

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teripang pasir (*Holothuria scraba*) merupakan jenis teripang yang dapat dijumpai di perairan dangkal atau lebih dalam dengan lingkungan yang ditumbuhi lamun atau berpasir dan berlumpur. Potensi perikanan teripang cukup stabil dibandingkan produk perikanan lainnya dengan nilai ekonomis dan permintaan yang tinggi (Jasmadi, 2018). Permintaan tertinggi komoditas teripang di Daerah Kabupaten Bangkalan adalah untuk teripang pasir karena akan dimanfaatkan sebagai makanan ringan (Rhomadhon & Zainuri, 2020). Teripang memiliki kandungan protein tinggi sebesar 82% (Junianto et al., 2022), selain itu teripang pasir juga mengandung berbagai senyawa metabolit sekunder (Akerina & Anggari, 2021). Kandungan saponin glikosida pada teripang pasir (*Holothuria scraba*) bermanfaat sebagai anti bakteri serta asam lemak, glutathione dan fenol bermanfaat sebagai antioksidan kuat. Selain itu, teripang pasir juga mengandung kolagen tinggi sebesar 80-86% bertipe amida I, amida II, dan amida III (Wulansari et al., 2023). Teripang dipasarkan dalam bentuk kering menjadi produk olahan seperti teripang kering (*beche-de-mer*), gonad kering (*konoko*), usus kering (*konowata*) dan keripik. Keripik terung (teripang) diolah melalui proses pembersihan isi perut, pencucian, perebusan, pendinginan, penjemuran, dan disangrai menggunakan pasir kemudian di goreng menggunakan minyak (Hardoko & Sebastian, 2019).

UD. Sari Laut merupakan salah satu usaha keripik teripang yang terdapat di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Produk keripik teripang UD Sari Laut diproduksi sesuai dengan pesanan (*make by order*) dari toko *reseller* yang sudah bekerja sama dan menyediakan beberapa produk di toko milik pribadi. Terdapat 5 toko *reseller* yang tersebar di daerah Kamal, Bangkalan dan Surabaya yang akan memesan dan menjual kembali sejumlah produk keripik teripang UD. Sari Laut di toko masing-masing. Penjualan yang berfokus pada *reseller* yang telah ada menjadikan sumber pendapatan UD. Sari Laut juga bergantung kepada mereka. Seperti halnya yang terjadi pada bulan Juni dan Juli tahun 2023, pendapatan UD. Sari Laut mengalami penurunan sebesar 100% dari bulan-bulan sebelumnya karena tidak adanya pesanan dari *reseller*. Dimana laba bersih UD. Sari Laut pada keadaan normal seperti pada bulan April dan Mei di tahun yang sama dapat mencapai Rp2.000.000/bulan dengan pendapatan tahunan dapat mencapai Rp20.000.000/tahun.

Adanya pesaing juga menjadi ancaman tersendiri bagi keberlangsungan usaha keripik teripang UD. Sari Laut. Pesaing usaha sejenis yang juga memproduksi keripik teripang dalam lingkungan Desa Junganyar Kecamatan Socah saja terdapat 4 usaha yaitu usaha milik Ibu Kom, Ibu Musidah, Ibu Suhartatik dan Ibu Nur. Pesaing yang berada dalam lingkungan yang sama merupakan pesaing terkuat, selain karena lingkup konsumen yang sama, perebutan bahan baku teripang yang bersifat musiman dan tergantung cuaca juga terjadi. Agar usaha produk keripik teripang UD. Sari Laut dapat terus berjalan dan mampu bersaing, diperlukan kesadaran akan posisi dan pengembangan usaha serta memperhatikan mutu produk yang diharapkan konsumen. Identifikasi target pasar yang spesifik dan strategi pengembangan yang tepat perlu direncanakan sesuai dengan kondisi perusahaan (Awaludin et al., 2022). UD. Sari Laut perlu melakukan perencanaan strategi yang lebih matang agar usaha mereka dapat berkembang dan mampu bersaing dengan yang lainnya. Organisasi atau bisnis perlu mengetahui *strategic positioning* (posisi strategis) mereka melalui analisa pada berbagai aspek baik pelanggan, distribusi produk/jasa, biaya yang ditimbulkan serta tujuan yang akan dicapai (Anter et al., 2022).

Perumusan strategi memerlukan model bisnis agar mendapatkan hasil yang maksimal dan *Business Model Canvas* merupakan model bisnis yang sering digunakan dalam perancangan strategi (Fuad et al., 2023). Sesuai namanya, *Business Model Canvas* berbentuk menyerupai kanvas dengan sembilan elemen utama yang menjadi dasar perencanaan strategi yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Perencanaan strategi perlu mengentahui terlebih dahulu keadaan lingkungan perusahaan baik dalam maupun luar dengan menggunakan analisis SWOT sebelum merancangan model bisnis. Analisis SWOT merupakan analisis teknik cepat terkait keadaan internal dan eksternal lingkungan perusahaan yang terdiri dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Kesempatan), dan *Threat* (Ancaman) (Sukarno & Ahsan, 2021). Perencanaan strategi menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT membantu UD Sari Laut dalam merencanakan model bisnis yang lebih baik dan meningkatkan kualitas usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan bisnis industri keripik teripang menggunakan pendekatan analisis SWOT dan *Business Model Canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

Menentukan strategi pengembangan bisnis pada industri keripik teripang menggunakan pendekatan analisis SWOT dan *Business Model Canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah hasil penelitian dapat menjadi referensi yang bagi produser seputar analisis SWOT dan *Business Model Canvas*