Jurnal Pengabdian Berk**e**lanjutan ISSN: xxxx-xxxx
Vol. 01, No. 02, June 2026, pp. 09-18

ANALISIS UMKM IKAN BAKAR MILIK IBU SAUDIAH MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN FISHBONE DIAGRAM

Baiq Salsa Nabila Febriyanti[1*], Rifky Bintang Zulardania[2], Ahmad Jidani Akbar[3], Miza Utari[4]

1,2,3,4 Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mataram, Mataram, 83115, Indonesia

*email Korespondensi: f1f02410052@student.unram.ac.id

INFO ARTIKEL

Article history:

Received: 03-11-2025

Accepted: 06-07-2026

Keywords:

UMKM

Analisis SWOT

Fishbone Diagram

Strategi perbaikan dan pengembangan Usaha Ikan Bakar

ABSTRAK

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in supporting Indonesia's economy, particularly in the culinary sector. One example of a micro enterprise is a roadside grilled fish stall operating with capital under IDR 50 million, typically managed by families or individuals. This study aims to analyze the internal and external conditions of such businesses using the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) approach, as well as to identify the root causes of operational issues through a Fishbone diagram. The research employs a qualitative descriptive method with data collected through observation, interviews, and documentation at a grilled fish business owned by Mrs. Soadiah, located in the Loang Baloq tourism area of Mataram City. The results indicate that the main strengths are affordable prices, distinctive flavors, and a strategic location. Weaknesses include limited capital, small production capacity, and inconsistent product quality. Opportunities arise from local culinary tourism trends and government support for MSMEs, while threats involve intense competition and fluctuating fish prices. The Fishbone analysis reveals that quality issues stem from untrained labor, limited equipment, non-standardized processes, and dependence on daily raw material supplies. It is concluded that business development strategies should focus on improving human resource quality, standardizing production processes, and utilizing social media for promotion to enhance competitiveness and sustainability.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja produktif. Dari berbagai sektor UMKM, bidang kuliner menjadi salah satu yang paling dominan karena kebutuhan masyarakat terhadap makanan bersifat mendasar dan terus meningkat.

Salah satu bentuk usaha kuliner yang berkembang pesat adalah usaha ikan bakar pinggir jalan. Usaha ini umumnya dikelola secara sederhana, dengan modal relatif kecil (< Rp50 juta), dan

menyasar segmen konsumen menengah ke bawah. Cita rasa khas, harga terjangkau, serta lokasi strategis di tepi jalan menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Namun, di balik potensi tersebut, usaha ikan bakar skala mikro menghadapi tantangan berupa keterbatasan modal, fluktuasi harga bahan baku ikan, serta persaingan ketat dengan usaha sejenis (Arifin, 2021; Rahman, 2023).

Agar usaha ikan bakar pinggir jalan dapat berkembang secara berkelanjutan, diperlukan analisis yang mampu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, serta menelusuri akar penyebab permasalahan operasional. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk memetakan kondisi internal dan eksternal usaha, sementara Fishbone Diagram digunakan untuk menggali penyebab utama permasalahan kualitas maupun manajemen operasional (Ishikawa, 1986; Suryana, 2020).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan.UMKM berperan penting dalam pemerataan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan (Kemenkop UKM, 2023).

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu organisasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), SWOT terdiri dari empat elemen utama: *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman).
Metode ini digunakan untuk menentukan posisi strategis sebuah usaha serta merumuskan strategi pengembangan yang efektif

3. Fishbone Diagram

Selain metode SWOT, metode lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fishbone Diagram atau Diagram Tulang Ikan pertama kali diperkenalkan oleh Kaoru Ishikawa (1998) sebagai alat bantu untuk menemukan akar penyebab dari suatu permasalahan. Diagram ini mengelompokkan penyebab ke dalam beberapa kategori utama, seperti Man (SDM), Method (metode kerja), Machine (peralatan), Material (bahan), Measurement (pengukuran), dan Environment (lingkungan). Penggunaan Fishbone Diagram membantu pelaku UMKM dalam mengidentifikasi faktor penyebab utama yang berdampak terhadap performa usaha.

METODE PENELITIAN

1. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara mendalam kondisi aktual, permasalahan, serta potensi pengembangan pada UMKM Ikan Bakar milik Ibu Saudiah di Kota Mataram. Metode studi kasus dipilih karena penelitian difokuskan pada satu objek usaha, sehingga hasil analisis dapat menggambarkan fenomena secara komprehensif berdasarkan data lapangan.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai

profil, operasional, strategi pemasaran, serta kendala usaha. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas produksi, kondisi sarana prasarana, dan pelayanan konsumen. Sementara dokumentasi mencakup foto kegiatan, catatan hasil wawancara, dan dokumen pendukung lainnya.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam kondisi nyata usaha ikan bakar milik Ibu Saudiah. Melalui studi kasus, peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan yang spesifik serta menemukan strategi pengembangan yang sesuai dengan konteks lapangan.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah UMKM Ikan Bakar milik Ibu Saudiah yang berlokasi di Jl. Lingkar Selatan, Jempong Baru, Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat (NTB). Usaha ini berdiri sejak tahun 2017 dan dikelola secara mandiri oleh pemilik bersama keluarganya. Aktivitas utama usaha mencakup pengolahan dan penjualan ikan bakar, cumi bakar, serta makanan pendamping khas Lombok seperti pelecing dan beberuk.

4. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara mendalam: dilakukan kepada pemilik UMKM untuk memperoleh informasi detail terkait profil usaha, strategi, dan hambatan yang dialami.
2. Observasi langsung: mencatat aktivitas operasional usaha dan kondisi sarana prasarana.
3. Dokumentasi: berupa catatan wawancara, foto lokasi, serta bukti pendukung lain.

5. Instrumen Penelitian

1. Panduan wawancara untuk menggali informasi mendalam mengenai kegiatan usaha.
2. Lembar observasi untuk mencatat kondisi fisik, fasilitas, dan proses produksi.
3. Lembar analisis SWOT dan Fishbone Diagram untuk mengidentifikasi faktor strategis serta akar penyebab permasalahan.

6. Teknik Analisis Data

1. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).
2. Data hasil wawancara dan observasi dikategorikan ke dalam faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hasil kategorisasi kemudian disusun dalam matriks SWOT untuk menentukan strategi pengembangan yang sesuai melalui empat kombinasi strategi: SO, WO, ST, dan WT.
3. Analisis Fishbone Diagram (Diagram Tulang Ikan).
4. Analisis ini digunakan untuk menelusuri akar penyebab dari permasalahan utama, yaitu penurunan keuntungan usaha. Faktor penyebab dikelompokkan ke dalam lima kategori utama: Man (SDM), Material (Bahan baku), Method (Metode kerja), Machine/Equipment (Peralatan), dan Market (Pasar). Hasil identifikasi digunakan untuk merumuskan strategi perbaikan dan peningkatan daya saing usaha.

7. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasilnya. Pertama, penelitian hanya difokuskan pada satu objek studi, yaitu usaha mikro UMKM ikan bakar milik Ibu Saudiah dan Bapak Mudahar yang berlokasi di kawasan Loang Baloq, Kota Mataram. Kedua, analisis yang dilakukan terbatas pada aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan lingkungan usaha, tanpa membahas laporan keuangan secara rinci. Ketiga, data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan dalam periode penelitian tertentu, sehingga hasil analisis ini mencerminkan kondisi usaha pada saat pengumpulan data dan mungkin mengalami perubahan di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil UMKM

Penelitian ini dilakukan pada usaha ikan bakar milik Ibu Saodiah yang termasuk UMKM mikro sektor informal (Fauzi et al., 2016).Lokasi UMKM di kawasan wisata pantai Loang Baloq, Kota Mataram. Usaha ini dijalankan secara mandiri oleh pemilik bersama suaminya tanpa adanya tenaga kerja tambahan. Seluruh kegiatan produksi, mulai dari pengolahan ikan, penyajian, hingga pelayanan pelanggan, dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana dan metode tradisonal. Modal usaha berasal dari dana pribadi, tanpa akses pada pembiayaan formal karena belum memiliki surat izin atau legalitas usaha. Menurut Suryana, Y. (2020), Kondisi seperti ini menyebabkan usaha sulit berkembang dan tetap berada pada skala kecil meskipun memiliki potensi pasar yang cukup luas.

Lokasi usaha yang strategis di pinggir jalan dekat kawasan wisata memberi keuntungan dalam menarik pelanggan lokal maupun wisatawan. Namun, keterbatasan lahan dan fasilitas, seperti meja makan yang sedikit, tidak adanya tempat cuci tangan, dan pencahayaan yang kurang memadai, mengurangi kenyamanan pelanggan. Usaha ini juga belum memiliki nama resmi, sehingga sulit membangun identitas atau promosi yang konsisten.

2. Klasifikasi dan Karakteristik UMKM Ikan Bakar Milik Ibu Saudiah

Usaha ikan bakar milik Ibu Saudiah merupakan contoh nyata UMKM mikro di sektor informal yang berlokasi di kawasan wisata Loang Baloq, Kota Mataram. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta data Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), usaha ini dapat digolongkan ke dalam kategori UMKM Mikro. Klasifikasi ini didasarkan pada skala usaha yang masih kecil, operasional yang dijalankan secara sederhana oleh pemilik dan keluarga, serta keterbatasan modal dan omzet harian yang relatif rendah.

Selain termasuk dalam kategori mikro, usaha ini juga tergolong sektor informal karena belum memiliki izin resmi dan sistem administrasi yang terstruktur. Meskipun dapat beroperasi tanpa beban pajak atau biaya legalitas, kondisi ini membatasi akses pemilik terhadap bantuan modal dan program pembinaan dari pemerintah (Tambunan, 2019; Suryana, 2020).

Sistem distribusi usaha masih sederhana, yakni hanya melayani konsumen yang datang langsung ke lokasi tanpa layanan pesan antar maupun kerja sama dengan platform digital. Promosi dilakukan secara tradisional melalui rekomendasi pelanggan, sehingga jangkauan pasar masih terbatas di sekitar lokasi usaha.

Manajemen usaha juga masih bersifat tradisional dan dikelola langsung oleh pemilik bersama suami tanpa struktur organisasi yang jelas. Pemilik berperan dalam seluruh aspek kegiatan, mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan produk, hingga pelayanan kepada konsumen. Administrasi keuangan belum diterapkan secara formal dan masih mengandalkan pengalaman pribadi, sehingga sulit mengetahui jumlah keuntungan secara akurat (Ni'mah & Sugito, 2025).

3. Analisis menggunakan metode SWOT

1. Kekuatan (Strength)

   Kekuatan utama usaha ini terletak pada kualitas bahan baku yang terjamin karena pemilik menjalin kerja sama dengan pemasok ikan segar dan sabut kelapa. Selain itu, cita rasa ikan bakar yang khas serta lokasi usaha yang strategis di kawasan wisata menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

2. Kelemahan (Weakness)

   Kelemahan utama meliputi keterbatasan fasilitas seperti meja, tempat cuci tangan, dan pencahayaan, serta posisi alat bakar yang kurang tepat sehingga asap mengarah ke area makan. Usaha juga belum memiliki nama resmi dan izin usaha, yang berdampak pada sulitnya promosi dan akses pinjaman modal. Lahan yang sempit membuat aktivitas penjual dan konsumen menjadi terbatas.

3. Peluang (Opportunity)

   Usaha memiliki peluang pengembangan yang besar karena letaknya dekat kawasan wisata dan dikelilingi pemukiman padat. Kerja sama dengan pemasok bahan bakar dan bahan baku juga memudahkan pasokan. Selain itu, potensi kerja sama dengan restoran atau platform daring dapat memperluas pasar.

4. Ancaman (Threat)

   Ancaman utama berasal dari banyaknya usaha serupa di sekitar lokasi yang memunculkan persaingan ketat. Fluktuasi harga ikan dan bahan bakar juga dapat mempengaruhi biaya produksi (Rahman, 2023). Ketiadaan lahan parkir menjadi kendala tambahan bagi konsumen yang datang menggunakan kendaraan.

Beberapa penelitian terkini mendukung bahwa faktor internal seperti fasilitas dan kompetensi sangat berpengaruh terhadap produktivitas UMKM makanan (Ismoyo & Sriyono, 2024). Selain itu, penelitian di sektor kuliner menunjukkan bahwa pendekatan SWOT efektif dalam merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal (Jufriyanto, 2023; Sumartuti, Samboro, & Permatasari, 2025). Di sisi eksternal, adaptasi terhadap teknologi dan penerapan manajemen risiko juga menjadi strategi penting dalam memperkuat ketahanan usaha mikro (Kumar Sahoo et al., 2025).

Dengan demikian, setelah dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis berdasarkan kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*), maka dilakukan penyusunan Matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha. Penggunaan matriks SWOT sebagai alat penggabungan faktor internal dan eksternal sangat relevan untuk usaha ikan bakar milik Ibu Saudiah. Matriks SWOT membantu pelaku usaha dalam mengembangkan empat jenis strategi utama melalui pencocokan antara faktor internal dan eksternal (David, 2009). Keempat strategi tersebut meliputi:

1. Strategi *Strength–Opportunity* (SO), yaitu memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang;
2. Strategi *Weakness–Opportunity* (WO), yaitu meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang;
3. Strategi *Strength–Threat* (ST), yaitu menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman; dan
4. Strategi *Weakness–Threat* (WT), yaitu meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, maka diperoleh rekomendasi strategi pengembangan usaha sebagaimana disajikan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 *Matriks SWOT Ikan Bakar Milik Ibu Saudiah*

SW / **OT**	***Oportunity* (peluang):** 1. Menjalin Kerjasama dengan restoran kuliner seafood (makanan laut) 2. Lokasi Strategis & Permintaan tinggi di akhir pekan. 3. Tidak dipungut biaya sewa	***Threats* (Ancaman):** 1. Banyak usaha yang serupa serta berada di sekitar lingkungan yang sama. 2. Tidak memiliki izin resmi. 3. Fluktuasi harga bahan baku. 4. Ketergantunga pada disitributor (Pemasok). **5.** Tidak ada manajemen dan strategi
***Strenght* (Kekuatan):** 1. Kualitas Produk dan Rantai pasok bahan produksi relatif terjamin. 2. Variasi menu yang beragam dan harga yang terjangkau. 3. Lokasi usaha yang strategis.	**S-O** **(Strength–Opportunity)** 1. Menambah variasi menu dalam bentuk paket hemat untuk menarik pembeli dan meningkatkan daya saing. 2. Perlu membentuk identita susaha berupa nama, logo serta promosi di media sosial, agar usaha lebih dikenal. 3. Perlu menjalin kemitraan dengan restoran, hotel disekitar lokasi usaha untuk memperluas pasar.	**S-T** **(Strength–Threats)** 1. Menjaga kualitas cita rasa khas lombok pada produk sebagai keunikan yang membedakan dari pesaing. 2. Menambah jaringan pemasok bahan produksi agar resiko operasional dapat dikurangi. **3.** Pemanfaatan lokasi strategis, dengan menawarkan konsep “kuliner khas dijalur wisata pantai loang baloq” sebagai nilai jual.
***Weakness* (Kelemahan):** 1. Tidak ada tenaga kerja ahli. 2. Tidak ada strategi khusus menghadapi fluktuasi harga bahan baku. 3. Posisi alat bakar tidak tepat. 4. Fasilitas Terbatas 5. Tinggi atap rendah 6. Lahan Sempit 7. Tidak tersedia menu paketan. 8. Tidak tersedia lahan parkir	**W-O** **(Weakness–Opportunity)** 1. Pemilik dan pekerja dapat mengikuti pelatihan pengolahan kuliner agar kualitas pelayanan meningkat. 2. Memperbaiki fasilitas sehingga kenyamanan pelanggan meningkat. 3. Mengurus izin usaha resmi (NIB dan izin lingkungan sederhana) agar dapat mengakses program bantuan modal, pelatihan, dan sertifikasi halal dari pemerintah.	**W-T** **(Weakness–Threats**) 1. Menata ulang posisi alat bakar agar asap tidak mengganggu pelanggan, serta meninggikan atap warung untuk meningkatkan keamanan. 2. Menyesuaikan porsi, harga, atau menyediakan menu alternatif untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku. 3. Bekerja sama dengan masyarakat setempat untuk menyediakan lahan parkir sederhana, sehingga kenyamanan konsumen meningkat.

4. Analisis menggunakan Fishbone Diagram

Dari hasil analisis SWOT, didapatkan permasalahan utama yang dihadapi usaha Ikan Bakar Milik Ibu Saudiah adalah penurunan keuntungan yang disebabkan oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Untuk mengetahui akar penyebabnya, digunakan metode Fishbone Diagram yang dikembangkan oleh Ishikawa (1986). Melalui pendekatan 5M yang meliputi *Manusia (SDM), Modal, Material, Metode,* dan *Pasar.* Hasil identifikasi penyebab ditunjukkan pada gambar di bawah ini



Gambar 1 *Fishone Diagram usaha ikan bakar milik Ibu Saodiah*

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa penurunan keuntungan pada UMKM Ikab Bakar Milik Ibu Saudiah dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor manusia menjadi penyebab dominan karena keterbatasan tenaga kerja dan kurangnya pelatihan. Sementara itu, aspek modal dan metode kerja memperkuat dampak tersebut melalui keterbatasan fasilitas, tidak adanya pencatatan keuangan, serta kesulitan dalam mendapatkan pinjaman modal akibat ketiadaan izin resmi.

1. Manusia (Man)

   Sumber daya manusia menjadi salah satu penyebab utama penyebab penurunannya keuntungan, karena seluruh aktivitas operasional masih ditangani oleh pemilik dan suaminya tanpa adanya pembagian tugas yang jelas. Ketiadaan tenaga tambahan menyebabkan pelayanan menjadi lambat saat jumlah pelanggan meningkat. Selain itu, belum pernah dilakukan pelatihan terkait kebersihan, pengolahan bahan, maupun pelayanan pelanggan yang dapat meningkatkan profesionalitas dan efisiensi.

2. Modal (Money)

   Keterbatasan modal juga menjadi peenyebab pemilik sulit dalam pengembangan usaha. Misalnya seperti memperbaiki fasilitas atau menambah peralatan kerja. Hal ini disebabkan larena UMKM ini dijalankan tanpa dukungan dari lembaga keuangan, karena belum memiliki izin usaha dan juga menjadi penyebab pemilik juga kesulitan memperoleh pinjaman modal

resmi. Akibatnya, saat harga bahan baku meningkat, pemilik tidak dapat melakukan penyesuaian selain menanggung penurunan keuntungan.

3. Material

   Bahan baku utama berupa ikan segar memiliki harga yang fluktuatif. Selain itu, ketergantungan pada satu pemasok menyebabkan risiko keterlambatan pasokan jika terjadi gangguan distribusi. Walaupun bahan bakar berupa sabut kelapa tersedia stabil, ketergantungan pada satu sumber bahan utama tetap menjadi kendala yang memengaruhi kelancaran produksi serta penentuan harga jual

4. Metode (Method)

   Proses kerja masih dilakukan secara sederhana dan tradisional tanpa penerapan sistem manajemen yang jelas. Tidak ada pencatatan keuangan rutin menyebabkan arus kas sulit dikontrol dan keuntungan sulit disimpulkan secara akurat.Hasil ini sejalan dengan Ni'mah dan Sugito (2025), yang menegaskan bahwa sebagian besar UMKM Informal belum melakukan pencatatan keuangan yang jelas. Selain itu, tidak ada strategi dalam mengantisipasi kerugian, seperti menyesuaikan porsi atau harga jual saat bahan baku naik.

5. Pasar (Market)

   Permasalahan utama pada aspek pasar adalah tidak adanya nama usaha dan strategi promosi. Usaha ini hanya dikenal secara lokal oleh pelanggan sekitar. Belum ada penggunaan media sosial, banner, atau platform pesan-antar untuk memperluas jangkauan. Hal ini menyebabkan pelanggan terbatas dan pertumbuhan penjualan stagnan. Selain itu juga, tata letak alat bakar juga kurang ergonomis dan menyebabkan asap mengarah ke area makan.

5. Strategi Perbaikan

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan Fishbone Diagram, beberapa strategi perbaikan dapat diusulkan untuk meningkatkan kinerja usaha serta efisiensi operasional dan daya saing usaha:

1. Peningkatan SDM dan Manajemen Operasional.
   Pemilik perlu menyusun pembagian tugas yang lebih terstruktur antar anggota keluarga, serta mengikuti pelatihan singkat tentang pengolahan makanan, kebersihan, dan pelayanan konsumen untuk menjaga kualitas dan efisiensi kerja.
2. Perbaikan Pengelolaan Modal dan Legalitas.
   Pencatatan keuangan harian perlu diterapkan agar aliran kas dapat dikontrol. Pemilik disarankan untuk segera mengurus izin usaha agar bisa mengakses bantuan modal dari pemerintah atau lembaga keuangan.
3. Peningkatan Kualitas Produksi dan Fasilitas.
   Penataan ulang alat bakar agar asap tidak mengarah ke pelanggan, penambahan fasilitas sederhana seperti meja, pencahayaan, dan tempat cuci tangan akan meningkatkan kenyamanan konsumen.
4. Pemasaran dan Branding.
   Pemilik dapat mulai membuat identitas usaha seperti nama dan papan sederhana untuk menarik perhatian pelanggan. Pemanfaatan media sosial (WhatsApp, Instagram, Facebook) dan platform pesan-antar akan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap UMKM Ikan Bakar milik Ibu Saudiah menggunakan metode SWOT dan Fishbone Diagram, dapat disimpulkan bahwa usaha ini termasuk dalam kategori UMKM mikro sektor informal yang memiliki potensi besar untuk berkembang, namun masih menghadapi berbagai kendala internal dan eksternal. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha ini terletak pada cita rasa khas, harga terjangkau dan lokasi strategis di kawasan wisata. Namun, kelemahan signifikan berupa keterbatasan modal, fasilitas yang minim, serta belum adanya legalitas dan strategi promosi menghambat perkembangan usaha. Dari sisi peluang, tren wisata kuliner dan dukungan pemerintah terhadap UMKM memberikan potensi ekspansi yang besar, sedangkan ancaman utama berasal dari persaingan ketat dan fluktuasi harga bahan baku. Sementara itu, hasil analisis Fishbone Diagram memperlihatkan bahwa akar permasalahan utama dari penurunan keuntungan bersumber dari kombinasi berbagai faktor, terutama aspek sumber daya manusia, modal, bahan baku, metode kerja, dan pasar. Faktor sumber daya manusia menjadi dominan karena kurangnya pelatihan dan pembagian tugas yang belum terstruktur, sedangkan keterbatasan modal serta ketiadaan pencatatan keuangan yang sistematis berdampak pada rendahnya efektivitas pengelolaan usaha. Selain itu, metode kerja yang tidak terstandarisasi, ketergantungan terhadap satu pemasok bahan baku, serta strategi pemasaran yang belum terencana menyebabkan potensi pasar tidak termanfaatkan secara optimal. Dengan demikian, implikasi dari hasil penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan strategi pengembangan yang berfokus pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan, penataan sistem manajemen keuangan dan operasional yang terstandarisasi, perbaikan fasilitas kerja untuk menunjang produktivitas, serta optimalisasi media digital sebagai sarana promosi dan ekspansi pasar. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat daya saing, serta mendukung keberlanjutan usaha UMKM Ikan Bakar milik Ibu Saudiah dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Ibu Saudiah selaku pemilik UMKM Ikan Bakar atas kesediaannya memberikan waktu, informasi, serta kerja sama selama proses wawancara dan observasi lapangan. Serta Bapak Fikrihadi Kurnia, S.T., M.T. selaku dosen pengampu mata kuliah Manajemen Industri Kecil dan Menengah atas bimbingan serta dukungan dalam penyusunan penelitian. Penulis juga menyampaikan penghargaan kepada seluruh rekan tim penelitian atas dedikasi dan kontribusi yang telah diberikan dalam proses pengumpulan data serta penyusunan artikel ini, sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik dan memberikan hasil yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Z. (2021). Analisis faktor internal dan eksternal terhadap perkembangan usaha kuliner mikro di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(2), 145–156.

Fauzi, A., Rahayu, S., & Nasution, D. (2016). Analisis SWOT pada UMKM Sektor Kuliner di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 11(1), 33–45.

Harlina, H., Taufik, A., & Rahman, N. (2023). *Identifikasi Strategi Pengembangan Bisnis para Penggiat UMKM Menggunakan SWOT Analisis*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 9(2), 55–64.

Ishikawa, K. (1986). *Guide to Quality Control*. Tokyo: Asian Productivity Organization.

Ismoyo, R.B., & Sriyono, S. (2024). Unveiling key factors and solutions to boost MSME food productivity. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 5(1), 33–42.

Jufriyanto, A. (2023). Strategi pemasaran pada UMKM Ikhtiar dengan analisis SWOT dan WASPAS. *Jurnal Manuhara: Manajemen dan Humaniora*, 5(1), 14–22.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Data statistik UMKM tahun 2023*. Jakarta, Indonesia: Kemenkop UKM.

Kumar Sahoo, S., Singh, A., Chatterjee, S. (2025). Strategies for enhancements of MSME resilience and adaptability. *Journal of Cleaner Production*, 457(1), 143278.

Ni'mah, F., & Sugito, S. (2025). Analisis Manajemen Keuangan pada UMKM Sektor Informal di Kota Mataram. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 4(2), 76–85.

Rahman, F. (2023). Dampak fluktuasi harga bahan baku terhadap keberlanjutan usaha mikro sektor kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 33–42.

Solihah, D., & Suherman, A. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Kedai Kopi TokTok Karawang. *Jurnal Innovative: Ekonomi dan Bisnis*, 2(4), 102–110.

Sumartuti, S. R., Samboro, D., & Permatasari, R. (2025). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Pecel Blitar & Rawon Mbak Dwi). *Jurnal Ekopedia: Ekonomi dan Pendidikan*, 4(1), 45–53.

Suryana, Y. (2020). Penerapan manajemen mutu terpadu pada UMKM kuliner tradisional. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, 9*(3), 201–209.

Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.