



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 7503-7515

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Strategi Usaha Olahan Ikan pada CV Bening Jati Anugrah Parung Kabupaten Bogor

Rahmat Subur

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
[dosen01356@unpam.ac.id](mailto:dosen01356@unpam.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi SDM dan pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kinerja CV Bening Jati Anugrah, sebuah usaha olahan ikan di Parung, Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan analisis SWOT dan Balance Scorecard dan disempurnakan melalui Focus Group Discussion (FGD) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh CV Bening Jati Anugrah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Bening Jati Anugrah memiliki kekuatan dalam hal kualitas produk dan pengalaman SDM, namun memiliki kelemahan dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dari penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi untuk meningkatkan kinerja CV Bening Jati Anugrah yaitu melalui. Pelatihan keterampilan yang relevan dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha olahan ikan dan memahami strategi pemasara, Pemanfaatan media sosial seperti Facebook dan TikTok dapat menjadi sarana pemasaran yang efektif untuk produk olahan ikan. Selain itu, strategi pemasaran digital juga dapat meningkatkan kapasitas penjualan unit bisnis sekelas UMKM, pengelolaan keuangan yang baik melalui system pembukuan dan sistem informasi keuangan yang baik agar meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis, Pemanfaatan potensi wilayah melalui Pemberdayaan masyarakat dengan mengadakan acara pelatihan dan penyuluhan untuk meningkatkan motivasi dan kemampuan masyarakat dalam mengelola bisnis pada usaha olahan ikan di CV Bening Jati Anugrah dan usaha lainnya yang sejenis.

*Kata kunci: Strategi SDM, Pemasaran, Olahan Ikan, SWOT, Balance Scorecard.*

### 1. Latar Belakang

Selain dikenal sebagai negara agraris, Indonesia merupakan negara maritim. Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia, dimana 2/3 wilayah Indonesia merupakan wilayah lautan. Seperti ketentuan dalam Pasal 3 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1996 tentang Perairan Indonesia yang menyebutkan sebagai berikut: "Wilayah Perairan Indonesia meliputi laut teritorial Indonesia, perairan kepulauan, dan perairan pedalaman". Berikut ini adalah data tentang luas laut Indonesia dan panjang garis pantai Indonesia tahun 2007. Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi perikanan yang cukup luas. Potensi tersebut terlihat dari peningkatan produksi perikanan budidaya ataupun perikanan tangkap setiap tahunnya. Peningkatan produksi ikan nasional ternyata belum mampu membuat tingkat konsumsi ikan nasional sama atau bahkan melebihi negara-negara Asia lainnya. Berdasarkan Pusat Data dan Informasi Kementerian Kelautan dan Perikanan, tahun 2010 tingkat konsumsi ikan Indonesia sebesar 30,47 kg/kapita/tahun, sedangkan Jepang, Korea Selatan, Malaysia, Singapura, Filipina, dan Hongkong masing-masing sebesar 110, 85, 45, 80, 40 dan 80 kg/ kapita/ tahun.

Salah satu urusan pemerintahan adalah tentang kelautan dan perikanan. Dalam Undang- Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, urusan kelautan dan perikanan termasuk konkuren yang merupakan urusan pilihan. Pada Pasal 9 Undang-Undang ini, disebutkan bahwa urusan pemerintahan konkuren adalah urusan pemerintahan yang dibagi antara pemerintah pusat dan daerah. Urusan konkuren merupakan salah satu dari 3 (tiga) urusan pemeritahan yakni urusan pemerintahan wajib, urusan pemerintahan konkuren, dan urusan pemerintahan umum. Urusan konkuren ini terdiri dari urusan wajib yaitu urusan pemerintahan yang wajib diselenggarakan oleh semua daerah dan urusan pemerintahan pilihan yakni urusan pemerintahan yang diselenggarakan oleh daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki daerah. Urusan pemerintahan terkait dengan kelautan dan perikanan ini dalam UndangUndang tersebut dapat digolongkan dalam urusan pemerintahan konkuren yang merupakan urusan pilihan. Kebijakan dalam urusan pemerintahan terkait kelautan dan perikanan

ini adalah penetapan kawasan minapolitan, untuk daerah-daerah yang memiliki potensi perikanan. Kebijakan pemerintah untuk pengembangan kawasan

Minapolitan telah diatur dalam Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No. PER.12/MEN/2010 tentang Minapolitan. Kawasan Minapolitan tersebar di seluruh Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang merupakan program unggulan Kementerian Kelautan dan Perikanan. Menindaklanjuti Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia No. PER.12/MEN/2010 tentang Minapolitan maka ditetapkan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor KEP.32/MEN/2010 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan. Terdapat 197 Kabupaten/Kota yang ditetapkan sebagai daerah pengembangan kawasan Minapolitan. Salah satunya adalah Kabupaten Bogor. Menindaklanjuti Keputusan Menteri tersebut, Bupati Bogor mengeluarkan Surat Keputusan Bupati Kabupaten Bogor Nomor 523.31/227/Kpts/Huk/2010 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan di Kabupaten Bogor. Kondisi sosial ekonomi penduduk di wilayah Kabupaten Bogor akan mengalami perubahan seiring dengan semakin bergesernya wilayah pemukiman di sekitar Jabodetabek, sebagai daerah penyangga ibukota Jakarta. Perubahan tersebut dapat menggeser aktivitas usaha pengolahan ikan dikarenakan adanya pertumbuhan daerah pemukiman atau perumahan baru yang di bangun oleh Developer atau pribadi/perorangan yang bekerja di wilayah Jabodetabek. Dengan mengetahui adanya potensi ekonomi Masyarakat di lokasi penelitian ini diharapkan para pemangku kebijakan minimal di tingkat Pemerintah Desa khususnya dan Pemerintah Kecamatan Parung dan atau Pemda Kabupaten Bogor dapat menentukan solusi terbaik untuk mengembangkan atau meningkatkan kegiatan perekonomian yang tepat dalam upaya pembangunan ekonomi masyarakat di Kabupaten Bogor menuju kehidupan yang lebih sejahtera. Potensi perekonomian masyarakat dalam bentuk kegiatan usaha kecil menengah dalam bidang budidaya dan pengolahan ikan memiliki kesempatan mendapatkan dukungan dari pemerintah dalam hal ini Kementrian Kelautan dan Perikanan (KKP) dan beberapa perusahaan BUMN dan dari kalangan perguruan tinggi sebagaimana telah dilakukan dalam beberapa aktivitas. Adapun para pelaku usaha perikanan yang berhasil mendapatkan dana kemitraan ini bergerak di bidang budidaya, pengolahan dan pemasaran hasil perikanan yang berasal dari 5 Kecamatan di Bogor yaitu Caringin, Gunung Sindur, Kemang, Cibinong dan Megamendung. Untuk diketahui bahwa Program Kemitraan yang disalurkan oleh PT. Antam merupakan salah satu bentuk implementasi bentuk implementasi jawab sosial perusahaan dalam mendukung terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat terutama di wilayah operasi Perusahaan. Contoh dukungan lain yang dapat menunjang semakin majunya usaha pengolahan ikan adalah seperti bantuan yang diberikan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) dengan bantuan melalui kegiatan stimulus, berupa gudang beku portable kapasitas 30 ton. Cold storage tersebut dilengkapi dengan peralatan pendukung, dan diserahkan kepada Kelompok Aroma Jaya Blanakan atau KUD Mandiri Mina Fajar Sidik, yang beralamatkan di Dusun Kertamukti, Desa Blanakan.

Kondisi sosial ekonomi penduduk di wilayah Kabupaten Bogor akan mengalami perubahan seiring dengan semakin berkembangnya penduduk dalam wilayah pemukiman di sekitar Jabodetabek, sebagai daerah penyangga kota Jakarta. Dengan berbagai dinamika dan perubahan tersebut dapat menjadi faktor pendorong meningkatnya kebutuhan bahan pangan masyarakat yang menempati wilayah yang awalnya berupa kebun dan bahkan persawahan tadah hujan menjadi daerah pemukiman atau perumahan, yang di bangun oleh Developer atau pribadi. Konsekuensi dari perkembangan tersebut semakin mendorong kreativitas masyarakat di Kabupaten Bogor untuk menciptakan kesempatan usaha diantaranya dengan mengolah ikan laut atau ikan air tawar menjadi berbagai produk olahan seperti baso, krupuk, nugget, abon, empek- empek, siomay, Dimsum dan produk olahan lainnya untuk memenuhi permintaan masyarakat yang semakin membutuhkan makanan yang bervariasi. Dalam upaya atau aktivitas usaha pengolahan ikan tersebut memiliki potensi sebagai penggerak roda ekonomi masyarakat yang tidak kecil yang dapat dijadikan usaha andalan bagi ketahanan ekonomi keluarga, namun demikian tidak kecil pula tantangan yang dihadapi dalam menjalankannya. Oleh karena itu Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aspek apa saja yang menjadi potensi pendukung dan aspek tantangan bagi pelaku usaha budidaya dan pengolahan ikan, perdagangan, kerajinan, pertanian dan profesi lainnya di Kabupaten Bogor. Perubahan yang terjadi dapat menjadi potensi dan tantangan yang dihadapi masyarakat dan pemerintah daerah setempat. Dengan demikian jika hal ini terjadi maka para pemangku kebijakan minimal di tingkat Pemerintah Kabupaten Bogor harus mencari solusi untuk membina dan mengembangkan serta mengatasi permasalahan yang dihadapi Masyarakat wilayah pedesaan di Kabupaten Bogor agar memiliki aktivitas perekonomian sesuai dengan kemampuan dan potensi wilayahnya.

Ikan adalah salah satu sumber pangan yang nilai gizinya sangat baik karena mengandung protein sebesar 16%-24% dari bobotnya. Selain itu, daging ikan juga mengandung lemak, karbohidrat, mineral dan vitamin antara 0,2%-2,2%, dari bobotnya (Susanto 2005). Diversifikasi produk olahan bertujuan meningkatkan konsumsi ikan dengan cara menganeekaragamkan olahan hasil perikanan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang pangan senantiasa mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang memenuhi standar keamanan pangan serta

memberikan kepuasan bagi konsumen. Persyaratan kelayakan dasar keamanan pangan tidak terlepas dari Good Manufacturing Practices (GMP) dan Sanitation Standard Operating Procedures (SSOP). Prinsip dasar GMP adalah menjamin kualitas mutu yang baik dengan cara membuat produk dengan prosedur tertentu mulai dari proses penerimaan bahan baku sampai produk akhir. Sanitation Standard Operating Procedures (SSOP) merupakan alat bantu dalam penerapan GMP. Program ini bertujuan untuk mencegah terjadinya kontaminasi secara langsung terhadap produk yang dihasilkan dan meningkatkan kualitas serta menjamin produk agar aman untuk dikonsumsi. Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang produk olahan ikan yakni CV Bening Jati Anugrah yang merupakan salah satu usaha kecil dan menengah (UKM) yang mengolah hasil perikanan, yaitu ikan dan udang.

Sektor perikanan merupakan salah satu pilar strategis dalam memperkuat ketahanan pangan dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat, permintaan terhadap produk olahan ikan yang praktis dan bergizi terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini menuntut para pelaku usaha di sektor perikanan untuk tidak hanya fokus pada proses produksi, tetapi juga pada penguatan **manajemen operasional** dan **strategi bisnis** agar mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Aditya et al., 2025; Heizer et al., 2024).

Kabupaten Bogor, khususnya wilayah Parung, dikenal sebagai salah satu sentra produksi perikanan darat yang potensial di Jawa Barat. Berdasarkan **Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Bogor 2025-2045**, pengembangan hilirisasi produk berbasis potensi lokal menjadi prioritas utama untuk mendorong daya saing daerah (Bappedalitbang Kabupaten Bogor, 2024). CV Bening Jati Anugrah merupakan salah satu unit usaha yang bergerak di bidang pengolahan ikan yang memiliki peran penting dalam menyerap hasil panen pembudidaya lokal. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi, dan tuntutan standar mutu produk mengharuskan perusahaan untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap strategi usahanya (Subur et al., 2023).

Keberhasilan sebuah usaha pengolahan ikan sangat bergantung pada kemampuan manajerial dalam menyinergikan aspek **pemasaran** dan **operasional** (Griffin, 2023; Sule & Saefullah, 2024). Penggunaan instrumen analisis seperti **SWOT Balanced Scorecard** menjadi krusial untuk memetakan kekuatan internal dan peluang eksternal secara komprehensif (Rangkuti, 2021). Selain itu, pemahaman terhadap **prinsip-prinsip pemasaran** modern diperlukan agar produk olahan ikan mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan memiliki diferensiasi yang kuat (Kotler & Armstrong, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis pada produk olahan ikan beku memerlukan integrasi antara manajemen rantai pasok dan inovasi produk (Sholeh et al., 2022). Selain itu, penguatan agribisnis perikanan dari hulu ke hilir menjadi faktor penentu keberlanjutan usaha di tingkat UMKM (Intyas & Abidin, 2024). Meskipun penelitian mengenai strategi bisnis telah banyak dilakukan, studi spesifik yang membedah kasus pada unit usaha di wilayah Parung dengan pendekatan **studi kelayakan** dan analisis strategi terbaru masih memerlukan pendalaman (Kasmir, 2024; Ichsan et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha pada CV Bening Jati Anugrah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2022). Melalui analisis ini, diharapkan perusahaan dapat menentukan langkah taktis dalam meningkatkan kinerja organisasi dan daya saing produk di pasar domestik. Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya adaptasi model bisnis terhadap transformasi digital dan dinamika pasar terkini guna memastikan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang (Widjaja, 2023).

Sementara itu berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting karena memiliki manfaat sebagai bagian pelaksanaan kewajiban dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai tambahan pengalaman serta menjadi bahan kajian ilmu Pengetahuan yang terus berkembang, pemilik usaha sebagai pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pengembangan usahanya dan pemerintah daerah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik dimasa yang akan datang, terutama dalam mendukung pengembangan aktivitas ekonomi/usaha bagi masyarakat dan pelaku usaha khususnya di Kecamatan Parung Kabupaten Bogor, serta dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendapatkan gambaran mendalam mengenai strategi usaha pada CV Bening Jati Anugrah. Menurut **Sugiyono (2022)**, metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci. Fokus penelitian ini adalah analisis strategi pengembangan bisnis melalui pendekatan manajemen operasional dan pemasaran (Aditya et al., 2025; Kotler & Armstrong, 2023).

### 2.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di CV Bening Jati Anugrah yang berlokasi di Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) mengingat wilayah Parung merupakan zona strategis pengembangan perikanan darat sesuai dengan arah kebijakan **Bappedalitbang Kabupaten Bogor (2024)**.

### 2.3. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. **Data Primer:** Diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha, manajer operasional, serta staf terkait menggunakan pedoman wawancara.
2. **Data Sekunder:** Diperoleh melalui studi pustaka, dokumen internal perusahaan, laporan tahunan, serta literatur relevan mengenai manajemen agribisnis perikanan (Intyas & Abidin, 2024).

### 2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi untuk menjamin keabsahan data, yang meliputi:

- **Wawancara Mendalam:** Terutama mengenai aspek manajemen dan strategi (Griffin, 2023).
- **Observasi:** Pengamatan langsung terhadap proses produksi olahan ikan.
- **Dokumentasi:** Pengumpulan data terkait kelayakan bisnis dan profil perusahaan (Kasmir, 2024).

### 2.5. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama yang mengacu pada model manajemen strategis kontemporer:

#### Analisis Faktor Internal dan Eksternal (IFE & EFE)

Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Analisis ini menggunakan teknik **SWOT** untuk membedah kasus bisnis secara mendalam (Rangkuti, 2024). Faktor internal mencakup aspek manajemen operasional dan sumber daya, sedangkan faktor eksternal mencakup kebijakan pemerintah daerah dan dinamika pasar pasca-pandemi (Subur et al., 2023).

#### Matriks SWOT dan Posisi Strategis

Setelah faktor strategis teridentifikasi, data diolah menggunakan matriks SWOT untuk merumuskan empat tipe strategi: SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weaknesses-Threats*). Posisi perusahaan juga dianalisis melalui kerangka **SWOT Balanced Scorecard** untuk memastikan strategi yang dirumuskan mencakup perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan (Rangkuti, 2021; Mulyadi, 2024).

### 2.6. Formulasi Strategi Pengembangan

Tahap akhir adalah merumuskan rencana aksi strategis untuk meningkatkan daya saing CV Bening Jati Anugrah. Formulasi ini mempertimbangkan standar **studi kelayakan bisnis** untuk memastikan strategi yang diusulkan

dapat diimplementasikan secara teknis dan finansial (Ichsan et al., 2024). Strategi juga diarahkan pada penguatan digitalisasi pemasaran selaras dengan tren transformasi digital saat ini (Widjaja, 2023). Perhatikan Tabel 1 di bawah ini

**Tabel 1.** Matrik *SWOT*

Faktor-faktor Internal (IFAS)	<b>Kekuatan (S)</b> Daftarkan 5-10 faktor-faktor internal	<b>Kelemahan (W)</b> Daftarkan 5- 10 faktor- faktor eksternal
Faktor-faktor Eksternal (EFAS)		
<b>Peluang (O)</b> Daftarkan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	<b>Strategi (SO)</b> Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi (WO)</b> Buat strategi disini yang memanfaatkan peluang mengatasi ancaman
<b>Ancaman (T)</b> Daftarkan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal.	<b>Strategi (ST)</b> Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	<b>Strategi (WT)</b> Buat strategi disini yang meminimalkan Kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Rangkuti (2021)

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti, 2021). Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Keterangan:

**Strategi SO:**

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar mungkin.

**Strategi ST:**

Strategi ini dibuat berdasarkan bagaimana perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman

**Strategi WO:**

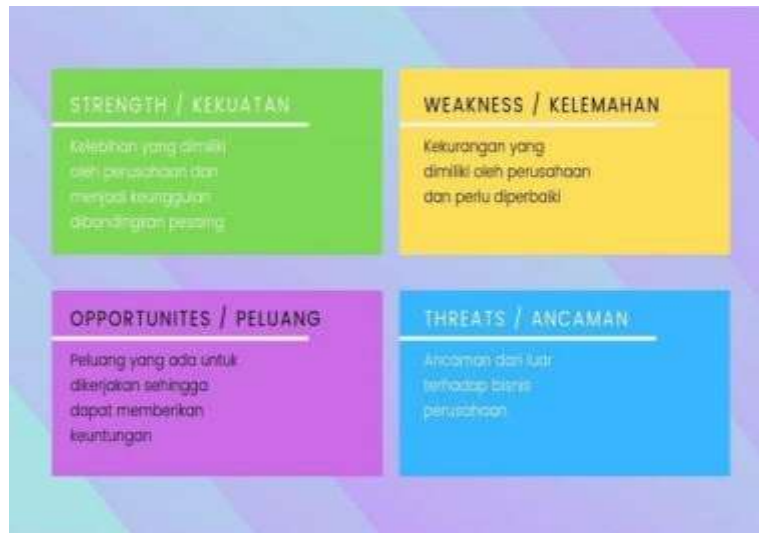
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

**Strategi WT:**

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta menghindari ancaman yang ada.

**Matrik SWOT**

Pada fase ini, kita telah membahas bagaimana perusahaan menilai situasinya dan juga telah meninjau strategi perusahaan yang tersedia. Tugas selanjutnya adalah melakukan identifikasi cara atau alternatif yang dapat menggunakan kesempatan dan peluang atau menghindari ancaman dan mengatasi kelemahan. Menurut Freddy Rangkuti (2021: 19), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.



Gambar 1. Model Kerangka Berpikir Analisis SWOT

## 2.7. Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif

Teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu cara analisis atau pengolahan data dengan jalan menyusun secara sistematis dalam bentuk kalimat atau kata – kata, kategori – kategori mengenai suatu variabel tertentu, sehingga diperoleh kesimpulan umum. Data dalam penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Data dapat berupa gejala – gejala, peristiwa, kejadian – kejadian dan kemudian dianalisis dalam bentuk kategori- kategori. Pendekatan ini diarahkan pada latar belakang dan individu tersebut secara holistik (utuh). Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat) pada saat sekarang berdasarkan fakta – fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Kelebihan teknik analisis diskriptif Kualitatif adalah Dapat mengidentifikasi kondisi sosial masyarakat secara jelas. Kelemahan teknik analisis diskriptif kualitatif adalah hasilnya tergantung pada keadaan responden pada saat itu. Sementara itu kelebihan teknik analisis SWOT adalah dapat membuat suatu strategi pengembangan dan arahan pengelolanya serta dapat menggambarkan situasi yang sedang terjadi. Kelemahan teknik analisis SWOT adalah hasil dari strategi yang dibuat oleh seseorang berbeda dengan strategi yang dibuat oleh orang lain. Dengan menggunakan metode analisis SWOT maka dapat mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman secara jelas. Dengan merumuskan kedua faktor ini, maka dapat membuat strategi pengembangan dalam mengembangkan kawasan wisata pantai pasir panjang, namun kelemahan dalam penggunaan metode analisis SWOT adalah hasil dari strategi yang dibuat oleh seseorang berbeda dengan strategi yang dibuat oleh orang lain.

## 3. Hasil dan Diskusi

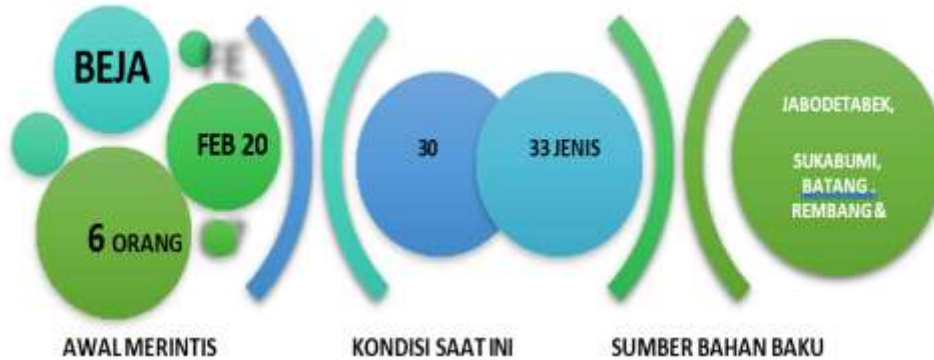
### 3.1. Gambaran Umum dan Sejarah Singkat Perusahaan

Usaha ini mulai dirintis sejak Februari 2007 dengan nama usaha “Bening Jati Anugrah”. CV. Bening Jati Anugrah dengan merk produk Bening Food, dengan tenaga kerja yang terlibat saat ini mencapai 22 orang berlatar pendidikan SMP sampai dengan tingkat S1 (sarjana). Hasil dari produksi yang telah dilakukan saat ini mencapai sebanyak lebih dari 30 macam produk antara lain: bakso ikan, siomay, ekado, otak–otak panjang dan kaki naga ikan, produksi yang sudah ada sampai saat ini sudah mencapai lebih dari 500 kg/hari. Adapun bahan baku yang digunakan berasal dari Bogor, Tangerang dan Jakarta. Pengelolaan usaha yang dilakukan oleh perusahaan ini telah melaksanakan ketentuan–ketentuan yang ditetapkan diantaranya:

- a. Penerapan Sistem Sanitasi dan Higienis
- b. Penerapan Sistem Keamanan Pangan
- c. Tertib Administrasi
- d. Tertib Perizinan dan Sertifikasi

Pada akhir tahun 2009, perusahaan ini mendapat juara ke- 1 (satu) Tingkat nasional sebagai pengolah terbaik. Kemudian, pada bulan Oktober 2011, dari Pusat Pelatihan Sumberdaya Manusia (PPSDMKP) Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), perusahaan ini ditetapkan sebagai Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) dengan Nomor Sertifikat 04/BPSDMKP/P2MKP/M/2011. Untuk dapat ditetapkan menjadi P2MKP harus mempunyai persyaratan sebagai berikut:

- Sebagai pelaku usaha
- Mempunyai jaringan pemasaran
- Bisa menciptakan wirausahawan baru dari teori, praktik pengolahan atau produksi sampai ke pemasarannya.



**Gambar 2.** Sejarah Perkembangan CV Bening Jati Anugrah

Pusat pelatihan ini diberi nama Bening Jati Anugrah. Pusat pelatihan ini sudah menyelenggarakan kegiatan magang, kursus, dan studi banding / karya wisata mencapai lebih dari 500 orang berlatar pendidikan SMP sampai tingkat S1 (Sarjana). P2MKP (Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan) Bening Jati Anugrah berkomitmen mengembangkan pelatihan, meningkatkan pemasaran produk olahan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar ke jenjang yang lebih baik dengan memberikan pelatihan tentang pengolahan produk perikanan. Program pelatihan yang dilakukan adalah dengan memberikan pengetahuan pengolahan ikan sehingga masyarakat mengetahui proses pengolahan produk olahan yang lebih baik sesuai dengan standar higienitas dan sanitasi. Selain itu, masyarakat juga akan mengetahui cara pemasaran produk dan analisis usaha.

### 3.2. Visi, dan Misi Perusahaan

Visi merupakan suatu hal yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Misi adalah berbagai upaya yang harus dilakukan untuk dapat mencapai visi yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut. Visi, dan misi tersebut akan berbeda untuk setiap perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari perusahaan itu. Adapun visi, dan misi dari CV. Bening Jati Anugrah adalah sebagai berikut :

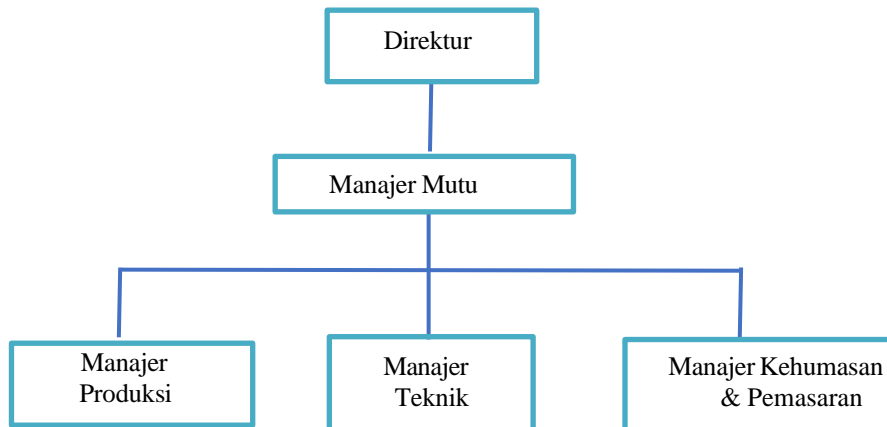
#### Visi:

- Sebagai UKM pengolah ikan terbaik di Jawa Barat
- Menjadi pusat pelatihan mandiri yang terbaik di Indonesia

#### Misi:

- Meningkatkan nilai tambah penjualan terhadap ikan yang belum diproses dan yang sudah diproses
- Meningkatkan gizi masyarakat dengan mendukung program pemerintah dalam hal gerakan masyarakat makan ikan
- Menciptakan generasi cerdas dan berkualitas yang sehat dengan membuat program jajanan sehat
- Meningkatkan nilai jual pada ikan yang sudah diproses maupun yang belum diproses
- Meningkatkan gizi masyarakat dengan gerakan gemar makan ikan

### 3.3. Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 3** Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Data Internal Perusahaan Tahun 2017

Tugas dari masing-masing jabatan dalam perusahaan berdasarkan Gambar 2., yaitu :

- Direktur: Bertugas sebagai pengendali utama dan mempunyai wewenang tertinggi di perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan serta bertanggung jawab atas keberlangsungan usaha.
- Manajer Mutu: Bertugas sebagai pengendali dan bertanggung jawab dalam hal manajemen mutu operasional, dan kegiatan lain yang terjadi di perusahaan. Selain itu, manajer mutu juga bertugas untuk melaksanakan audit internal perusahaan.
- Manajer Produksi: Bertugas dalam hal menjaga kualitas produk serta mencapai target produksi. Selain itu, manajer produksi juga bertugas untuk melakukan pengembangan produk.

### 3.4. Bidang Usaha

Beberapa bidang usaha yang sudah menjadi bagian dari CV Bening Jati Anugrah dapat dijelaskan pada Gambar 4, 5 dan 6 berikut ini:



**Gambar 4.** Bidang Usaha Perusahaan



Gambar 5. Produk CV Bening Jati Anugrah



Gambar 6. Pelatihan di CV Bening Jati Anugrah

### 3.5. Hasil Analisis SWOT

Hasil analisis SWOT untuk penelitian dengan judul "Strategi SDM dan Pemasaran pada Usaha Olahan Ikan di CV Bening Jati Anugrah Parung Kabupaten Bogor" berdasarkan penelitian terkait, berikut adalah analisis SWOT yang dapat diterapkan :

#### **Kekuatan (*Strengths*)**

- a. Lokasi strategis: CV Bening Jati Anugrah berlokasi di Parung, Kabupaten Bogor, yang dapat memudahkan akses ke pasar dan sumber daya.
- b. Produk olahan ikan yang beragam: CV Bening Jati Anugrah memiliki produk olahan ikan yang beragam, seperti kaki naga dan produk olahan ikan lainnya yang banyak disukai konsumen frozenfood dapat meningkatkan daya saing usaha.
- c. Pengalaman dan kemampuan SDM: CV Bening Jati Anugrah memiliki pengalaman dan kemampuan SDM yang dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

#### **Kelemahan (*Weaknesses*)**

- a. Kurangnya pemahaman tentang konsep dasar keuangan: CV Bening Jati Anugrah memiliki kurangnya pemahaman tentang konsep dasar keuangan, yang dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan perusahaan.
- b. Sistem informasi keuangan yang belum sempurna: CV Bening Jati Anugrah memiliki sistem informasi keuangan yang belum sempurna, yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.
- c. Keterbatasan sumber daya: CV Bening Jati Anugrah mungkin memiliki keterbatasan sumber daya, seperti keuangan dan SDM, yang dapat mempengaruhi pengembangan bisnis.

#### **Peluang (*Opportunities*)**

- a. Peningkatan permintaan produk olahan ikan: Peningkatan permintaan produk olahan ikan dapat menjadi peluang bagi CV Bening Jati Anugrah untuk meningkatkan produksi dan penjualan.
- b. Pengembangan pasar online: Pengembangan pasar online dapat menjadi peluang bagi CV Bening Jati Anugrah untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk olahan ikan.
- c. Kerja sama dengan lembaga lain: Kerja sama dengan lembaga lain dapat menjadi peluang bagi CV Bening Jati Anugrah untuk meningkatkan kemampuan SDM dan meningkatkan kualitas produk

#### **Ancaman (*Threats*)**

- a. Persaingan dengan produk sejenis: Persaingan dengan produk sejenis dapat menjadi ancaman bagi CV Bening Jati Anugrah untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kualitas produk.
- b. Perubahan kebijakan pemerintah: Perubahan kebijakan pemerintah dapat menjadi ancaman bagi CV Bening Jati Anugrah untuk meningkatkan kemampuan adaptasi dan meningkatkan kualitas produk.
- c. Keterbatasan sumber daya alam: Keterbatasan sumber daya alam dapat menjadi ancaman bagi CV Bening Jati Anugrah untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan sumber daya alam.

### 3.6. Strategi Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh CV Bening Jati Anugrah Parung Kabupaten Bogor sebagai berikut:

### **Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)**

- a. Meningkatkan kemampuan SDM: CV Bening Jati Anugrah dapat meningkatkan kemampuan SDM dengan mengikuti pelatihan dan workshop untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.
- b. Mengembangkan sistem informasi keuangan: CV Bening Jati Anugrah dapat mengembangkan sistem informasi keuangan yang lebih baik untuk meningkatkan pengelolaan keuangan perusahaan.

### **Strategi ST (Strengths-Threats)**

- a. Meningkatkan daya saing: CV Bening Jati Anugrah dapat meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan kekuatan produk olahan ikan yang beragam dan pengalaman SDM untuk menghadapi persaingan dengan produk sejenis.
- b. Mengembangkan strategi adaptasi: CV Bening Jati Anugrah dapat mengembangkan strategi adaptasi untuk menghadapi perubahan kebijakan pemerintah dan keterbatasan sumber daya alam.

### **Strategi WT (Weaknesses-Threats)**

- a. Mengurangi kelemahan: CV Bening Jati Anugrah dapat mengurangi kelemahan dengan meningkatkan kemampuan SDM dan mengembangkan sistem informasi keuangan yang lebih baik untuk menghadapi persaingan dan perubahan kebijakan pemerintah.
- b. Meningkatkan efisiensi: CV Bening Jati Anugrah dapat meningkatkan efisiensi dengan mengurangi biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi keterbatasan sumber daya alam.

Dengan demikian, CV Bening Jati Anugrah dapat meningkatkan kualitas bisnisnya dengan menerapkan strategi yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT.

### **3.7. Hasil Analisis Balance Scorecard**

Berdasarkan teori Balance Scorecard (BSC) dan kondisi aktual, berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh CV Bening Jati Anugrah Parung Kabupaten Bogor sebagai berikut :

#### **Perspektif Keuangan**

- a. Meningkatkan pendapatan: Meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan penjualan produk olahan ikan dan mengembangkan pasar online.
- b. Mengurangi biaya: Mengurangi biaya produksi dengan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan penggunaan sumber daya.

#### **Perspektif Pelanggan**

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan: Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.
- b. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan: Mengembangkan hubungan dengan pelanggan melalui media sosial dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk olahan ikan.

#### **Perspektif Proses Bisnis Internal**

- a. Meningkatkan efisiensi proses produksi: Meningkatkan efisiensi proses produksi dengan mengurangi waktu produksi dan meningkatkan kualitas produk.
- b. Mengembangkan sistem informasi: Mengembangkan sistem informasi yang lebih baik untuk meningkatkan pengelolaan keuangan dan meningkatkan efisiensi.

### **Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan**

- a. Meningkatkan kemampuan SDM: Meningkatkan kemampuan SDM dengan mengadakan pelatihan dan workshop untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang olahan ikan.
- b. Mengembangkan budaya organisasi: Mengembangkan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan peningkatan kualitas produk.

Dengan demikian, CV Bening Jati Anugrah dapat meningkatkan kualitas bisnisnya dengan menerapkan strategi yang tepat berdasarkan teori Balance Scorecard dan kondisi aktual.

### **3.8. Hasil FGD**

Berdasarkan hasil FGD (Focus Group Discussion) yang dilakukan dengan mempertimbangkan hasil analisis SWOT dan kondisi aktual, berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh CV Bening Jati Anugrah Parung Kabupaten Bogor:

#### **Strategi Pengembangan SDM**

- a. Pelatihan dan workshop: Mengadakan pelatihan dan workshop untuk meningkatkan kemampuan SDM dalam bidang pemasaran, keuangan, dan produksi.
- b. Pengembangan kompetensi: Mengembangkan kompetensi SDM dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang olahan ikan.

#### **Strategi Pemasaran**

- a. Pengembangan pasar online: Mengembangkan pasar online untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk olahan ikan.
- b. Promosi produk: Mengadakan promosi produk melalui media sosial, event, dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk olahan ikan.

#### **Strategi Peningkatan Efisiensi**

- a. Pengurangan biaya produksi: Mengurangi biaya produksi dengan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan penggunaan sumber daya.
- b. Peningkatan kualitas produk: Meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan standar kualitas dan melakukan kontrol kualitas yang lebih baik.

#### **Strategi Pengembangan Bisnis**

- a. Diversifikasi produk: Mengembangkan produk olahan ikan yang baru dan beragam untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk olahan ikan.
- b. Kerja sama dengan lembaga lain: Mengembangkan kerja sama dengan lembaga lain untuk meningkatkan kemampuan SDM dan meningkatkan kualitas produk.

Dengan demikian, CV Bening Jati Anugrah dapat meningkatkan kualitas bisnisnya dengan menerapkan strategi yang tepat berdasarkan hasil FGD dan analisis SWOT.



Gambar 9. Wawancara dan Diskusi dengan Pimpinan CV Bening Jati Anugrah

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di CV Bening Jati Anugrah Parung Kabupaten Bogor, beberapa kesimpulan yang dapat diambil terkait strategi SDM dan pemasaran pada usaha olahan ikan adalah: 1). Peningkatan Kapasitas SDM: Penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pada usaha olahan ikan sangat penting untuk mempertahankan usaha. Pelatihan keterampilan yang relevan dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha olahan ikan dan memahami strategi pemasaran, 2). Strategi Pemasaran: Pemanfaatan media sosial seperti Facebook dan TikTok dapat menjadi sarana pemasaran yang efektif untuk produk olahan ikan. Selain itu, strategi pemasaran digital juga dapat meningkatkan kapasitas penjualan unit bisnis sekelas UMKM, 3). Pengelolaan Keuangan: Penelitian lain menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang baik sangat penting bagi UMKM olahan ikan. Pembukuan dan sistem informasi keuangan yang baik dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis, 4). Pemberdayaan Masyarakat: Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan penyuluhan dapat meningkatkan motivasi dan kemampuan masyarakat dalam mengelola bisnis olahan ikan. Dengan demikian, CV Bening Jati Anugrah dapat meningkatkan kualitas bisnisnya dengan menerapkan strategi SDM dan pemasaran yang tepat, serta meningkatkan pengelolaan keuangan dan pemberdayaan Masyarakat.

#### Referensi

1. Aditya, S., Pratama, A., & Sari, D. (2025). *Manajemen operasional: Teori dan aplikasi dalam bisnis modern*. [ResearchGate](#).
2. Agam, B., Harijana, S., & Gofur, A. (2024). *Manajemen bisnis perikanan dan kelautan*. CV Hei Publishing Indonesia.
3. Bappedalitbang Kabupaten Bogor. (2024). *Dokumen rencana pembangunan jangka panjang daerah (RPJPD) Kabupaten Bogor 2025-2045*. Pemerintah Kabupaten Bogor.
4. Griffin, R. W. (2023). *Management* (14th ed.). Cengage Learning.
5. Hakim, R. M. A. (2021). Pemetaan potensi UMKM di Desa Panenjoan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 10(3), 193–197. doi.org
6. Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2024). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (14th ed.). Pearson Education.
7. Ichsan, R. N., Nasution, L., & Wijoyo, H. (2024). *Studi kelayakan bisnis: Strategi dan analisis*. STAINU Madiun Press.
8. Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2024). *Manajemen agribisnis perikanan*. Yayasan Kita Menulis.
9. Kasmir. (2024). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi Revisi). Prenada Media.
10. Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of marketing* (19th ed., Global Edition). Pearson.
11. Mulyadi. (2024). *Sistem perencanaan dan pengendalian manajemen: Sistem pelipatganda kinerja perusahaan*. Salemba Empat.
12. Pratama, M. R., & Sari, K. (2023). Strategi pemasaran produk olahan ikan dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 145–158.
13. Rangkuti, F. (2024). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis* (Cetakan Terbaru). Gramedia Pustaka Utama.
14. Rangkuti, F. (2021). *SWOT balanced scorecard: Teknik menyusun strategi korporat yang efektif*. Gramedia Pustaka Utama.
15. Sholeh, Q. N., Syarif, R., Suwandi, R., & Hidayat, T. (2022). Strategi pengembangan bisnis olahan ikan beku PT XYZ. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 25(2), 226–234. doi.org
16. Subur, R., dkk. (2023). Menentukan strategi usaha pengolahan ikan pada saat pandemi Covid-19 di Kabupaten Bogor. *Jurnal Kompetitif Pemasaran*, 6(3), 317–328.
17. Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
18. Sule, E. T., & Saefullah, K. (2024). *Pengantar manajemen* (Edisi Revisi). Kencana.
19. Susanto, H. (2022). *Panduan lengkap budidaya dan pengolahan ikan air tawar*. Penebar Swadaya.
20. Widjaja, T. (2023). *Manajemen strategis di era transformasi digital*. Andi Offset.