Hasil Dokumentasi

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Kehadiran-Nya senantiasa menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penelitian.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan Eva Amalia, SH, M.Si, selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing, memberi arahan, dan membagikan ilmunya secara tulus. Bimbingan beliau bukan hanya memperkaya pengetahuan akademik penulis, tetapi juga membentuk sikap disiplin dan ketekunan yang menjadi modal penting dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh staf dan pihak administrasi Batam Tourism Polytechnic yang telah memberikan dukungan fasilitas, kemudahan administrasi, serta bantuan teknis yang sangat berarti dalam kelancaran penelitian.

Rasa terima kasih mendalam penulis tujukan kepada keluarga tercinta dan sahabat-sahabat yang selalu hadir dengan doa, motivasi, dan semangat tanpa henti. Kehadiran mereka menghadirkan energi positif yang menenangkan dan memacu penulis untuk terus melangkah meski menghadapi kesulitan.

Akhirnya, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan inspirasi dari berbagai pihak. Segala bentuk kontribusi, baik yang nyata maupun yang tak terlihat, sangat berarti dan penulis ucapkan terima kasih yang tulus. Semoga semua kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali, M, J Chen, and D Siregar. 2022. "Sustainable Food System and Local Resource Utilization in Culinary SMEs." *International Journal of Business Sustainability* 10 (1): 45–60.
- [2] Bintan, Badan Pusat Statistik Kabupaten. 2024. "Statistik Ekonomi Kreatif Kabupaten Bintan 2024." Bintan: BPS Kabupaten Bintan.
- [3] Chuzairi, Ahmad, Muhammad Alfian Sidik, Kamarazuman Kamaruzaman, Aulia Rahman, and Ratna Susanti. 2021. "Analisis Dampak Wabah Covid-19 Terhadap Ekonomi UMKM Oleh-Oleh Di Sei Enam, Kijang - Bintan." *JPPM Kepri: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau* 1 (1): 44–55. <https://doi.org/10.35961/jppmkepri.v1i1.171>.
- [4] Hidayat, R, A Susanto, and N Lestari. 2023. "Pemanfaatan Bahan Lokal Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kuliner Tradisional." *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Inovasi* 8 (2): 45–60. <https://doi.org/10.31219/jekni.2023.82.45>.
- [5] Indonesia, Kementerian Koperasi dan U K M Republik. 2023. "Data Perkembangan UMKM Nasional 2023." Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- [6] Kusumawati, Rina, Teguh Prabowo, and Agus Widodo. 2023. "Pengembangan Produk Kuliner Berbasis Potensi Lokal." *Jurnal Manajemen & Bisnis Indonesia* 9 (1): 55–67.
- [7] Rangkuti, Freddy. 2021. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Setiawan, B, and M Yusuf. 2021. "Analisis Daya Saing Produk Pangan Lokal Berbasis

- ikan." *Jurnal Agroindustri* 9 (3): 120–34. <https://doi.org/10.25077/jai.9.3.120-134.2021>.
- [9] Silitonga, Frangky, Kartika Cahyani, Tjatur Supriyono, and Indah Andesta. 2024. *Metodologi Penelitian Parawisata*. Politeknik Parawisata Batam. 1st ed. Batam: Politeknik Parawisata Batam.
- [10] UKM, Kementerian Koperasi dan, and Badan Pusat Statistik Indonesia. 2023. "Inisiatif Pendataan PL-KUMKM."
- [11] Yusiani, Dwila Sempi, Meylia Vivi Putri, Program Studi, Teknik Industri, Universitas Maritim, Raja Ali, Dwila Sempi Yusiani, and Provinsi Kepulauan Riau. 2025. "Jurnal Liga Ilmu Serantau (JLSI) AN ANALYSIS OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT FOR OTAK-OTAK PRODUCTS IN" 2 (2): 115–22.
- [12] Zulkarnain, Kukuh Miroso Raharjo, Lasi Purwito, and Umu Dawatul Choiro. 2025. *Institutional Capacity of MSMEs in the Otak-Otak Culinary Household Industry in the Business Development of the Community of Sei Enam Kijang Village Bintan Regency, Riau Islands Province*. Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-370-2_4.