

**STRATEGI SCALE UP USAHA RENDANG IKAN PAK
OMBAK DI KELURAHAN SIALANG MUNGGU
KECAMATAN TUAH MADANI KOTA
PEKANBARU PROVINSI RIAU**

OLEH :

RISKI DEDI SETIAWAN
214210208

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2026**

**STRATEGI SCALE UP USAHA RENDANG IKAN PAK
OMBAK DI KELURAHAN SIALANG MUNGGU
KECAMATAN TUAH MADANI KOTA
PEKANBARU PROVINSI RIAU**

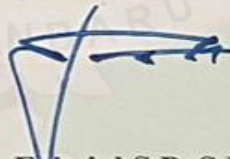
SKRIPSI

NAMA : RISKI DEDI SETIAWAN
NPM : 214210208
PROGRAM STUDY : AGRIBISNIS

**KARYA TULIS ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM
UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 08
APRIL 2026 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG
TELAH DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT
PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING



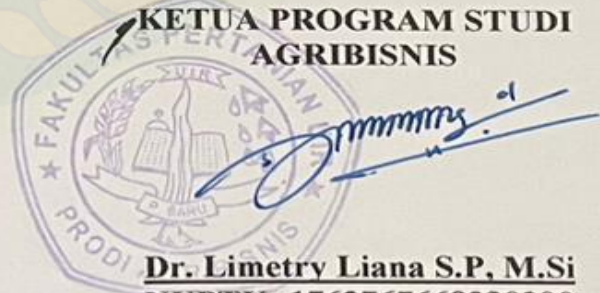
Assoc. Prof. Dr. Fahrial S.P., S.E, M.E
NUPTK: 8257745646130070

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**



Dr. Ir. H. T. Edy Sabli, M.Si
NUPTK: 025374465130083

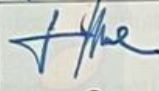
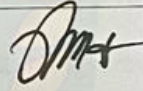
**KETUA PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS**



Dr. Limetry Liana S.P., M.Si
NUPTK: 1762767668230290

**SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DIPERTAAHKAN DI
DEPAN SIDANG PANITIA UJIAN SARJANA FAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

TANGGAL 08 APRIL 2026

No.	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Assoc. Prof. Dr. Fahrial S.P, S.E, M.E	Ketua	
2	Assoc. Prof. Dr. Ir. Septina Elida, M.Si	Anggota	
3	Hajry Arief Wahyudy, SP., M.MA	Anggota	
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Notulen	



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS PERTANIAN

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email. fperta@uir.ac.id Website. www.uir.ac.id

Format : 4 - H

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, Pekanbaru, tanggal 06 April 2026, Nomor: 120/FP-UIR/KPTS/2026, maka pada hari Rabu tanggal 08 April 2026, telah dilaksanakan Ujian Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, Jenjang Studi S1, Tahun Akademik 2026/2027 berikut ini.

1. Nama : Riski Dedi Setiawan
2. NPM : 214210208
3. Program Studi : Agribisnis
4. Dengan Judul : Strategi Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau
4. Waktu Ujian : 09.00 – 10.30 WIB
5. Tempat ujian : Ruang Seminar

Dengan keputusan Hasil Ujian Skripsi:

Lulus*/ Lulus dengan Perbaikan*/ Tidak Lulus*

* Coret yang tidak perlu.

Nilai Ujian:

Nilai Ujian Angka = 84,71 Nilai Huruf = A-

Tim Penguji Skripsi.

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Assoc. Prof. Dr. Fahrial, SP., SE., ME	Ketua	1.
2	Assoc. Prof. Dr. Ir. Septina Elida, M.Si	Anggota	2.
3	Hajry Arief Wahyudy, SP., M.MA	Anggota	3.
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Notulen	4.

Pekanbaru, Rabu, 08 April 2026

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. H. T. Edy Sabli, M.Si
NUPK: 0253744645130083

Panitia Ujian

Ketua,

Dr. Mardaleni, SP., M.Si

NUPTK : 4158754655230100

No. Kuasa: 273/A-UIR/5-FP/2026

KATA PERSEMBAHAN

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Wa an laisa lil-insāni illā mā sa‘ā

“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya”
(QS. Surah An-Najm 53:39)

Segala puji bagi Allah SWT, atas setiap langkah yang dituntun, setiap ujian yang mendewasakan, dan setiap nikmat yang patut disyukuri. Ya Allah terimakasih atas segala rahmat dan kemudahan yang engkau berikan kepada hamba, sehingga selesai membuat karya kecil ini.

Kepada kedua orang tua tercinta Ibu **Ngatinah** dan Ayah **Hasmar Matanari** terimakasih tak terhingga aku ucapkan atas segala doa, nasehat, dukungan materi maupun non materi. Peran Ibu yang lembut dan penyayang serta Ayah yang tegas namun peduli telah berhasil menghantarkan anak bungsumu meraih gelar Sarjana Pertanian. Walaupun perjalananku tidak secepat orang lain, tapi yakin dan percaya bahwa aku berusaha mewujudkan harapan yang kalian titipkan kepadaku. Semoga Allah menyayangi kalian sebagaimana kalian menyayangiku.

Terima kasih pula kepada kakak kandungku **Julia Wulandari, Amd** dan abang Ipar **Sutrisno, SP** yang sudah memberikan banyak dukungan untuk adikmu ini. Semoga semua kebaikan kakak dan mas dibalas dengan hal yang lebih baik lagi. Terimakasih untuk seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungannya.

Terimakasih saya ucapkan kepada Bapak Assoc. Prof. Dr. Fahrial, SP., SE., ME selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran dalam memberikan bimbingan dan dorongan sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Terima kasih pula kepada Ibu Assoc. Prof. Dr. Ir. Septina Elida, M.Si selaku penguji dan Bapak Hajry Arief Wahyudy, SP., M.MA selaku penguji yang telah memberikan pengarahan, tunjuk ajar sehingga mampu menyelesaikan bangku perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Terima kasih untuk kamu **Vinny**, yang selalu ada disetiap langkahku. Di saat lelah kamu hadir sebagai penyemangat di saat ragu, kamu jadi penguat. Terima kasih sudah sabar menghadapi semua prosesku, sudah mau mendengarkan setiap keluh kesahku, dan tetap bertahan disampingku sampai aku bisa berada di titik ini. *Thank you for always being there for me, for loving me in my hardest days, and for never giving up on me.* Kamu bukan hanya seseorang yang aku sayang, tapi juga bagian penting dari perjalanan hidupku. Semoga semua kebaikanmu dibalas dengan kebahagiaann yang lebih besar, dan semoga langkah kita ke depan selalu berjalan bersama.

Teruntuk **Firman Thomas Arya Siregar (Alm)** sosok yang bukan hanya seorang senior, tetapi telah menjadi seperti abang kandung. Terima kasih atas setiap langkah yang pernah kau tuntun, setiap nasihat yang kau titipkan, dan setiap kebaikan yang telah kau berikan. Kini, meski ragamu telah tiada, namun jejakmu tetap hidup dalam setiap langkah yang aku jalani. Semoga segala kebaikan menjadi cahaya yang menerangi jalanmu di sisi-Nya, dan semoga kita dipertemukan

kembali dalam keadaan yang lebih indah. Tak kalah penting senior saya juga yang telah saya anggap sebagai abang kandung **Muhammad Rifki, SP.**, dan **Atis Sutyo, SP.**, terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan tenaga, pikiran serta olahan kanda-kanda yang dilakukan sehingga menjadi Risded sekarang. Kebaikan abang akan selalu aku ingat, dan semoga suatu saat nanti aku bisa membalasnya, meski mungkin tidak akan pernah sebanding.

Teruntuk Kak **Novita Wisudawati**, terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebaikan dan kesempatan yang telah diberikan kepada saya untuk melakukan penelitian ini. Terima kasih atas waktu, kepercayaan, serta keterbukaan dalam berbagi informasi dan pengalaman yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini. Semoga usaha yang dijalankan terus berkembang, diberkahi, dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa yang akan datang.

Teruntuk kawan seperjuangan, **Nur Rodiyah Hisan, Satria Agus Trianto, Walfajri, Wahyu Hidayat**, dan yang lain-lain, terima kasih telah menjadi dari perjalan ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang saling kita berikan. Teruntuk adik-adik junior saya **Siti Nuraisyah, Gilang Rizki Pratama, M. Albey Ibnu Ali** dan **M. Rakanurpah Rezi** yang selalu memberikan semangat dan warna dalam perjalanan ini, terima kasih atas dukungan, canda dan kebersamaan yang kalian berikan. Terus berjuang, tetap semangat dan jangan pernah ragu untuk meraih apa yang kalian impikan.

Teruntuk himpunanku **HMI (Himpunan Mahasiswa Islam)** dan **HIMAGRIS (Himpunan Mahasiswa Agribisnis)** serta orang-orang yang ada

didalamnya, terima kasih sudah menjadi tempat berproses dan rumah kedua bagiku.

Disini aku banyak belajar berbagai hal ini berkat setiap orang yang ada didalamnya.

Terakhir, untuk setiap insan yang aku temui dalam perjalananku sebagai mahasiswa dan manusia yang tak bisa aku sebutkan satu per satu, terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalananku. Terima kasih sudah memberikan pengalaman-pengalaman baru yang mendewasakan. Semoga kita bertemu dilain waktu dan berbagai cerita bahagia kita masing-masing.

YAKINKAN DENGAN IMAN
USAHAKAN DENGAN ILMU
SAMPAIKAN DENGAN AMAL
YAKIN USAHA SAMPAI

RISKI DEDI SETIAWAN, SP

BIODATA PENULIS



Riski Dedi Setiawan lahir di Kenantan pada tanggal 6 April 2002. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Hasmar Matanari dan Ibu Ngatinah. Pendidikan dasar ditempuh di Sekolah Dasar Negeri 016 Kenantan dan diselesaikan 2016. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 6 Tapung dan lulus 2019. Pada jenjang menengah keatas penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Tapung dengan jurusan Agribisnis Tanaman Perkebunan dan lulus pada tahun 2021. Di tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, Program Studi Agribisnis. Sebagai bagian dari penyelesaian studi, penulis melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau”. Alhamdulillah dengan izin Allah SWT, penulis dinyatakan lulus ujian komprehensif pada tanggal 08 April 2026 dan berhak menyandang gelar Sarjana Pertanian (SP) dari Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Riski Dedi Setiawan, SP

ABSTRAK

RISKI DEDI SETIAWAN (214210208) Strategi Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau Dibimbing oleh: Assoc. Prof. Dr. Fahrial, SP., SE., ME

Usaha rendang ikan pak ombak merupakan salah satu industri rumah tangga di Kota Pekanbaru yang bergerak dalam bidang pengolahan ikan teri menjadi produk rendang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik pengusaha dan profil usaha, analisis usaha, analisis proses *scale up* usaha, serta merumuskan strategi *scale up* yang tepat bagi usaha rendang ikan pak Ombak. Usaha ini merupakan salah satu agroindustri rumah tangga di Kota Pekanbaru yang mengolah ikan teri menjadi produk rendang kemasan. Penelitian menggunakan metode survei dengan teknik sensus. Responden terdiri dari satu orang pengusaha dan dua tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. Data primer dan sekunder dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha, sedangkan QSPM digunakan untuk menentukan prioritas strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja berada pada usia produktif dengan rata-rata pengalaman kerja delapan tahun. Biaya produksi per proses sebesar Rp1.517.287,94 dengan hasil produksi 7 kg rendang ikan teri, menghasilkan keuntungan bersih Rp582.712,06. Nilai efisiensi usaha (R/C ratio) sebesar 1,38 menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan. Berdasarkan analisis proses *scale up* dapat disimpulkan bahwa proses scale up usaha rendang ikan pak ombak telah terjadi secara parsial, yaitu meningkat pada aspek aset dan omzet namun belum sepenuhnya pada aspek tenaga kerja. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh delapan alternatif strategi pengembangan usaha yang terdiri dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Melalui analisis QSPM, strategi prioritas yang diperoleh adalah “Mengembangkan pemasaran digital untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bersifat lokal” dengan nilai *Total Attractiveness Score (TAS)* tertinggi sebesar 6,440. Hasil penelitian menyimpulkan dengan menerapkan strategi-strategi tersebut secara bertahap dan berkelanjutan, diharapkan usaha Rendang Ikan Pak Ombak dapat meningkatkan daya saing produk, memperluas pangsa pasar, serta mendorong peningkatan skala usaha menuju kategori usaha kecil secara lebih optimal

Kata Kunci: *Strategi, Scale Up, SWOT, QSPM, Rendang Ikan Pak Ombak*

ABSTRACT

RISKI DEDI SETIAWAN (214210208) Scale Up Strategy for Pak Ombak Fish Rendang Business in Sialang Munggu Village, Tuah Madani District, Pekanbaru City, Riau Province Supervised by: Assoc. Prof. Dr. Fahrial, SP., SE., ME

Pak Ombak's fish rendang business is a home industry in Pekanbaru City that processes anchovies into rendang products. This study aims to analyze the characteristics of entrepreneurs and business profiles, business analysis, business scale up process analysis, and formulate an appropriate scale up strategy for Pak Ombak's fish rendang business. This business is one of the home agro-industries in Pekanbaru City that processes anchovies into packaged rendang products. The study used a survey method with a census technique. Respondents consisted of one entrepreneur and two workers directly involved in the production process. Primary and secondary data were analyzed descriptively qualitatively and quantitatively. SWOT analysis was used to identify internal and external factors that influence the business, while QSPM was used to determine development strategy priorities. The results showed that entrepreneurs and workers were in their productive age with an average work experience of eight years. The production cost per process is Rp1,517,287.94 with a production yield of 7 kg of anchovy rendang, resulting in a net profit of Rp582,712.06. The business efficiency value (R/C ratio) of 1.38 indicates that this business is feasible to be developed. Based on the scale-up process analysis, it can be concluded that the scale-up process of the Pak Ombak fish rendang business has occurred partially, namely increasing in the aspects of assets and turnover but not fully in the aspect of labor. Based on the SWOT analysis, eight alternative business development strategies were obtained consisting of SO, WO, ST, and WT strategies. Through the QSPM analysis, the priority strategy obtained was "Developing digital marketing to overcome marketing limitations that have so far been local" with the highest Total Attractiveness Score (TAS) of 6.440. The results of the study concluded that by implementing these strategies gradually and sustainably, it is hoped that the Pak Ombak Fish Rendang business can increase product competitiveness, expand market share, and encourage an increase in business scale towards the small business category more optimally.

Keywords: *Strategy, Scale Up, SWOT, QSPM, Pak Ombak Fish Rendang*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Segala puji syukur dengan menyebut nama Allah Subhanahu *Wa Ta'ala* yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, penulis ingin menyampaikan puja dan puji syukur kepada hadirat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan penelitian berjudul "Strategi *Scale Up* Usaha Rendang Ikan Pak Ombak Di Kelurahan Sialang Munggu, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru Provinsi Riau".

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. T. Edy Sabli, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
 2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Fahrial, SP., SE., ME selaku dosen pembimbing yang telah membantu penyusunan skripsi ini.
 3. Ibu Dr. Limetry Liana S.P, M.Si dan Ibu Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si selaku Ketua Prodi dan Sekertaris Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
 4. Ibu Ngatinah dan Bapak Hasmar Matanari selaku orang tua penulis yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan dalam meyelesaikan perkuliah
- Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Pekanbaru, Maret 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Ruang Lingkup	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Kaedah Islam	10
2.2. Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	10
2.2.1. Rendang.....	13
2.2.2. Ikan.....	14
2.3. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha.....	17
2.3.1. Karakteristik Pengusaha.....	17
2.3.2. Profil Usaha.....	22
2.4. Analisis Usaha	26
2.4.1. BiayaProduksi	27
2.4.2. Produksi	27

2.4.3. Harga	31
2.4.4. Pendapatan	31
2.4.5. Efisiensi Usaha.....	32
2.5. Analisis Proses Scale Up Usaha	33
2.5.1. Konsep Scale Up	33
2.5.2. Indikator Scale Up	35
2.6. Strategi Scale Up Usaha.....	42
2.6.1. Pengertian Strategi	42
2.6.2. Pengertian Strategi Scale Up.....	42
2.6.3 Analisis Swot	43
2.6.4. Analisis QSPM.....	46
2.7. Penelitian Terdahulu	47
2.8. Kerangka Pemikiran.....	52
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	55
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
3.2. Teknik Pengambilan Responden.....	55
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	56
3.4. Konsep Operasional	57
3.5. Analisis Data	60
3.5.1. Analisis Karakteristik Pelaku Usaha dan Profil Usaha .	60
3.5.2. Analisis Usaha Rendang Ikan Pak Ombak.....	61
3.5.3. Analisis Proses Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak.....	64

3.5.4. Analisis Strategi Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	73
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	80
4.1. Keadaan Geografi dan Topografi.....	80
4.1.1. Geografi.....	80
4.1.2. Topografi.....	81
4.2. Kondisi Demografis	81
4.2.1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur	82
4.2.2. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	83
4.2.3. Mata Pencarian Penduduk.....	85
4.3. Sarana dan Prasarana Penunjang	85
4.3.1. Layanan Pendidikan.....	86
4.3.2. Layanan Kesehatan	87
4.3.3. Saranan Umum.....	88
4.3.4. Potensi Pertanian.....	88
4.3.5. Potensi Industri Kecil.....	90
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	93
5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	93
5.1.1. Karakteristik Pengusaha.....	93
5.1.2. Profil Usaha.....	98
5.2. Analisis Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	101
5.2.1. Biaya Produksi	101

5.3.2. Produksi	104
5.3.3. Harga	104
5.3.4. Pendapatan	105
5.3.5. Efisiensi Usaha	105
5.3. Analisis Proses Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	106
5.3.1. Perhitungan Omzet dan Laba Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	106
5.3.2. Analisis Klasifikasi Scale Up Usaha Berdasarkan Regulasi dan Statistik	108
5.3.3. Analisis Proses Scale Up Usaha Usaha Berdasarkan Regulasi dan Statistik	113
5.4. Analisis Strategi Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak ..	117
5.4.1. Analisis Matrik IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	117
5.4.2. Analisis Matrik EFAS (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	122
5.4.3. Analisis SWOT	126
5.4.4. Kuadran Analisis SWOT	131
5.5.4. Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategi Planning</i>)	132
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	139
6.1. Kesimpulan	139
6.2. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	143



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Potensi dan Pemanfaatan Perikanan Budidaya Kabupaten/Kota di Provinsi Riau tahun 2020	2
2. Data Produksi Rendang Ikan Pak Ombak Tahun 2025	4
3. Produksi Ikan Teri di Provinsi Riau Tahun 2020-2024	15
4. Kandungan Gizi Pada Ikan Teri	16
5. Klasifikasi SWOT.....	46
6. Matriks IFAS	74
7. Matriks EFAS	75
8. Matriks SWOT.....	76
9. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023	83
10.Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023	84
11.Jumlah Layanan Pendidikan di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023	87
12. Jumlah Layanan Kesehatan di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023	88
13. Karakteristik Pengusaha dan Tenaga Kerja pada usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	94

14. Analisis Biaya, Produksi, Harga, Pendapatan, dan Efisiensi Usaha Pada Usaha Agroindustri Rendang Ikan Teri Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Tahun 2025 .	102
15. Perhitungsn Omzet dan Laba Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	107
16. Analisis Klasifikasi dan Proses Scale Up Usaha Berdasarkan Regulasi dan Statistik	109
17. IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) Usaha Rendang Ikan Pak Ombak Tahun 2025	121
18. EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary) Usaha Rendang Ikan Pak Ombak Tahun 2025	125
19. Matriks SWOT Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	130
20. Hasil Analisis QSPM.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Produksi Rendang Ikan.....	30
2. Kerangka Pemikiran.....	30
3. Kuadran Analisis SWOT	76
4. Hasil Kuadran Analisis SWOT	131

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas Pengusaha Dan Tenaga Kerja Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Tahun 2025	148
2. Profil usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Tahun 2025	148
3. Penggunaan Tenaga Kerja Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Tahun 2025	149
4. Penyusutan Alat yang digunakan Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	150
5. Total Biaya Produksi Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	152
6. Perhitungan Omzet Usaha Rendang Ikan Pak Ombak	153
7. Tabulasi Kuisioner Faktor Internal Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	154

8.	Tabulasi Kuisioner Faktor Eksternal Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	155
9.	Matriks Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) berdasarkan SO Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	156
10.	Matriks Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) Berdasarkan WO Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	157
11.	Matriks Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) Berdasarkan ST Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tu ah Madani Kota Pekanbaru 2025	158
12.	Matriks Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) Berdasarkan WT Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025	159
13.	Hasil Wawancara Kuisioner Faktor Internal dan Eksternal	160

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rendang merupakan salah satu makanan khas Indonesia yang telah diakui secara global. Pada tahun 2011, CNN menobatkan rendang sebagai makanan terenak di dunia dalam daftar *World's 50 Best Foods*, dan kembali menduduki peringkat pertama pada tahun 2017 (CNN Travel, 2017). Makanan khas Minangkabau ini pada awalnya berbahan dasar daging sapi, dimasak dengan santan dan rempah-rempah khas yang kaya akan cita rasa. Seiring perkembangan kuliner di Indonesia, rendang mengalami banyak inovasi, salah satunya adalah penggunaan ikan sebagai bahan utama.

Sektor pertanian Indonesia terbagi menjadi lima subsektor utama yaitu tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan. Subsektor perikanan memiliki peran strategis dalam pemanfaatan sumber daya hayati perairan. Selain itu, subsektor ini meningkatkan ekspor nonmigas, menyediakan lapangan kerja, menyumbang devisa negara, dan memenuhi kebutuhan gizi masyarakat melalui produk-produk perikanan.

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki luas lautan sebesar 681.961,83 km², dengan panjang garis pantai 2.713 km² serta terdapat sungai besar seperti Sungai Siak, Kampar, Rokan dan Indragiri yang menjadikan sektor perikanan berkembang dengan baik. Adapun potensi dan pemanfaatan perikanan budidaya di Kabupaten/Kota di Provinsi Riau juga masih cukup tinggi, yang dapat dilihat pada Tabel 1, Berikut ini :

Tabel 1. Data Potensi dan Pemanfaatan Perikanan Budidaya Kabupaten/Kota di Provinsi Riau tahun 2020

Kabupaten/Kota	Potensi (Ha)			Pemanfaatan (Ha)		
	Tawar	Payau	Laut	Tawar	Payau	Laut
Indragiri Hilir	1.657	34.100	72.00	379,79	371,27	-
Rokan Hilir	102,80	3.049,25	118.330	-	-	-
Bengkalis	631,90	1.358,53	6.200	17,15	95,94	-
Siak	399,78	1.604	-	107,0	0,1	-
K. Meranti	60,500	1.300	1.900	2,47	3,21	0,48
Dumai	225	2.300	-	52,89	238,76	-
Palalawan	8.4203	2.100	-	484,5	40	-
Kampar	6.521	-	-	411	-	-
Indragiri Hulu	3.700	-	-	159,47	-	-
Rokan Hulu	8.704,08	-	-	243,75	-	-
Kuantan Singingi	335.85	-	-	298,49	-	-
Pekanbaru	650,00	-	-	214,76	-	-
Total	91.630,41	45.812,07	126.430,00	2.371,26	749,28	0,48

Sumber: Kelautan dan perikanan angka tahun 2020

Dari data yang dipaparkan Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Riau, Herman Mahmud pada tahun 2020, potensi lahan perikanan masih cukup luas di Riau. Tercatat 91.630,41 Ha budidaya air tawar, baru dimanfaatkan sebesar 2.371,26 Ha. Budidaya air payau 45.812,07 Ha, baru dimanfaatkan sebesar 749,28 Ha dan budidaya air laut 126.430,00 Ha, baru dimanfaatkan sebesar 0,48, sehingga banyaknya tersedia potensi perikanan yang ada membuat sektor perikanan menjadi salah satu komoditas unggulan di Provinsi Riau.

Ketersediaan ikan di Provinsi Riau juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk industri. Hal ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi subsektor perikanan seperti usaha agroindustri pengolahan ikan. Adanya proses pengolahan yang mengubah bahan primer menjadi produk baru, dapat memberikan nilai tambah berupa produk jadi yang siap dikonsumsi serta mempunyai nilai ekonomis yang lebih tinggi karena adanya pengurangan biaya, sehingga mendapat keuntungan yang lebih besar jika dibandingkan tanpa melalui proses pengolahan.

Rendang ikan khas Riau memiliki keunikan tersendiri karena menggunakan berbagai jenis ikan seperti ikan teri. Bumbu rendang yang digunakan pun khas dengan sentuhan rempah yang sedikit berbeda dari rendang daging, menyesuaikan dengan cita rasa ikan yang lebih ringan. Selain itu, rendang ikan memiliki keunggulan dalam hal daya tahan yang cukup lama, sehingga berpotensi menjadi produk unggulan daerah yang dapat dipasarkan lebih luas.

Sebagai ibu kota Provinsi Riau, Pekanbaru merupakan pusat perdagangan dan industri kuliner yang berkembang pesat. Banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Pekanbaru yang mulai mengembangkan rendang ikan sebagai produk unggulan, baik untuk pasar lokal maupun ekspor. Keberadaan bandara internasional dan jalur perdagangan yang strategis memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas distribusi produk rendang ikan ke berbagai daerah di Indonesia maupun ke luar negeri (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Riau, 2022).

Salah satu usaha yang mengolah ikan sebagai rendang adalah usaha Pak Ombak yang berada di Pekanbaru. Usaha Pak Ombak ini merupakan pelopor pertama produksi rendang ikan di Provinsi Riau. Keunikan dari produk ini terletak pada penggunaan bahan bakunya yaitu ikan teri. Pada proses memasak rendang ikan, metodenya tidak sama dengan rendang daging pada umumnya yang melibatkan berbagai rempah dan bumbu halus. Untuk membuat rendang ikan ini, rendang hanya dimasak sederhana bersama santan serta hanya memakai bumbu seperti cabe merah, bawang merah, dan daun kunyit.

Tabel 2. Data Produksi Rendang Ikan Pak Ombak Tahun 2025

NO	Bulan	Jumlah produksi (Pouch)
1.	Januari	300
2.	Februari	320
3.	Maret	380
4.	April	400
5.	Mei	450
6.	Juni	500
7.	Juli	550
8.	Agustus	600
9.	September	650
10.	Oktober	700
11.	November	750
12.	Desember	800
Jumlah		6.400
Rata-rata		533

Sumber : Pak Ombak 2026

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah produksi rendang ikan pak ombak selama tahun 2025 mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari bulan ke bulan. Pada awal tahun tepatnya bulan Januari, jumlah produksi masih relatif rendah yaitu sebanyak 300 pouch, namun terus mengalami kenaikan hingga mencapai 800 pouch pada bulan Desember. Secara keseluruhan, total produksi selama tahun 2025 mencapai 6.400 pouch atau rata-rata sekitar 533 pouch perbulan. Kondisi ini dapat menjadi indikator positif bahwa usaha memiliki prospek untuk melakukan *Scale Up* melalui peningkatan kapasitas produksi dan penguatan sistem distribusi agar dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin besar.

Usaha rendang Pak Ombak menghasilkan produk rendang kemasan yang siap dikonsumsi yaitu rendang ikan teri, memungkinkan masyarakat menikmatinya kapan dan di mana saja. Inisiatif ini bertujuan untuk memperkenalkan rendang ikan teri kepada seluruh masyarakat Indonesia. Rendang ini merupakan hidangan khas daerah Pangkalan, Kecamatan Lima Puluh Kota, Sumatera Barat, yang biasanya

disajikan dalam acara-acara spesial seperti pesta pernikahan, khatam Al-Quran, dan upacara adat lainnya.

Usaha Rendang Ikan Pak Ombak ini cukup terkenal di Pekanbaru, usaha ini memiliki penghargaan dan kerja sama dengan negara lain. Usaha Pak Ombak telah berupaya menjadi CV. Perusahaan yang bernama Pak Ombak Djaya yang diberikan oleh pemerintah Provinsi Riau. Usaha Pak Ombak menerima penghargaan Gebyar UKM Indonesia tahun 2018 diberikan oleh ICSB Indonesia. Usaha Pak Ombak mendapatkan juara tiga dalam kategori UMKM Tourism pada tahun 2023. Usaha ini menerima sertifikat sebagai Finalis Apresiasi Kreasi Indonesia tahun 2023. Usaha Pak Ombak sejauh ini telah bekerja sama dengan beberapa gerai oleh-oleh di Pekanbaru. Bahkan display kedua produk tersebut juga terpanjang di galeri Pojok Oleh-Oleh Khas Pekanbaru. Usaha ini sudah mampu menciptakan lapangan pekerjaan di lingkungan usaha sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Usaha rendang ikan pak ombak perlu melakukan *scale up* untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan melakukan *scale up*, bisnis dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, dan meraih keuntungan yang lebih besar. Selain itu, *scale up* memungkinkan usaha untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang, mengoptimalkan proses produksi agar lebih efisien, serta menarik perhatian investor atau mitra strategis. Tanpa *scale up*, usaha berisiko *stagnan* dan kehilangan peluang untuk tumbuh lebih besar serta berkontribusi pada penciptaan lapangan

kerja dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, *scale up* menjadi langkah penting bagi usaha agar dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak ini terdapat potensi yang signifikan di daerah produksi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal. Beberapa potensi tersebut meliputi ketersediaan bahan baku yang melimpah, tidak adanya pesaing di daerah produksi, infrastruktur yang baik, serta prestasi yang telah diraih oleh pelaku usaha.

Ketersediaan bahan baku yang melimpah memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Selain itu, kondisi pasar yang minim pesaing di daerah produksi menciptakan peluang bagi pelaku usaha untuk menguasai pangsa pasar dan mengembangkan produk mereka tanpa tekanan kompetisi yang tinggi. Infrastruktur yang baik, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas pendukung lainnya, juga menjadi faktor penting yang mendukung kelancaran distribusi dan aksesibilitas produk ke pasar. Prestasi yang telah diraih oleh pelaku usaha setempat menunjukkan adanya potensi untuk mengembangkan usaha lebih lanjut dan meningkatkan reputasi produk di mata konsumen.

Meskipun terdapat potensi yang menjanjikan, permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha juga tidak dapat diabaikan. Salah satu permasalahan utama adalah pemasaran produk yang masih terbatas. Banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif, sehingga produk yang dihasilkan tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, dampak bagi lingkungan akibat proses produksi juga menjadi perhatian penting, terutama dalam

konteks keberlanjutan usaha. Kurangnya tenaga kerja terampil menjadi tantangan lain yang menghambat pertumbuhan usaha, di mana keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk masih kurang. Terakhir, teknologi yang digunakan dalam proses produksi sering kali masih konvensional, sehingga mengurangi efisiensi dan daya saing produk di pasar.

Adanya permasalahan serta kendala yang dihadapi oleh pengusaha, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “ Strategi *Scale Up* Usaha Rendang Ikan Pak Ombak Di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana karakteristik pengusaha dan profil usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau?
2. Bagaimana analisis usaha Rendang Ikan Pak Ombak Di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau?
3. Bagaimana analisis proses *Scale Up* usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Pekanbaru Provinsi Riau?
4. Bagaimana strategi *Scale Up* usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian menganalisis:

1. Karakteristik pengusaha dan profil usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
2. Analisis usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
3. Analisis proses *Scale Up* usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
4. Strategi *Scale Up* usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi pihak yang terkait dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagi penulis sebagai menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai strategi *scale up* Usaha Rendang Ikan Pak Ombak dan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana.
2. Bagi pengusaha, penelitian ini sebagai informasi dalam mengambil tindakan yang tepat untuk melakukan *scale up* pada usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
3. Bagi para pembaca penelitian ini dapat dianggap sebagai sumber informasi yang berguna dan dapat digunakan sebagai referensi untuk mendapatkan hasil yang optimal.

4. Bagi Pemerintah, penelitian ini dapat menjadi dasar penelitian dalam membuah kebijakan yang berhubungan dengan proses pengolahan pengembangan usaha agroindustri di Kota Pekanbaru.

1.4 Ruang Lingkup

Untuk membatasi masalah yang akan dibahas penelitian ini, maka penelitian ini difokuskan pada strategi *scale up* usaha rendang ikan pak ombak yang diusahakan di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Adapun permasalahan yang akan diselesaikan

1. Analisis karakteristik dan profil usaha Rendang Ikan Pak Ombak. Karakteristik pengusaha meliputi: Umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga. Profil usaha terdiri dari : sejarah usaha, skala usaha, modal usaha, tenaga kerja.
2. Analisis usaha rendang ikan teri Pak Ombak meliputi: biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi.
3. Analisis proses *Scale Up* meliputi indikator berikut: Aset, Omzet, dan Tenaga Kerjaa
4. Analisis strategi *Scale Up* usaha melalui faktor internal dan eksternal pada usaha rendang ikan menggunakan analisis SWOT.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kaedah Islam

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil referensi dari ayat Al-Qur'an tepat pada surat An-Nahl ayat 14 yang berbunyi:

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا^ط وَتَرَى الْفُلْكَ مَوَاجِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

"Dan Dialah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan darinya daging yang segar (ikan), dan mengeluarkan darinya perhiasan yang kamu pakai. Dan kamu melihat kapal-kapal berlayar padanya, dan supaya kamu mencari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur."

Ayat ini menunjukkan bahwa laut dan isinya, termasuk ikan, adalah ciptaan Allah yang ditundukkan untuk dimanfaatkan manusia. Ini bisa menjadi dasar teologis dalam penelitian yang mengarah pada pemanfaatan ikan secara berkelanjutan, teknologi pengolahan ikan, maupun pengembangan ekonomi berbasis sumber daya laut.

2.2. Konsep Usaha

Usaha merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Dalam praktiknya, usaha memiliki berbagai skala yang berbeda-beda tergantung pada kemampuan modal, kapasitas produksi, serta jumlah penjualan

yang dihasilkan. Di Indonesia, klasifikasi usaha diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang membagi usaha ke dalam tiga kategori utama, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

2.2.1. Usaha Mikro

Usaha mikro merupakan jenis usaha dengan skala paling kecil yang umumnya dimiliki dan dikelola secara perorangan atau usaha keluarga. Kegiatan usaha mikro biasanya masih menggunakan teknologi sederhana, jumlah tenaga kerja yang terbatas, serta modal usaha yang relatif kecil. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

Secara umum, usaha mikro memiliki beberapa karakteristik seperti skala produksi yang kecil, sistem manajemen yang sederhana, serta pemasaran yang masih terbatas pada lingkungan sekitar. Meskipun demikian, usaha mikro memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian karena mampu menciptakan lapangan kerja serta menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat

2.2.2. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan memiliki skala usaha yang lebih besar dibandingkan usaha mikro. Pada usaha kecil, kegiatan produksi dan manajemen usaha biasanya sudah lebih terorganisir, serta

memiliki kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000.

Dalam praktiknya, usaha kecil biasanya telah memiliki sistem pengelolaan usaha yang lebih baik, jumlah tenaga kerja yang lebih banyak, serta jangkauan pemasaran yang lebih luas dibandingkan usaha mikro. Oleh karena itu, usaha kecil sering dipandang sebagai tahap perkembangan lanjutan dari usaha mikro yang telah mengalami pertumbuhan usaha.

2.2.3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha produktif dengan skala yang lebih besar dibandingkan usaha kecil dan memiliki kemampuan produksi yang lebih tinggi serta sistem manajemen yang lebih terstruktur. Usaha menengah umumnya telah memiliki akses yang lebih luas terhadap pasar, sumber pembiayaan, serta teknologi produksi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan dari usaha besar. Usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000.

Usaha menengah umumnya telah memiliki sistem manajemen yang lebih profesional, penggunaan teknologi yang lebih modern, serta jaringan pemasaran yang lebih luas. Oleh karena itu, usaha menengah memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan daya saing sektor usaha di tingkat nasional.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah merupakan tahapan perkembangan usaha yang berbeda berdasarkan skala modal, kapasitas produksi, serta tingkat penjualan. Perubahan dari satu kategori usaha ke kategori yang lebih tinggi menunjukkan terjadinya peningkatan skala usaha atau *scale up* yang mencerminkan adanya pertumbuhan dan perkembangan usaha secara ekonomi.

2.2.4. Rendang

Rendang adalah masakan tradisional khas Minangkabau (Sumatera Barat, Indonesia) yang terbuat dari daging sapi yang dimasak dengan santan dan campuran berbagai rempah-rempah khas seperti serai, lengkuas, bawang putih, bawang merah, jahe, cabai, dan berbagai bumbu lainnya. Proses memasaknya memakan waktu lama, biasanya berjam-jam, hingga santan mengering dan bumbu meresap

sempurna ke dalam daging, menghasilkan rasa yang kaya dan tekstur yang empuk serta kering di bagian luar.

Rendang tidak hanya dikenal sebagai makanan, tetapi juga memiliki nilai budaya yang tinggi bagi masyarakat Minangkabau. Masakan ini sering disajikan dalam acara-acara penting seperti pernikahan, hari raya, dan perjamuan adat. Uniknya, rendang juga memiliki daya tahan lama karena proses memasaknya yang membuatnya awet tanpa bahan pengawet.

Menurut Badan PBB untuk Pendidikan, Ilmu Pengetahuan dan Kebudayaan (UNESCO), rendang termasuk dalam daftar warisan budaya tak benda dari Indonesia. Selain itu, rendang pernah dinobatkan sebagai makanan terenak di dunia versi CNN Travel tahun 2011 dan 2017.

2.2.5. Ikan

Ikan adalah hewan vertebrata berdarah dingin yang hidup di air dan bernapas menggunakan insang. Tubuh ikan umumnya dilengkapi dengan sirip untuk berenang dan dilapisi oleh sisik. Ikan termasuk dalam kelas *Pisces* dan merupakan kelompok hewan yang paling beragam di antara vertebrata, dengan ribuan *spesies* yang tersebar di perairan tawar dan laut di seluruh dunia. Ikan juga memiliki peran penting dalam ekosistem perairan sebagai bagian dari rantai makanan serta sebagai sumber pangan bergizi tinggi bagi manusia. Dalam usaha ini, bahan baku yang dibutuhkan adalah ikan teri. Adapun penjelasan mengenai ikan teri yaitu :

a. Ikan Teri

Ikan teri memiliki nama ilmiah *Stolephorus sp* atau yang juga dikenal dengan sebutan *anchovy*. Umumnya berukuran 6-9 cm yang ciri morfologinya yaitu, tidak bewarna, hidup bergerombolan diperairan dekat pantai, bentuk tubuh bulat memanjang, ukuran sisik tipis yang mudah lepas, ekor sirip tidak bersambung dengan sirip duburnya, terdapat garis putih bewarna keperakan dibagian samping dari kepala sampai ekor, duri abnomial berjumlah 7 buah, serta ada juga ikan teri yang ukuran besar sekitar 17.5 cm seperti jenis *Stolephorus indicus* dan *Stolephorus commersonii* yang menghuni perairan dekat pantai dengan hidup bergerombol (Hutomo dkk, 2015).

Spesies umum ikan teri yang teridentifikasi adalah *S.devisi*, *Stolephorus heterobolus*, *S.commersonii*, *S.indicus* dan *S.buccaneeri*. Menurut De Bruin et al (2015) ikan teri memiliki klasifikasi, yaitu sebagai berikut:

Filum : *Chordata*
 Sub-Filum : *Vertebrae*
 Kelas : *Actinopterygii*
 Ordo : *Clupeiformess*
 Famili : *Engraulidae*
 Genus : *Stolephorus*
 Species : *Stolephorus sp*

Tabel 3. Produksi Ikan Teri di Provinsi Riau Tahun 2020-2024

No.	Tahun	Produksi Ikan Teri	
		Volume Produksi (Ton)	Nilai Produksi (Rp)
1	2020	3.512,00	67.126.16
2	2021	4.623,10	178.921.48
3	2022	2.995,20	30.151.607
4	2023	4.513,84	41.618.811

5	2024	4.273,16	150.135.591
Total		19.917,79	467.953.649

Sumber : Data Statistik Kelautan dan Perikanan 2020-2024

Berdasarkan Tabel 3, diketahui produksi ikan teri pada tahun 2020 adalah 3.512,00 ton dengan nilai Rp.67.126.16. Pada tahun 2021 volume produksi ikan teri meningkat menjadi 4.623,10 ton dengan nilai Rp.178.921.48. Pada tahun 2022 volume produksi menurun menjadi 2.995,10 ton dengan nilai produksi Rp.30.151.607. Pada tahun 2023 volume ikan teri meningkat kembali menjadi sebesar 4.513,84 ton dengan nilai produksi Rp.41.618.811. Tahun 2024 ikan teri memiliki volume produksi sebesar 4.273,16 ton dengan nilai Rp.150.135.591. Sehingga total keseluruhan volume produksi ikan teri pada tahun 2020 sampai dengan 2024 yaitu sebesar 19.917,79 ton dengan nilai Rp.467.953.649.

Ikan teri memiliki manfaat yang sangat baik bagi tubuh adalah meningkatkan produksi hemoglobin, menyeimbangkan tingkat keasaman tubuh, mencegah osteoporosis, membantu fungsi mata, dan lain-lain. Adapun kandungan gizi per 100 gram ikan teri dengan BDD = 62% (Berat dapat dimakan), yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. . Kandungan Gizi Pada Ikan Teri

No.	Kandungan Gizi	Jumlah	Satuan
1.	Air	16,7	gram
2.	Energi	331	Kalori
3.	Fosfor	1.500	Miligram
4.	Kalsium	2.381	Miligram
6.	Lemak	4,2	Gram
7.	Protein	68,7	Gram
8.	Vitamin B1	0,10	Miligram
9.	Besi, Ferrum, Iron	23,4	Miligram
10.	Vitamin A	61	Mikrogram

Sumber : Andra Farm, 2019

2.3. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha

2.3.1. Karakteristik Pengusaha

Karakteristik usaha merupakan aspek penting yang mencerminkan bagaimana sebuah usaha dijalankan dan dikelola untuk mencapai keberhasilan, termasuk dalam hal pengambilan keputusan, inovasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Suryana 2013). Faktor yang penting dalam menciptakan suatu usaha adalah karakteristik yang dimiliki pengusaha serta tenaga kerja pada menjalankan kegiatan usaha. Karakteristik - Karakteristik pengusaha terdiri dari beberapa komponen yaitu umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.

A. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat pendapatan individu. Kelompok usia produktif, yang berada dalam rentang 15–64 tahun, dianggap sebagai periode optimal untuk bekerja. Secara umum, pendapatan seseorang cenderung meningkat seiring bertambahnya usia, meskipun hal ini juga bergantung pada jenis pekerjaan yang dijalankan. Usia berperan dalam mekanisme yang menghubungkan kekuatan fisik seseorang dengan kemampuan menjalankan pekerjaan. Setelah melewati usia produktif, daya fisik cenderung mengalami penurunan, yang dapat berdampak pada penurunan produktivitas dan, pada akhirnya, menurunkan pendapatan (Dwinaga, 2017).

Faktor usia tenaga kerja menjadi elemen utama dalam menentukan produktivitas individu. Rentang usia kerja yang paling produktif umumnya berada pada kisaran 20 hingga 40 tahun, di mana individu berada dalam tahap optimal untuk bekerja. Sebelum usia 20 tahun, kebanyakan individu masih dalam proses

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

pengembangan keterampilan dan pendidikan sehingga produktivitasnya belum maksimal. Sebaliknya, setelah melewati usia 40 tahun, penurunan kemampuan fisik mulai terjadi, yang berpotensi mempengaruhi tingkat produktivitas seseorang (Priyono & Yasin, 2016).

Dalam konteks usaha Rendang Ikan Pak Ombak, baik pengusaha maupun tenaga kerja masih berada dalam kategori usia produktif. Semakin muda usia seseorang, semakin besar energi dan semangat yang dimiliki dalam menjalankan usaha, karena didukung oleh kondisi fisik yang masih prima. Hal ini sejalan dengan klasifikasi usia penduduk menurut BPS (2023), yang membagi kelompok umur menjadi tiga kategori: kelompok belum produktif (1–14 tahun), kelompok produktif (15–64 tahun), dan kelompok tidak produktif (65 tahun ke atas).

B. Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah upaya buat menghasilkan kepribadian seseorang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku dalam rakyat dan kebudayaan. Secara evolusioner, kata pendidikan atau *paedagogie* merujuk di bimbingan atau pertolongan yang disengaja diberikan oleh orang dewasa buat membantu seseorang mencapai kedewasaan. Pendidikan adalah inisiatif yang dijalankan oleh individu atau grup orang lain menggunakan tujuan membantu seseorang mencapai kedewasaan atau mencapai taraf kehidupan atau kesejahteraan yang lebih tinggi secara mental. dalam konteks ini, pendidikan meliputi perjuangan, dampak, perlindungan, serta bantuan yang ditujukan pada anak menggunakan fokus di proses pendewasaan, atau lebih tepatnya, membantu anak supaya menjadi cakap pada menjalani tugas-tugas kehidupannya sendiri. (Tindangen, dkk, 2020).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan adalah usaha sadar serta bersiklus untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran supaya siswa secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk mempunyai kekuatan spiritual keagamaan, pendidikan diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, dan keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, Bangsa serta Negara. Jenjang pendidikan yang termasuk jalur pendidikan sekolah terdiri atas: (1) pendidikan dasar, diselenggarakan untuk mengembangkan perilaku serta kemampuan dan memberikan pengetahuan serta keterampilan dasar yang diperlukan untuk hidup dalam masyarakat. Pendidikan dasar adalah pendidikan yang lamanya 9 tahun yang diselenggarakan selama 6 tahun pada SD (Sekolah Dasar) dan tiga tahun pada Sekolah Lanjutan tingkat Pertama (SLTP) atau satuan pendidikan sederajat. (2) pendidikan menengah, untuk melanjutkan serta meluaskan pendidikan dasar dan menyiapkan siswa sebagai anggota masyarakat yang mempunyai kemampuan mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial, budaya serta alam sekitar. dan bisa mengembangkan kemampuan lebih lanjut dalam dunia atau pendidikan tinggi.

Pendidikan menengah adalah pendidikan yang lamanya tiga tahun selesainya pendidikan dasar serta diselenggarakan di Sekolah Lanjutan Atas (SLTA) atau satuan pendidikan yang sederajat. (3) pendidikan tertinggi ialah kelanjutan dari pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan siswa sebagai anggota masyarakat yang mempunyai kemampuan akademik atau profesional yang bisa menerapkan, mengembangkan atau menciptakan ilmu

pengetahuan, teknologi serta kesenian. Satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut perguruan tinggi yang bisa berbentuk akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas (UU RI No. 2 tahun 1989).

Tingkat pendidikan yaitu pendidikan formal menggunakan indikatornya pendidikan yang diperoleh dibangku sekolah, dan pendidikan non-formal menggunakan indikatornya pembinaan-pelatihan yang pernah diikuti sang pekerja. Dimensi serta indikator tingkat pendidikan mencakup dimensi pendidikan formal menggunakan indikatornya pendidikan terakhir yang ditamatkan oleh setiap pekerja yang mencakup SD, SMP serta SMA dan perguruan tinggi, dimensi pendidikan informal menggunakan indikatornya perilaku dan kepribadian yang dibuat dari keluarga dan lingkungan. (Susilo, 2020).

C. Pengalaman Berusaha

Pengalaman pada berusaha bisa diperoleh melalui bimbingan semenjak kecil yang diberikan oleh individu yang mempunyai profesi menjadi wirausaha, atau melalui pengalaman bekerja pada suatu organisasi berorientasi kewirausahaan. pengalaman berusaha memainkan peran krusial pada memilih keberhasilan perjuangan. pengalaman diukur menggunakan melihat apakah seorang wirausaha pernah terlibat dalam pengelolaan perjuangan serupa sebelum memulai usaha sendiri. (Wijaya, 2019)

Keberhasilan pada menjalankan usaha bisa diprediksi dengan baik melalui pengalaman, terutama Bila usaha baru tadi memiliki keterkaitan menggunakan pengalaman pada usaha sebelumnya. Pengalaman ini sebagai elemen kunci yang sangat diperlukan oleh pelaku usaha waktu mereka berbagi usaha baru, khususnya

pada menerapkan metode yang telah diadaptasi menggunakan pembinaan yang diterima. (Wahyuni, 2015)

Pengalaman bekerja adalah rangkaian keterampilan, pengetahuan, dan pemahaman yang diperoleh seseorang selama menjalankan tugas atau tanggung jawab dalam suatu pekerjaan. Pengalaman bekerja umumnya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja pada bidang tertentu (contohnya lamanya seseorang bekerja sebagai pengusaha) hal ini disebabkan karena semakin lama orang tadi bekerja berarti pengalaman bekerjanya tinggi sehingga secara tak langsung akan mempengaruhi pendapatan (Wijaya, 2019).

D. Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan keluarga adalah pada total anggota keluarga yang sebagai tanggungan dari rumah tangga tadi, termasuk saudara kandung juga saudara bukan kandung yang tinggal pada satu rumah tetapi belum bekerja. di negara berkembang mirip Indonesia, banyak yang melihat anak menjadi investasi. Meskipun peningkatan pendapatan dipergunakan untuk menambah jumlah anak, tetapi lebih disarankan menggunakan peningkatan pendapatan tersebut buat meningkatkan kualitas anak melalui pendidikan. Hal ini memberikan kesempatan bagi anak buat mempunyai penghasilan yang lebih baik di masa depan dibandingkan menggunakan orang tua mereka. menggunakan semakin banyaknya anggota keluarga, kebutuhan yang harus dipenuhi juga semakin besar. Akibatnya, penerimaan pendapatan mungkin tak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan tadi, serta keluarga tadi bisa berada pada kondisi ketidakseimbangan atau kemiskinan.. (Michael, 2020)

Badan pusat Statistik (BPS) tahun 2022 tentang kesejahteraan rakyat mengelompokkan jumlah tanggungan keluarga menjadi berikut: pertama, tanggungan keluarga kecil 1-3 orang; kedua, tanggungan keluarga sedang 4-6 orang; dan yang ketiga, tanggungan keluarga besar ialah lebih dari 6 orang.

Jumlah anggota keluarga memainkan peran penting pada memilih jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga, semakin besar jumlah kebutuhan yang wajib dipenuhi. kebalikannya, semakin sedikit anggota keluarga, semakin sedikit juga kebutuhan yang perlu dipenuhi oleh keluarga tersebut. oleh sebab itu, keluarga dengan jumlah anggota yang banyak akan dihadapkan pada tantangan pemenuhan kebutuhan yang lebih besar. (Sari, 2018)

2.3.2. Profil Usaha

Menurut Kasmir (2012), profil usaha merupakan uraian yang menjelaskan latar belakang berdirinya usaha, bidang usaha yang digeluti, tujuan pendirian, serta potensi pengembangannya di masa mendatang. Profil usaha ini di tinjau dari beberapa aspek diantaranya : sejarah usaha, skala usaha, modal usaha, dan tenaga kerja.

A. Sejarah Usaha

Sejarah usaha menunjuk apakah usaha yang dirintis dari nol atau merupakan warisan dari keluarga. Pengusaha agroindustri rendang ikan Pak Ombak mengembangkan usahanya dari inisiatifnya sendiri dan bukan karena meneruskan usaha orang tua sehingga memiliki potensi lebih sukses karena telah melewati proses kerja keras dan ketekunan untuk memperjuangkan usahanya. Pengusaha yang memulai usahanya dari nol mengalami proses belajar yang mengasah

kompetensinya sebagai pengusaha. Usaha akan berkembang terus menerus seiring dengan berjalan waktu. Semakin lama berjalan usaha maka semakin banyak pengalaman sehingga dapat menuju kesuksesan dari usaha tersebut.

B. Skala Usaha

Skala usaha meliputi kemampuan perusahaan dalam mengelola operasionalnya, ditinjau dari total aset, jumlah karyawan yang bekerja, serta pendapatan yang diperoleh pada satu periode akuntansi. (Wulandari, 2016)

Menurut undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan pendapatan dan aset yang dimiliki:

1. Usaha mikro

Usaha mikro adalah usaha milik perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang ini . Kriteria usaha mikro meliputi : a). Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. b). Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang – undang ini. Kriteria usaha kecil meliputi: a). Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 – Rp.

500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. b). Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 – Rp. 2.500.000.000

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang – undang ini. Kriteria usaha menengah meliputi: a). Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 – Rp. 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan. b). Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 – Rp 50.000.000.000.

Badan pusat Statistik (2012) mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah serta usaha besar berdasarkan kuantitas tenaga kerja yaitu sebagai berikut: a. usaha mikro mempunyai jumlah tenaga kerja 1-5 orang; b. usaha kecil mempunyai jumlah tenaga kerja mulai 5-19 orang; c usaha menengah mempunyai jumlah tenaga kerja 20-99 orang; d. usaha besar mempunyai tenaga kerja 100 orang atau lebih.

C. Modal Usaha

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. modal dalam

konteks ini, bisa diartikan menjadi sejumlah uang yang dipergunakan untuk menjalankan aktivitas bisnis. Meskipun terdapat pandangan yang menyatakan bahwa modal uang bukanlah segalanya pada dunia usaha, perlu diakui bahwa eksistensi modal sangat krusial. yang menjadi perhatian bukanlah sejauh mana modal itu penting, sebab memang keberadaannya sangat krusial, melainkan bagaimana modal tadi dapat dikelola secara optimal sebagai akibatnya usaha yang dijalankan bisa beroperasi dengan lancar. (Amirullah, 2015).

Modal didefinisikan menjadi investasi yang dilakukan oleh usaha buat memperoleh barang modal atau fasilitas produksi dengan tujuan menaikkan kapasitas produksi barang serta jasa yang terdapat pada perekonomian. Selain itu, modal juga bisa diartikan menjadi pengeluaran sektoral suatu perusahaan buat membeli atau memperluas barang modal baru yang lebih modern, atau untuk mengubah barang modal usang yang tak terpakai atau telah lama. (Sukirno, 2013)

Modal berdasarkan fungsinya dibagi menjadi 2 yaitu modal tidak tetap serta modal tetap. modal tidak tetap hanya digunakan dalam satu kali proses produksi, maka holistik nilai modal tidak tetap dibedakan dalam proses produksi yang bersangkutan. sementara modal tetap perlu diperhitungkan dahulu sebab tidak semua nilai modal tetap dibedakan pada proses tersebut dan umumnya diperhitungkan nilai penyusutannya. Modal dikelompokkan berupa alat-alat, bahan, uang tunai, piutang pada bank, tanaman serta ternak termasuk dalam modal tidak permanen sementara tanah dan bangunan termasuk pada modal tetap.

D. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan merujuk pada penduduk dalam usia kerja yang siap untuk melakukan pekerjaan. Ini meliputi orang-orang yang telah bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, yang sedang bersekolah, serta mereka yang mengurus tempat tinggal tangga. tenaga kerja sebagai faktor kunci pada proses produksi sebab manusia mempunyai kemampuan buat menggerakkan faktor-faktor produksi lainnya sebagai akibatnya dapat menghasilkan barang serta jasa.

Sebagian besar pengusaha ini terlibat langsung menjadi tenaga kerja dalam menjalankan usahanya atau banyak yang melibatkan anggota keluarganya menjadi tenaga kerja. Hal tersebut sesuai pernyataan Rahayu (2019), yang mengatakan status pekerjaan utama dibagi menjadi 2 kelompok yaitu sektor formal dan sektor informal. Termasuk ke dalam sektor formal ialah pengusaha yang berusaha sendiri tanpa dibantu orang lain, namun dibantu dengan anggota rumah tangganya, dan para pekerja keluarga. Termasuk pada sektor informal ialah tenaga kerja yang bekerja sebagai buruh atau karyawan dan usaha yang dibantu oleh buruh tetap.

2.4. Analisis Usaha

Analisis usaha merupakan salah satu tahap penting dalam menilai kelayakan dan kinerja suatu kegiatan produksi, terutama pada skala usaha kecil dan menengah. Menurut Soekartawi (2015), analisis usaha dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu kegiatan usaha memberikan manfaat ekonomi, baik dalam bentuk keuntungan finansial, efisiensi penggunaan sumber daya, maupun prospek pengembangannya di masa depan. Melalui analisis usaha, pengusaha dapat menilai

tingkat keuntungan, efisiensi biaya produksi, dan kemampuan usaha untuk bertahan serta berkembang di tengah persaingan. Pada penelitian ini analisis usaha meliputi: Biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi usaha.

2.4.1. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah jumlah biaya/beban yang dikeluarkan untuk memproduksi rendang ikan. Biaya produksi terbagi dua yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap (biaya variabel). Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam usaha yang nilainya tetap pada jangka waktu tertentu dan besar kecilnya tidak tergantung dengan ukuran hasil yang diperoleh, contoh : biaya peralatan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh : biaya bahan baku (Fadhilah dan Rochdiani, 2021).

2.4.2. Produksi

Produksi adalah hubungan antara bahan primer, bahan sekunder, tenaga kerja, serta mesin dan peralatan yang digunakan dalam satu kesatuan untuk menghasilkan suatu produk barang atau jasa yang akan memiliki nilai guna bagi masyarakat dan mendatangkan keuntungan bagi pelaku proses produksi. Jumlah barang yang dihasilkan juga harus direncanakan sesuai dengan kebutuhan pasar. Bila produksi terlalu banyak akan mengakibatkan bertumpuknya produk. Hal tersebut akan mengakibatkan produk rusak dan pengeluaran modal besar, sehingga produksi akan kurang efektif (Gitosudarmo, 2002).

Munawaroh, dkk (2016) menjelaskan bahwa kegiatan produksi melibatkan pengubahan dan pengolahan berbagai macam sumber menjadi barang dan jasa

untuk dijual. Dalam agroindustri kegiatan produksi mempunyai kapasitas maksimal dalam memproduksi suatu barang. Penentuan kapasitas produksi maksimal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mendukung dan menghambat kelangsungan proses produksi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tersedianya produksi pada agroindustri rendang ikan Pak Ombak antara lain: jenis komoditi ikan (X1), tempat usaha (X2), tenaga kerja (X3), manajemen (X4) dan faktor lainnya (Xn).

Proses produksi adalah cara, metode serta teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa menggunakan memakai sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dana) yang ada. proses produksi merupakan salah satu kunci sukses untuk mencapai tingkat kualitas produk dengan adanya nilai tambah pada produk tersebut yang bisa memberikan nilai lebih pada perusahaan (Suliyanto, 2010).

Adapun tahapan proses produksi ikan teri menjadi rendang ikan ialah sama, yaitu sebagai berikut: a. Siapkan bahan baku dan bahan penunjang yang akan digunakan. b. Bersihkan ikan teri dari kotoran. c. Kemudian masak santan dengan bumbu halus seperti bawang merah, cabe merah, dan daun kunyit yang sudah diiris kecuali ikan. Aduk terus sampai santan mengeluarkan minyak kurang lebih selama 2 jam, baru masukkan ikan yang sudah dibersihkan. Aduk perlahan sampai rendang ikan menjadi kering. d. Setelah kering, diamkan rendang ikan yang sudah jadi tersebut sebelum dimasukkan kedalam kemasan.

Menurut Ardiansyah tahun 2018 menjelaskan bahwa proses rendang ikan itu terbagi menjadi 5 tahapan yaitu :

1. Persiapan Bahan Baku

Persiapan bahan baku ini dilakukan 3 proses yaitu: 1) pengadaan ikan adalah proses dimana penyiapan ikan yang akan digunakan untuk rendang ikan harus keadaan segar, 2) pembersihan dan pemotongan adalah proses dimana ikan yang telah dibersihkan, dibuang kepala dan jeroannya, kemudian dipotong sesuai ukuran yang diinginkan dan 3) Marinasi adalah proses dimana ikan dilumuri dengan garam atau bumbu kemudian didiamkan sejenak untuk menghilangkan bau amis.

2. Pembuatan Bumbu

Pembuatan bumbu ini dilakukan 2 proses yaitu: 1) penggilingan bumbu adalah penghalusan bumbu yang akan digunakan rendang ikan berupa bawang merah, bawang putih, cabe, jahe, lengkuas, kunyit, ketumbar dll dengan menggunakan blender, 2) tumis bumbu proses dimana bumbu yang sudah dihaluskan dilakukan penumisan bumbu rendang.

3. Pemasakan Santan

Pemasakan santan dilakukan suatu proses yang disebut perubasan santan. Perubasan santan adalah proses dimana santan dimasukkan kedalam bumbu yang sudah ditumis, lalu dimasak hingga mendidih. Proses ini membutuhkan pengadukan konstan untuk mencegah santan pecah.

4. Pemasakan Ikan

Pemasakan ikan dilakukan 2 proses yaitu: 1) pengolahan ikan adalah proses dimana ikan yang sudah dimarinasi dimasukan ke dalam santan berbumbu yang sudah mendidih. Proses ini dilakukan secara perlahan agar ikan tidak hancur. 2) pemasakan adalah proses dimana ikan dilakukan pemasakan dengan api kecil

hingga santan mengering dan bumbu meresap ke dalam ikan Proses ini bisa memakan waktu beberapa jam, tergantung pada jumlah ikan dan kentalnya santan.

5. Pengemasan

Pengemasan dilakukan setelah rendang ikan matang dan mencapai kekeringan yang diinginkan. Lalu dilakukan pengemasan vakum tujuannya agar rendang ikan itu tetap awet dan bertahan lama, lalu dilakukan labeling dan penyimpanan yaitu setelah dikemas, berikan label yang mencakup informasi produk seperti tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, dan bahan-bahan. Simpan di tempat yang kering dan sejuk. Berikut gambar proses rendang ikan dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber : Adriansyah tahun 2018

Gambar 1. Proses Produksi Rendang Ikan

2.4.3. Harga

Menurut Kotler (2016) harga dalam arti yang paling sempit adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa. Sedangkan dalam artian luas harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut.

Pada agroindustri, harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi yang mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Harga pokok produksi adalah harga pokok dari suatu produk, dimana jika dijual dengan harga tersebut, maka produsen tidak untung dan juga tidak rugi. Harga pokok produksi ditentukan untuk bisa menentukan harga jual, dimana harga jual adalah harga pokok produksi ditambah margin keuntungan yang akan diambil. Harga jual adalah harga yang harus dibayarkan pembeli untuk mendapatkan produk tersebut. Harga jual bisa ditentukan dengan mempertimbangkan harga pokok produksi dan juga produk pesaing serta keuntungan (Suci, 2015).

2.4.4. Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual, dan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah usaha, karena pendapatan akan dapat menentukan maju-mundurnya suatu usaha. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan. Pendapatan usaha adalah selisih antara penerimaan (TR) dan semua biaya (TC), dimana penerimaan usaha adalah perkalian antara produksi dan harga jual (Syamita, dkk, 2021).

Pendapatan dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Menurut Soekartawi (2002) pendapatan kotor adalah sebagai nilai produksi total dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Sementara itu, Swastha (2015) menyatakan bahwa pendapatan bersih merupakan pendapatan yang diperoleh dari seluruh penghasilan dikurangi dengan seluruh biaya. Pendapatan bersih suatu usaha adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran kotor usaha.

2.4.5. Efisiensi Usaha

Efisiensi usaha merupakan hasil perbandingan antara nilai output dan nilai input. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Efisiensi yang dijelaskan oleh Nicholson (2002). Sebagai pencapaian output maksimum dari penggunaan sumber daya tertentu. Jika output yang dihasilkan lebih besar dari sumber daya yang digunakan maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi yang dicapai.

Pengertian efisiensi sangat relatif, efisiensi diartikan sebagai upaya penggunaan input yang sekecil-kecilnya untuk mendapatkan produksi yang sebesar-besarnya. Efisiensi dapat diketahui dengan menghitung R/C Ratio. R/C Ratio adalah perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total (Soekartawi, 2001).

Konsep efisiensi semakin diperjelas oleh Miller, dkk (2000) yang membagikan efisiensi menjadi tiga jenis yaitu: efisiensi teknis, efisiensi harga dan efisiensi ekonomi.

1. Efisiensi Teknis

Mengharuskan adanya proses produksi yang dapat memanfaatkan input yang lebih sedikit demi menghasilkan nilai output dalam jumlah yang sama. Efisiensi teknis mengukur jumlah produksi yang dapat dicapai dari seperangkat input dalam jumlah tertentu (Widodo, 2008).

2. Efisiensi Harga

Efisiensi harga pokok produksi dinilai dengan membagikan antara biaya sesungguhnya dengan biaya yang dianggarkan. Apabila biaya sesungguhnya lebih tinggi dari pada yang dianggarkan maka terjadi selisih merugikan (*unfavourable*), sedangkan apabila biaya sesungguhnya lebih rendah dari yang dianggarkan maka terjadi selisih menguntungkan (*favourable*).

3. Efisiensi Ekonomi

Konsep yang digunakan dalam efisiensi ekonomi adalah minimalkan biaya artinya suatu proses produksi akan efisien serta ekonomi pada suatu tingkatan output apabila tidak ada proses lain yang dapat dihasilkan output serupa dengan biaya yang lebih murah.

2.5. Analisis Proses Scale Up Usaha

2.5.1. Konsep Scale Up

Scale up usaha merupakan bagian dari strategi pertumbuhan bisnis yang menekankan pada peningkatan kapasitas dan perluasan skala operasional secara berkelanjutan. Beberapa ahli memberikan definisi dan penjelasan mengenai konsep pertumbuhan dan pengembangan usaha yang relevan dengan scale up, khususnya dalam konteks UMKM.

Menurut David (2017), strategi pertumbuhan (*growth strategy*) adalah upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan, kapasitas produksi, dan pangsa pasar melalui ekspansi internal maupun eksternal. Dalam konteks ini, scale up merupakan bentuk implementasi strategi pertumbuhan yang dilakukan dengan memperbesar skala operasional dan memperluas pasar agar daya saing usaha semakin meningkat.

Sementara itu, Suryana (2017s) menjelaskan bahwa pertumbuhan usaha ditandai dengan peningkatan omzet, bertambahnya aset usaha, peningkatan jumlah tenaga kerja, serta perbaikan sistem manajemen. Usaha yang berkembang tidak hanya meningkatkan volume produksi, tetapi juga memperbaiki kualitas pengelolaan usaha secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa scale up merupakan proses peningkatan yang bersifat multidimensional, mencakup aspek produksi, pemasaran, manajemen, dan keuangan.

Menurut Tambunan (2020), UMKM yang mengalami pertumbuhan atau naik kelas biasanya menunjukkan peningkatan kapasitas produksi, perluasan akses pasar, serta peningkatan akses terhadap sumber pembiayaan formal. Scale up dalam UMKM tidak hanya berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi usaha, tetapi juga dengan peningkatan kemampuan manajerial dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Menurut Umar (2016) dalam studi kelayakan bisnis menyatakan bahwa pengembangan usaha dilakukan apabila usaha telah mencapai tingkat efisiensi dan profitabilitas yang memadai. Usaha yang layak secara finansial, ditunjukkan dengan nilai R/C ratio di atas satu serta arus kas yang positif, memiliki peluang

untuk melakukan ekspansi atau scale up. Artinya, kemampuan menghasilkan laba secara konsisten menjadi dasar utama dalam proses peningkatan skala usaha.

Dalam perspektif internasional, OECD (2021) menjelaskan bahwa scale up pada usaha kecil dan menengah sering kali dikaitkan dengan kemampuan perusahaan untuk tumbuh secara cepat melalui inovasi, digitalisasi, serta integrasi dalam rantai nilai global. Digital transformation menjadi faktor penting dalam mempercepat pertumbuhan usaha, terutama dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Selain itu, World Bank (2022) menyebutkan bahwa scale up UMKM dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu akses pembiayaan, peningkatan produktivitas, dan adopsi teknologi. UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi dalam operasionalnya cenderung memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan naik kelas dibandingkan usaha yang masih menggunakan sistem tradisional. Di Indonesia, konsep scale up UMKM juga sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam mendorong UMKM “naik kelas”. Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menyatakan bahwa scale up UMKM ditandai dengan peningkatan omzet, peningkatan kapasitas produksi, serta transformasi digital dalam sistem usaha.

2.5.2. Indikator Scale Up

1. Indikator Scale Up Menurut UU No. 20 Tahun 2008

Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi dasar hukum dalam klasifikasi UMKM di Indonesia. Walaupun

istilah “Scale Up” tidak digunakan secara eksplisit, ketentuan mengenai kriteria usaha secara substansial menggambarkan indikator peningkatan skala usaha.

A. Peningkatan Aset

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, peningkatan skala usaha dapat diukur melalui peningkatan kekayaan bersih (aset). Usaha mikro dikategorikan memiliki aset maksimal Rp 50 juta, usaha kecil Rp 50 juta sampai Rp 500 juta, dan usaha menengah Rp 500 juta sampai Rp 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dengan demikian, kenaikan aset yang melampaui batas tertentu menunjukkan terjadinya mobilitas vertikal atau naik kelas usaha (*scale up*).

B. Peningkatan Omzet

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, hasil penjualan tahunan (omzet) merupakan salah satu indikator utama dalam menentukan klasifikasi usaha. Peningkatan omzet yang melampaui batas Rp 300 juta per tahun bisa meningkatkan usaha mikro naik menjadi usaha kecil, sedangkan omzet di atas Rp 2,5 miliar per tahun mengubah status usaha kecil menjadi usaha menengah. Dengan demikian, omzet menjadi indikator legal dan kuantitatif dalam menilai peningkatan skala usaha (*scale up*).

C. Tenaga Kerja

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, peningkatan skala usaha secara formal ditentukan oleh batasan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, bukan oleh jumlah tenaga kerja. Namun demikian, secara ekonomis dan operasional, penambahan tenaga kerja merupakan

indikator penting dalam mengukur peningkatan kapasitas produksi dan ekspansi usaha. Oleh karena itu, jumlah tenaga kerja dapat digunakan sebagai indikator pendukung dalam analisis scale up usaha meskipun bukan merupakan syarat normatif kenaikan level usaha menurut undang-undang.

2. Indikator Menurut Undang – Undang Nomor 6 Tahun 2023 (UU Cipta Kerja)

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 sebagai bentuk penetapan Perppu Cipta Kerja memperkuat reformasi struktural dalam sistem perekonomian nasional, termasuk dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Regulasi ini tidak secara eksplisit menggunakan istilah *scale up*, namun substansi kebijakannya secara nyata mengarah pada penciptaan ekosistem yang memungkinkan UMKM bertumbuh, naik kelas, dan berdaya saing.

A. Peningkatan Aset

Peningkatan skala usaha (*scale up*) dalam konteks regulasi UMKM di Indonesia mengalami perubahan mendasar setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja. Jika sebelumnya kriteria usaha dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 ditentukan berdasarkan kekayaan bersih (aset) dan hasil penjualan tahunan, maka dalam rezim regulasi terbaru, klasifikasi usaha lebih menekankan pada modal usaha sebagai indikator utama.

Secara normatif, UU Cipta Kerja memberikan mandat pengaturan lebih lanjut melalui peraturan pelaksana, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Dalam peraturan tersebut ditegaskan bahwa kriteria UMKM ditentukan

berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan, dengan modal usaha didefinisikan sebagai modal sendiri dan modal pinjaman yang digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Perubahan istilah dari “kekayaan bersih (aset)” menjadi “modal usaha” menunjukkan adanya penekanan pada aspek kapasitas produktif dan kemampuan finansial aktif yang digunakan dalam proses produksi, bukan sekadar nilai akumulasi kekayaan pasif. Dengan demikian, modal usaha menjadi indikator yang lebih mencerminkan kemampuan operasional dan potensi ekspansi usaha.

Berdasarkan PP Nomor 7 Tahun 2021, klasifikasi usaha ditentukan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha paling banyak Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Dengan ketentuan tersebut, peningkatan skala usaha secara formal terjadi apabila nilai modal usaha melampaui batas maksimum kategori sebelumnya. Sebagai contoh, suatu usaha mikro akan dikategorikan naik kelas menjadi usaha kecil apabila total modal usahanya melebihi Rp1.000.000.000 dan masih

berada dalam batas maksimal Rp5.000.000.000. Demikian pula, usaha kecil akan naik menjadi usaha menengah apabila modal usahanya melampaui Rp5.000.000.000.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam kerangka UU Cipta Kerja dan peraturan pelaksanaannya, modal usaha merupakan indikator utama dalam menentukan peningkatan skala usaha secara yuridis. Peningkatan nilai modal usaha yang melampaui batas kategori tertentu menjadi dasar formal perubahan klasifikasi usaha dari mikro ke kecil, atau dari kecil ke menengah. Oleh karena itu, dalam penelitian mengenai *scale up* UMKM, indikator modal usaha memiliki kedudukan yang penting sebagai ukuran kuantitatif yang menunjukkan transformasi kapasitas dan pertumbuhan usaha secara nyata.

B. Peningkatan Omzet

Berdasarkan ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 sebagai pelaksana dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja, indikator omzet menjadi salah satu tolok ukur utama dalam peningkatan skala usaha UMKM. Dalam peraturan tersebut, UMKM diklasifikasikan berdasarkan hasil penjualan tahunan, yaitu: mikro (omzet $\leq$ Rp2 miliar), kecil (omzet $>$ Rp2– $\leq$ Rp15 miliar), dan menengah (omzet $>$ Rp15– $\leq$ Rp50 miliar). Peningkatan omzet yang melampaui batas-batas ini menunjukkan kemampuan usaha untuk naik kelas secara finansial dan operasional, yang merupakan inti dari proses *scale up* UMKM.

C. Tenaga Kerja

Dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja, kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat memuat jumlah tenaga kerja sesuai dengan kriteria sektor usaha tertentu. Ketentuan rinci mengenai angka minimal atau maksimal jumlah tenaga kerja untuk setiap kategori usaha akan diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.

3. Indikator Scale Up Menurut Badan Pusat Statistik

Secara statistik, peningkatan skala usaha (*scale up*) pada UMKM dapat dianalisis melalui indikator-indikator kuantitatif yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dalam mengukur struktur dan kinerja sektor usaha. BPS sebagai lembaga resmi penyedia data statistik nasional tidak secara eksplisit menggunakan istilah *scale up*, namun konsep peningkatan skala usaha dapat ditelusuri melalui indikator perkembangan usaha berdasarkan aset, omzet, dan tenaga kerja.

A. Peningkatan Aset

Aset usaha merupakan salah satu indikator kunci dalam mengukur peningkatan skala usaha karena mencerminkan kapasitas finansial dan kemampuan investasi suatu unit produksi. Dalam statistik UMKM yang disajikan oleh BPS, aset dicatat sebagai bagian dari variabel ekonomi yang menunjukkan ukuran usaha. Namun, batasan minimum aset untuk naik kelas usaha ditetapkan secara normatif melalui peraturan perundang-undangan, terutama Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang menetapkan bahwa usaha kecil harus memiliki aset lebih dari Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan) untuk keluar dari kategori mikro, dan usaha menengah harus memiliki aset lebih dari Rp500 juta untuk keluar dari kategori usaha kecil.

B. Peningkatan Omzet

Menurut data statistik yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), omzet atau total penjualan tahunan merupakan salah satu indikator utama dalam mengukur perkembangan usaha. Omzet mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan pendapatan dari pasar dan menunjukkan tingkat permintaan terhadap produk atau jasa usaha. Meskipun BPS tidak menetapkan angka baku omzet sebagai syarat naik level usaha, pertumbuhan omzet dari waktu ke waktu digunakan sebagai indikator pertumbuhan ekonomi usaha. Dalam praktik regulasi di Indonesia, batasan omzet tahunan digunakan sebagai salah satu parameter dalam klasifikasi UMKM menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, di mana omzet yang meningkat dapat menjadi salah satu syarat agar usaha dapat naik dari kategori mikro ke kecil, dan dari kecil ke menengah.

C. Penyerapan Tenaga kerja

Menurut data statistik yang disusun oleh Badan Pusat Statistik (BPS), salah satu indikator peningkatan skala usaha secara operasional adalah jumlah tenaga kerja yang terserap dalam unit usaha. BPS mengklasifikasikan usaha mikro sebagai usaha dengan 1–4 tenaga kerja, usaha kecil dengan 5–19 tenaga kerja, dan usaha menengah dengan 20–99 tenaga kerja. Meningkatnya jumlah tenaga kerja dari satu kategori ke kategori yang lebih tinggi menggambarkan bahwa usaha tersebut telah mengalami pertumbuhan kapasitas produksi dan struktur organisasi — yang pada konteks penelitian ini diartikan sebagai indikasi *scale up* usaha.

2.6. Strategi Scale Up Usaha

Strategi *scale-up* adalah serangkaian langkah sistematis dan terencana yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memperluas skala operasional bisnis, baik dalam hal kapasitas produksi, pasar, pendapatan, maupun cakupan geografis. Tujuan utama dari strategi *scale-up* adalah untuk meningkatkan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan tanpa mengorbankan efisiensi dan kualitas. Proses ini melibatkan penguatan pada berbagai aspek usaha, seperti manajemen, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi, dan inovasi produk.

2.6.1. Pengertian Strategi

Strategi adalah rencana atau pendekatan jangka panjang yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu, dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal. Strategi mencakup penetapan arah, alokasi sumber daya, serta pengambilan keputusan yang bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks bisnis, strategi berfungsi sebagai panduan utama dalam menghadapi dinamika pasar, perubahan teknologi, serta persaingan. Menurut Johnson, Scholes, dan Whittington (2023) dalam edisi terbaru bukunya *Exploring Strategy*, strategi merupakan arah dan ruang lingkup jangka panjang dari sebuah organisasi yang membantu menciptakan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya di lingkungan yang berubah, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan stakeholder.

2.6.2. Pengertian Strategi Scale Up

Scale up usaha adalah proses meningkatkan kapasitas bisnis secara signifikan untuk mencapai pertumbuhan yang lebih besar, baik dari segi

pendapatan, jumlah pelanggan, maupun jangkauan pasar. Proses ini tidak hanya mencakup peningkatan produksi, tetapi juga perbaikan sistem, manajemen, teknologi, dan strategi pemasaran agar bisnis dapat beroperasi secara lebih efisien dan berkelanjutan. *Scale up* biasanya dilakukan ketika bisnis telah melewati fase awal (startup) dan memiliki model bisnis yang terbukti berhasil serta siap untuk diperluas.

Menurut *OECD (2021)* dalam laporan "*The Missing Entrepreneurs 2021*", *scale-up business* didefinisikan sebagai perusahaan yang mengalami pertumbuhan tahunan rata-rata minimal 20% dalam jangka waktu 3 tahun, baik dari jumlah pegawai, dan telah memiliki setidaknya 10 pegawai pada awal periode. Hal ini menunjukkan bahwa *scale up* tidak hanya berkaitan dengan ukuran, tetapi juga dengan kemampuan bisnis untuk tumbuh secara konsisten dan sistematis.

2.6.3 Analisis Swot

Analisis SWOT adalah suatu kerangka kerja strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi suatu organisasi, perusahaan, proyek, atau bahkan individu berdasarkan empat elemen utama: Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Kekuatan dan kelemahan mencerminkan faktor internal organisasi, seperti sumber daya manusia, aset, kapabilitas, dan budaya organisasi. Sementara peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan sekitar seperti kondisi pasar, persaingan, regulasi pemerintah, hingga perubahan teknologi. Tujuan utama dari analisis SWOT adalah memberikan pemahaman menyeluruh terhadap kondisi

saat ini agar organisasi mampu merumuskan strategi yang efektif dan berdaya saing tinggi.

Dalam praktiknya, analisis SWOT banyak digunakan dalam proses perencanaan strategis untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat sasaran. Dengan mengidentifikasi kekuatan, perusahaan dapat fokus pada aspek yang menjadi keunggulan kompetitifnya. Sebaliknya, dengan mengetahui kelemahan, organisasi dapat menyusun strategi perbaikan internal. Peluang yang ditemukan di lingkungan eksternal bisa menjadi titik masuk untuk ekspansi atau inovasi, sedangkan ancaman yang teridentifikasi memungkinkan perusahaan menyiapkan langkah mitigasi. Menurut GÜREL dan TAT (2017), analisis SWOT meskipun sederhana, tetap menjadi salah satu alat paling efektif dalam manajemen strategis karena fleksibel dan mudah disesuaikan dengan berbagai konteks organisasi. Berikut penjelasan dari SWOT, yaitu:

a. Kekuatan (*Strenght*)

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Ini mencakup sumber daya, kapabilitas, atau keunggulan unik yang dimiliki perusahaan, seperti merek yang kuat, teknologi canggih, tim manajemen yang berpengalaman, reputasi baik, atau jaringan distribusi yang luas. Kekuatan ini perlu dimanfaatkan secara maksimal dalam strategi agar ornanisasi dapat mencapai tujuan bisnisnya secara efektif.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta

keahlian. Jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sasaran dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak diminati atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

c. Peluang (*Opportunities*)

Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakan dirinya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan berapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dapat dimanfaatkan. Dipihak lain, perusahaan-perusahaan baru bermunculan. Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembelian dimana pembelian dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah tantangan yang diperlihatkan atau diragukan oleh suatu kecendrungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan. Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan

bagi suatu bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan. Dengan melakukan kedua analisis tersebut maka perusahaan dikenal dengan melakukan analisis SWOT (Kotler, 2015).

Dalam analisis SWOT, umumnya masalah kekuatan dan kelemahan adalah masalah internal, sementara masalah peluang dan ancaman adalah masalah eksternal. Masalah eksternal umumnya sulit dikuasai dan bahkan masuk kedalam kategori variabel yang tidak terkontrol (Soekartawi, 2000).

Tabel 5. Klasifikasi SWOT

Internal factor analysis summary	Eksternal Factor analysis summary
1. <i>Strength</i> (Kekuatan)	1. <i>Opportunity</i> (Peluang)
2. <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	2. <i>Threat</i> (Ancaman)

Sumber : Soekartawi, 2000

2.6.4. Analisis QSPM

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi terbaik dari beberapa alternatif berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya melalui analisis SWOT, IFE (*Internal Factor Evaluation*), dan EFE (*External Factor Evaluation*). QSPM membantu pengambilan keputusan secara objektif dengan memberikan skor kuantitatif terhadap setiap strategi alternatif berdasarkan daya tarik relatifnya (*Attractiveness Score*). Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi faktor strategis utama, lalu menetapkan bobot untuk masing-masing faktor, dan menilai sejauh mana masing-masing strategi memanfaatkan kekuatan dan peluang, atau mengatasi kelemahan dan ancaman. Setiap skor dikalikan dengan bobotnya untuk mendapatkan *Total Attractiveness Score* (TAS), yang kemudian dijumlahkan untuk menentukan

strategi dengan nilai total tertinggi sebagai pilihan paling rasional. Metode QSPM memberikan pendekatan sistematis dan terukur dalam memilih strategi, sehingga sangat berguna dalam perencanaan bisnis dan pengembangan usaha, termasuk pada tahap *scale up*.

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini ditujukan guna dapat dibandingkan dengan hasil – hasil penelitian sejenis. Penelitian terdahulu memberikan gambaran kepada penulis tentang penelitian sejenis yang akan dilakukan, sehingga dapat dijadikan referensi bagi penulis. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang strategi *scale up* usaha, yaitu:

Hasibuan 2024, dengan judul peningkatan Skala (*Scale Up*) Produksi Food Supplement Dari Ikan Gabus (*Channa Striata*) Dalam Bentuk Dispersi Dispersi konsentrat ikan gabus merupakan suatu produk hasil pengolahan daging ikan gabus (*Channa striata*) yang dapat dimanfaatkan sebagai produk *food supplement*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan hasil antara produk skala laboratorium dan setelah dilakukan peningkatan volume skala 5000 ml, untuk mengetahui tingkat penerimaan panelis terhadap produk dispersi konsentrat protein ikan gabus berdasarkan pengujian organoleptik dan untuk mengetahui sifat fisikokimia dari produk dispersi konsentrat ikan gabus yang dihasilkan. Penelitian ini terdiri dari beberapa tahap yaitu pembuatan dispersi konsentrat protein ikan gabus skala laboratorium, peningkatan volume produksi dengan metode *scale up*, dan penentuan karakteristik sifat fisikokimia masing-masing skala produksi.

Hasil yang diperoleh ialah perbandingan kualitas antara produk dispersi konsentrat ikan gabus pada skala laboratorium dan produk setelah peningkatan skala yaitu tidak ada perbedaan yang nyata ($t > 0,05$). Tingkat penerimaan panelis terhadap produk scale up dispersi konsentrat ikan gabus yaitu pada sifat sensori meliputi rasa, warna dan tekstur panelis lebih cenderung menyukai produk dispersi konsentrat ikan gabus dengan perlakuan Scale up. Sedangkan, pada sifat sensori aroma panelis cenderung lebih menyukai produk hasil skala laboratorium, namun secara keseluruhan tidak ada perbedaan signifikan antara kedua jenis produk. Sifat fisiko-kimia produk scale up dispersi konsentrat ikan gabus yang dihasilkan yaitu tidak ada pemisahan fase dan redispersibilitas yang menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan bersifat stabil. Pada pengamatan viskositas diperoleh rata-rata nilai viskositas sebesar 1601,124 mPa's, terjadi penurunan nilai viskositas seiring dengan lama penyimpanan. Selain itu diketahui kandungan kadar air produk sebesar 64,4%, kadar abu 0,33%, kadar protein 5,45%, kadar lemak 0,37%, kadar albumin 3,63% dan nilai pH produk yaitu 4,8.

Sundus. S. B, (2022) dengan judul Analisis Usaha Agroindustri Rendang Ikan Pak Ombak Di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Ketersediaan ikan di Provinsi Riau dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk agroindustri seperti usaha agroindustri rendang ikan Pak Ombak yang menghasilkan produk olahan rendang ikan teri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) Karakteristik pengusaha dan tenaga kerja serta profil usaha. 2) Penggunaan faktor produksi, teknologi produksi dan proses produksi. 3.) Biaya, produksi, harga, pendapatan, efisiensi usaha dan nilai tambah dari usaha

agroindustri rendang ikan teri. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada Usaha Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru, yang dilaksanakan pada bulan Januari sampai April 2022. Responden diambil secara sensus yaitu pengusaha dan tenaga kerja.

Hasil penelitian menunjukkan karakteristik pengusaha berumur 31 tahun dengan lama pendidikan 15 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 jiwa. Tenaga kerja rata-rata berumur 41,3 tahun dengan rata-rata pendidikan 12 tahun. Profil usaha Pak Ombak berdiri pada tahun 2017 dan dikelompokkan kedalam usaha mikro yang menggunakan modal sendiri (equity) dan modal eksternal (debt). Teknologi yang digunakan adalah semi modern dengan tahapan proses yang dilakukan mulai dari persiapan bahan baku, bahan penunjang, proses pembersihan ikan, pemasakan rendang ikan dan pengemasan. Biaya per proses produksi rendang ikan teri senilai Rp934.291,11 dan rendang ikan selais senilai Rp1.488.511,11 dengan produksi yang dihasilkan sebanyak 6 Kg rendang ikan teri dan 4 Kg rendang ikan selais. Pendapatan kotor per proses produksi rendang ikan teri senilai Rp1.425.000 dan rendang ikan selais senilai Rp1.750.000. Pendapatan bersih per proses produksi rendang ikan teri senilai Rp490.708,89 dan rendang ikan selais senilai Rp261.488,89. Efisiensi usaha (RCR) rendang ikan teri yaitu 1,53 dan rendang ikan selais 1,18. Nilai tambah yang diperoleh ikan teri senilai Rp230.654/Kg (34,17%) dan ikan selais senilai Rp130.344/Kg (15,33%).

Fahrial & Yansyah. F. M 2022, dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Padi Sawah di Desa Kepala Pulau Kecamatan Kuantan Hilir Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. : Masalah yang dialami usaha petani padi sawah di desa

Kepala Pulau adalah minimnya modal usaha, rendahnya pengetahuan dan keterampilan petani, kurangnya penggunaan teknologi pertanian sehingga produksi padi sawah yang optimal tidak tercapai. Disamping itu, optimalisasi lahan sangat rendah, hal ini terkait dengan cara pengelolaan yang kurang intensif dan masih bersifat tradisional yang berakibat pada tingkat efisiensi pengusahaan belum pada kondisi yang efisien secara ekonomi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisis karakteristik petani dan profil usaha padi sawah di Desa Kepala Pulau Kecamatan Kuantan Hilir Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau, (2) Merumuskan strategi dalam pengembangan usaha padi sawah di Desa Kepala Pulau Kecamatan Kuantan Hilir Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Jumlah sampel yang diambil adalah 41 petani padi sawah secara simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Karakteristik petani padi sawah adalah rata-rata berada pada usia yang produktif yaitu 48 tahun, tingkat pendidikan 8 tahun, dan pengalaman berusaha rata-rata 24 tahun, selanjutnya jumlah tanggungan keluarga rata-rata 4 jiwa dan profil usaha tani yang ditekuni oleh petani padi sawah di desa Kepala Pulau yaitu masih tradisional yang mana dikenal dengan sistem batobo, kemudian modal usaha adalah modal sendiri. (2)

Analisis SWOT menunjukkan bahwa untuk mengidentifikasi berbagai faktor-faktor untuk merumuskan strategi berdasarkan data faktor-faktor internal dan eksternal yang diperoleh koordinat terletak pada kuadran I yaitu strategi SO (Strength dan opportunities). Situasi ini menunjukkan situasi yang sangat baik dan menguntungkan, dimana petani ataupun penyuluh dan pemerintah desa Kepala

Pulau memiliki kekuatan dan peluang sehingga dengan kekuatan yang dimiliki petani mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada untuk meningkatkan hasil pendapatan dari usahatani padi sawah yang dilakukan.

Baroto (2015) dengan judul Analisis Pengembangan Bisnis PPOB KIPO menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. Melihat persaingan semakin ketat di antara perusahaan penyedia jasa pembayaran online (seperti listrik, air, dan telepon), hal ini yang membuat pentingnya strategi untuk meningkatkan daya saing PT X Malang. Cara terbaik dalam meningkatkan persaingan adalah dengan melibatkan langsung faktor-faktor internal dan eksternal yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT dan QSPM digunakan dalam penelitian ini untuk merumuskan dan memilih strategi yang tepat untuk daya saing perusahaan. Dari hasil analisis matriks SWOT dirumuskan empat strategi SO, lima strategi WO, tiga strategi ST, dan dua strategi WT. Dalam diagram kartesius posisi perusahaan berada pada strategi WO. Berdasarkan hasil perhitungan matriks QSPM, prioritas pemilihan strategi WO secara berturut-turut adalah penambahan feature-feature produk pelayanan jasa dengan bobot 4,75; memanfaatkan fasilitas internet dalam kegiatan promosi dan pemasaran dengan bobot 3,88; memanfaatkan jaringan instansi pemerintahan dan perusahaan lain secara maksimal dengan bobot 3,84; meningkatkan fasilitas pelayanan loket-loket kios pembayaran online dengan bobot 3,77; dan membuat rencana kerja yang sistematis dengan bobot 3,58.

Mulyono, R. D. A. P dkk, (2023) dengan judul *Scale Up* Strategi Bisnis Bumdes Sidomulyo Bahagia Kecamatan Silo Jember Melalui Pendampingan Usaha Dengan Pendekatan Business Canvas Model. Salah satu syarat desa menuju

kemandirian, yaitu kewenangan dan potensi atau aset. Kemandirian desa dapat dengan membangun Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) menjadi salah satu langkah untuk mewujudkan desa yang mandiri dalam bidang ekonomi. Keberadaan BUMDes untuk memberdayakan dan meningkatkan produktifitas masyarakat desa dilakukan dengan menghasilkan unit-unit usaha di lingkungan masyarakat melalui manajemen yang relevan dengan model bisnis saat ini. Indikator yang membedakan adalah selalu menyiapkan dokumen rencana usaha atau business plan.

Salah satu langkah membuat business plan dapat dijelaskan dengan pendekatan Business Canvas Model (BMC) yaitu sebuah alat untuk membantu memahami dan menemukan model bisnis dengan cara yang lebih praktis. Tujuan dan target dari pengabdian ini adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas unit bisnis pada BUMDes Sidomulyo, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (SDM) pengurus BUMDes dan masyarakat desa yang terlibat, meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD) melalui *scale up* usaha BUMDes serta berkurangnya tingkat pengangguran di lingkungan sekitar. Luaran kegiatan pengabdian berupa untuk modul hasil pendampingan Bussines Canvas Model pada BUMDes Sidomulyo, artikel ilmiah dalam jurnal atau prosiding nasional, video kegiatan yang diupload dkanal Youtube LP2M Uniersitas Jember.

2.8. Kerangka Pemikiran

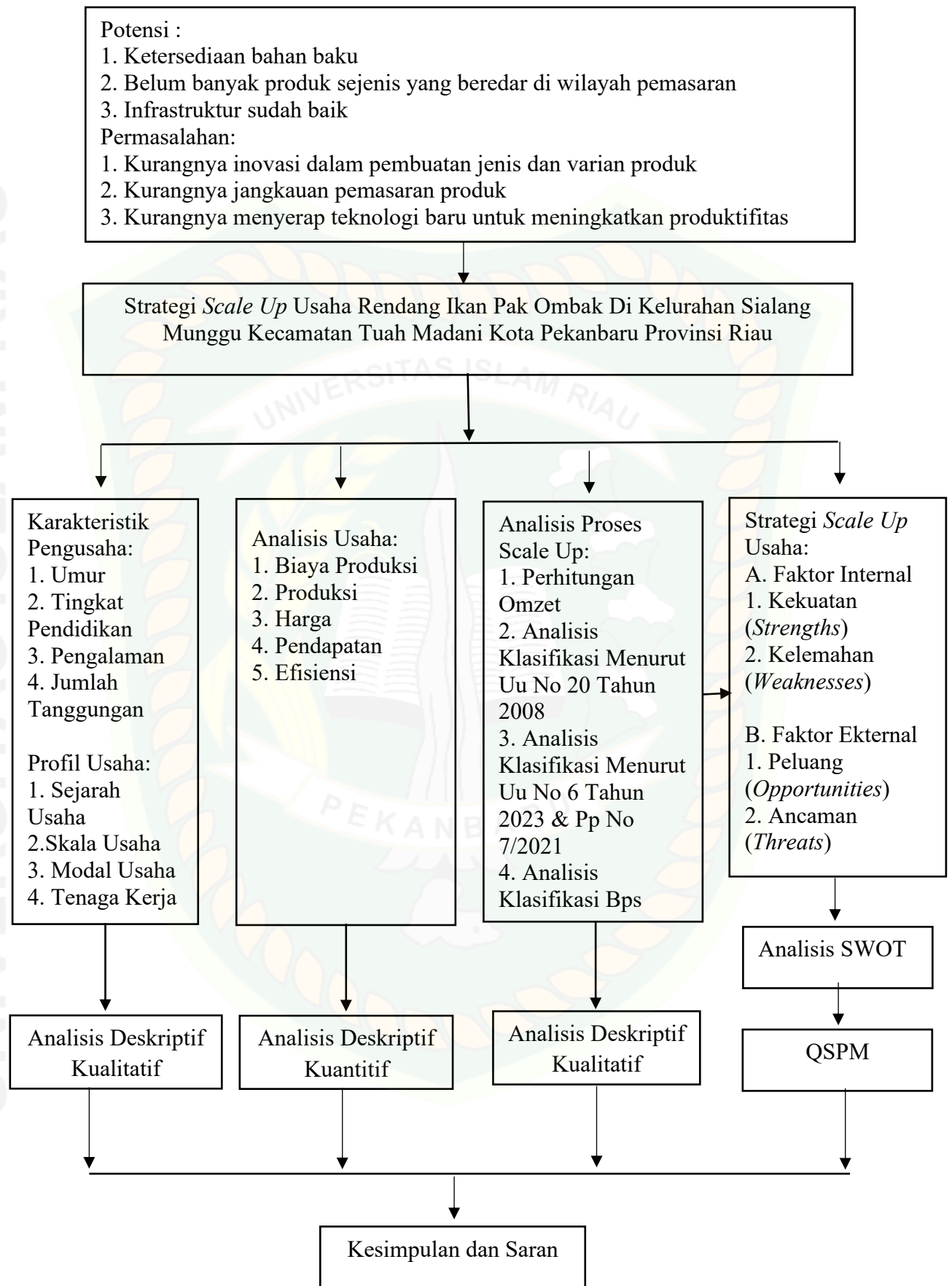
Ikan merupakan komoditas bahan pangan yang bergizi tinggi dan banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Namun ikan tidak dapat dikonsumsi secara terus menerus dalam keadaan segar di setiap saat, oleh karena itu olahan ikan dapat sebagai alternatif untuk dikonsumsi. Salah satu olahan ikan yaitu rendang ikan.

Rendang merupakan salah satu makanan yang berasal dari Indonesia yang digemari oleh masyarakat dalam negeri dan luar negeri, makanan yang dapat disimpan cukup lama. Usaha rendang ikan Pak Ombak adalah usaha yang menggunakan ikan teri sebagai bahan baku produknya yang diolah menjadi rendang ikan.

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau, usaha ini merupakan satu – satunya pengolahan rendang ikan yang ada di Kecamatan Tuah Madani. Namun dalam menjalankan usaha rendang ikan pak ombak terdapat permasalahan yaitu, Pemasaran produk yang masih terbatas, lalu dampak bagi lingkungan, dan pengusaha juga kekurangan tenaga kerja.

Adapun untuk menganalisis Usaha Rendang Ikan Pak Ombak yang didahului dari karakteristik pengusaha dan profil usaha, lalu menganalisis teknik pengolahan rendang ikan, serta strategi pengembangan rendang ikan pak ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tauh Madani Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

Apabila sudah dilakukan analisis terhadap variabel – variabel yang diukur maka akan didapatkan kesimpulan bahwa Usaha Rendang Ikan Pak Ombak menguntungkan atau tidak dan kebijakan apa yang akan di ambil untuk kemajuan usaha. Berdasarkan uraian diatas maka kerangka pemikiran dapat dilihat pada gamabar berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode survey pada usaha rendang ikan Pak Ombak yang berlokasi pada Jalan cipta karya, Gg. Lumba-Lumba Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Penentuan lokasi ini secara sengaja karena usaha ini merupakan satu-satunya yang menjual produk rendang yang berbahan baku ikan teri di Kota Pekanbaru. Selain itu, strategi *scale up* usaha rendang ikan belum pernah dilakukan oleh pengusaha.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dari bulan Juni sampai November 2025 dengan tahap kegiatan meliputi penyusunan usulan penelitian, survey lokasi penelitian, persiapan laporan proposal, perbaikan, seminar, pengumpulan data primer dan data sekunder, pengolahan data, analisis data, penyusunan laporan akhir dan ujian komprehensif.

3.2. Teknik Pengambilan Responden

Pemilihan pengambilan responden dilakukan dengan menggunakan teknik Sensus adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu. Responden dalam penelitian ini adalah ibu Novita (pemilik usaha dan tenaga kerja/karyawan) usaha rendang ikan Pak Ombak berlokasi Jalan Cipta karya, Gg. Lumba-Lumba Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Responden dalam Penelitian ini adalah 1 pengusaha dan 2 tenaga kerja usaha rendang ikan Pak Ombak.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), data kualitatif adalah data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, atau studi dokumentasi yang menghasilkan uraian naratif tentang perilaku atau kondisi sosial. Menurut Sugiyono (2019), data kuantitatif merupakan data yang dapat dihitung dan dinyatakan dalam bentuk numerik, seperti jumlah produksi, pendapatan, atau tingkat efisiensi.

Sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Menurut Arikunto (2015), data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan tanpa melalui perantara, sehingga mencerminkan kondisi nyata objek penelitian. Data primer didapat secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada pengusaha rendang ikan Pak Ombak berlokasi Jalan Cipta Karya, Gg. Lumba-Lumba Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Data yang dikumpulkan meliputi Karakteristik pengusaha (umur, tingkat Pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga). Profil usaha meliputi (skala usaha, sumber modal dan tenaga kerja). Biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat memulai usaha meliputi (biaya investasi, biaya operasional, produksi dan harga jual).

Menurut Sugiyono (2019), data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen, literatur, atau catatan yang telah ada sebelumnya. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah literatur yang relevan baik berasal dari internet, buku, jurnal dan penelitian terdahulu yang

berhubungan dengan penelitian ini dan serta data dari Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai membantu dalam penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Konsep operasional mencakup pengertian yang dilakukan dalam pengumpulan data untuk melakukan analisis yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian, yang bertujuan agar tidak terjadi penafsiran yang berbeda dari istilah yang digunakan dalam penelitian. Berikut beberapa konsep operasional tersebut:

1. Pak Ombak adalah suatu nama brand usaha yang telah menjadi CV (*Commanditaire Vennotschap*) yang menyediakan olahan ikan menjadi rendang.
2. Karakteristik pengusaha rendang ikan terdiri dari umu, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.
3. Umur pengusaha Rendang Ikan adalah usia dari kelahiran hingga pada saat penelitian dilakukan (Tahun).
4. Tingkat pendidikan pengusaha Rendang Ikan adalah lamanya dan tingkat pendidikan formal yang pernah ditempuh pengusaha (Tahun).
5. Pengalaman berusaha pengusaha Rendang Ikan adalah lamanya pengusaha dalam menjalankan usaha Rendang Ikan dimulai dari awal hingga sampai sekarang (Tahun).
6. Jumlah tanggungan keluarga pengusaha Rendang Ikan adalah banyaknya anggota keluarga yang menjadi beban tanggungan pengusaha secara ekonomi dalam rumah tangga (Jiwa).

7. Profil usaha berhubungan dengan sejarah usaha, skala usaha, sumber modal dan tenaga kerja usaha.
8. Sejarah usaha menjelaskan awal berdirinya pengusaha dalam membangun (Tahun).
9. Skala usaha adalah ukuran yang menentukan besar (UMKM).
10. Modal usaha merupakan semua barang atau uang yang dikeluarkan untuk memulai usaha Rendang Ikan (Rp).
11. *Scale up* usaha adalah proses meningkatkan kapasitas bisnis secara signifikan untuk mencapai pertumbuhan yang lebih besar, baik dari segi pendapatan, jumlah pelanggan, maupun jangkauan pasar (UMKM)
12. Analisis SWOT adalah suatu kerangka kerja strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi suatu usaha berdasarkan empat elemen utama yaitu, *Stangths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (Ancaman).
13. Lingkungan internal merupakan variabel lingkungan dalam Rendang Ikan Pak Ombak yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dengan pemberian skor dan bobot.
14. Lingkungan eksternal merupakan variabel dari luar yang mempengaruhi Rendang Ikan Pak Ombak, terdiri dari peluang dan ancaman dengan pemberian skor dan bobot.
15. QSPM membantu pengambilan keputusan secara objektif dengan memberikan skor kuantitatif terhadap setiap strategi alternatif berdasarkan daya tarik relatifnya (*Attractiveness Score*).

16. Manajemen adalah bagaimana penggunaan fungsi manajemen oleh pengusaha Rendang Ikan Pak Ombak.
17. Produksi adalah jumlah rendang ikan teri yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi (Kg/Proses Produksi/Bulan)
18. Proses produksi adalah tahapan kegiatan yang dibutuhkan untuk mengubah ikan teri menjadi rendang ikan dalam satu kali produksi (Kg/Proses Produksi/Bulan).
19. Masa periode produksi 3x dalam seminggu, dalam sebulan 12x dan dalam 1 tahun 144x (Rp/Proses Produksi/Bulan).
20. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan pada saat terjadinya proses produksi, berupa biaya tetap dan biaya variabel (Rp/Proses Produksi/Bulan).
21. Biaya tetap adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh perubahan volume produksi seperti biaya sewa tempat dan biaya penyusutan peralatan (Rp/Proses Produksi/Bulan).
22. Biaya variabel adalah biaya yang tidak tetap dikeluarkan tergantung dari besar kecilnya produksi seperti biaya bahan baku, bahan penunjang, dan tenaga kerja (Rp/Proses Produksi/Bulan).
23. Harga bahan baku adalah harga ikan teri dalam membuat rendang ikan (Rp/Kg).
24. Harga jual adalah harga yang ditetapkan dalam penjualan rendang ikan teri (Rp/kemasan).
25. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima dari penjualan produk rendang teri (Rp/Proses Produksi/Bulan).

26. Pendapatan kotor adalah jumlah uang yang didapatkan dari total jumlah produksi dikalikan dengan harga jual (Rp/Proses Produksi/Bulan).
27. Pendapatan bersih adalah jumlah uang yang didapatkan dari pendapatan kotor yang dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi rendang ikan (Rp/Proses Produksi/Bulan).
28. Efisiensi usaha (RCR) adalah ukuran keberhasilan usaha agroindustri Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru yang dapat dilihat dari perbandingan total pendapatan kotor dengan total biaya produksi.

3.5. Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis untuk mengolah, menginterpretasi, dan mengevaluasi data yang telah dikumpulkan agar dapat digunakan untuk menarik kesimpulan, menjawab rumusan 1.masalah, serta mendukung pengambilan keputusan dalam suatu penelitian atau kegiatan bisnis. Proses ini mencakup pengorganisasian data, identifikasi pola, pencarian hubungan antar variabel, dan penyusunan informasi yang bermakna secara logis dan objektif.

3.5.1. Analisis Karakteristik Pelaku Usaha dan Profil Usaha

Alat analisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif berkaitan dengan karakteristik pelaku usaha dan profil usaha (umur, tingkat pendidikan, pengalaman bekerja, dan tanggungan keluarga). Kemudian untuk profil usaha (sejarah berdirinya usaha, skala usaha, modal, tenaga kerja.

3.5.2. Analisis Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

Analisis yang akan digunakan pada analisis usaha rendang ikan Pak Ombak adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis ini dilakukan untuk menganalisis usaha yang terdiri dari Biaya Produksi, Produksi, Harga, Pendapatan, Efisiensi.

a. Biaya Produksi

Menurut Rodjak (2006), total biaya produksi (*fixed cost*) adalah sejumlah biaya yang didapatkan dengan cara menjumlahkan biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variabel cost*), dengan rumus:

$$TC = TFC + TVC \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

TC = Total biaya produksi (Rp/Proses Produksi/Bulan)

TFC = Total biaya tetap (Rp/Proses Produksi/Bulan)

TVC = Total biaya variabel (Rp/Proses Produksi/Bulan)

b. Produksi

Produksi merupakan total hasil rendang ikan teri yang diperoleh selama kegiatan pengolahan berlangsung. Jumlah produksi sangat bergantung pada bagaimana proses produksinya dijalankan, sementara proses produksi itu sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor produksi yang digunakan. Dengan demikian, nilai output yang dihasilkan ditentukan oleh nilai faktor produksi yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi tersebut. Dalam penelitian ini, produksi dianalisis secara deskriptif baik secara kualitatif maupun kuantitatif, berdasarkan data yang telah

dikumpulkan, kemudian disajikan dalam bentuk tabulasi untuk setiap kali proses produksi atau per bulan dengan satuan kilogram.

c. Harga

Harga merupakan besaran uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Dalam konteks ini, harga yang dimaksud adalah harga jual produk rendang ikan teri yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk beserta layanan yang menyertainya. Analisis harga dilakukan secara deskriptif, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, dengan menggunakan satuan rupiah.

d. Pendapatan

- **Pendapatan Kotor**

Pendapatan kotor adalah jumlah uang yang didapatkan dari total jumlah produksi dikalikan dengan harga jual. Menghitung pendapatan kotor dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut (Soekartawi, 2001):

Secara sistematis, pendapatan kotor dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TR=Y.Py.....(2)$$

Keterangan:

TR : Pendapatan Kotor (Rp/Proses Produksi/Bulan)

Y : Jumlah Produksi (Kg/Proses Produksi/Bulan)

Py : Harga jual produk (Rp/Kg).

- **Pendapatan Bersih**

Menurut Soekartawi (2001), pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh dari seluruh penghasilan dan dikurangi dengan seluruh biaya produksi.

Pendapatan bersih dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

π : Pendapatan Bersih (Rp/Proses Produksi/Bulan)

TR : Total pendapatan kotor (Rp/Proses Produksi/Bulan)

TC : Total biaya produksi (Rp/Proses Produksi/Bulan).

e. Efisiensi

Menurut Soekartawi (2002), efisiensi usaha dapat dilihat dari dua sisi, yaitu efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis. Efisiensi teknis menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam menggunakan faktor-faktor produksi (seperti tenaga kerja, bahan baku, dan modal) secara tepat untuk menghasilkan output tertentu. Sementara itu, efisiensi ekonomis berkaitan dengan kemampuan usaha dalam mengombinasikan input produksi sedemikian rupa agar biaya yang dikeluarkan lebih kecil dibandingkan nilai output yang dihasilkan. Jika suatu usaha mampu mencapai efisiensi teknis dan ekonomis sekaligus, maka usaha tersebut dapat dikatakan beroperasi secara efisien secara keseluruhan. Berikut rumus efisiensi usaha:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

$RCR = \text{Return Cost ratio}$

TR = Pendapatan kotor (Rp/Proses Produksi/Bulan)

TC = Total Biaya Produksi (Rp/Proses Produksi/Bulan)

Kriteria Efisiensi Usaha:

- Jika $R/C > 1$, usaha efisien dan menguntungkan.
- Jika $R/C = 1$, usaha berada pada titik impas (tidak untung dan tidak rugi).
- Jika $R/C < 1$, usaha tidak efisien atau merugi.

3.5.3. Analisis Proses Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

Dalam penelitian ini, proses peningkatan skala usaha (*scale up*) dianalisis berdasarkan tiga landasan utama, yaitu:

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008
2. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023
3. Badan Pusat Statistik

Meskipun istilah *scale up* tidak disebutkan secara eksplisit dalam regulasi, substansi pengaturan mengenai klasifikasi usaha menunjukkan adanya indikator kuantitatif yang menggambarkan proses “naik kelas” usaha dari mikro menjadi kecil, atau dari kecil menjadi menengah.

1. Indikator Scale Up Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 merupakan dasar hukum utama dalam pengklasifikasian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Walaupun istilah *scale up* tidak disebutkan secara eksplisit dalam regulasi tersebut, substansi pengaturan mengenai batasan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan secara implisit menggambarkan adanya mekanisme “naik kelas” usaha.

Secara normatif, klasifikasi usaha dalam UU No. 20 Tahun 2008 ditentukan berdasarkan dua indikator utama, yaitu:

1. Kekayaan bersih (aset)
2. Hasil penjualan tahunan (omzet)

Dengan demikian, peningkatan skala usaha secara yuridis terjadi apabila suatu usaha telah melampaui batas maksimum kategori sebelumnya dan memenuhi kriteria kategori di atasnya. Artinya, *scale up* dalam perspektif hukum bukan sekadar pertumbuhan internal, tetapi perubahan status usaha yang diakui secara formal berdasarkan indikator kuantitatif.

A. Peningkatan Aset

Aset mencerminkan kemampuan finansial dan kapasitas produktif suatu usaha. Peningkatan aset menunjukkan bahwa usaha mengalami akumulasi modal yang digunakan untuk memperbesar kegiatan produksi maupun operasional. Menurut Michael P. Todaro dan Stephen C. Smith dalam *Economic Development* (2015), pertumbuhan ekonomi ditandai oleh peningkatan kapasitas produktif melalui akumulasi modal. Dalam konteks UMKM, peningkatan aset produktif menunjukkan bertambahnya kemampuan produksi dan ekspansi usaha.

Selain itu, David Birch (2015) dalam penelitiannya tentang pertumbuhan usaha kecil menyatakan bahwa ekspansi sumber daya perusahaan, termasuk modal dan aset produktif, menjadi indikator utama pertumbuhan usaha. Dengan demikian, ketika aset melampaui Rp50 juta, usaha mikro dapat naik menjadi usaha kecil secara formal. Hal ini mencerminkan terjadinya *scale up* dari sisi kapasitas modal.

B. Peningkatan Omzet

Omzet mencerminkan performa usaha di pasar. Peningkatan omzet menunjukkan meningkatnya permintaan, perluasan pasar, dan daya saing produk. Menurut Edith Penrose dalam *The Theory of the Growth of the Firm* (2015),

pertumbuhan perusahaan terjadi ketika perusahaan mampu memanfaatkan sumber daya internal secara lebih produktif sehingga menghasilkan peningkatan output dan penjualan.

Selain itu, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam *Marketing Management* (2016) menyatakan bahwa peningkatan volume penjualan merupakan indikator keberhasilan strategi pemasaran dan ekspansi pasar. Dengan demikian, apabila omzet usaha melampaui Rp300 juta per tahun, maka usaha mikro secara hukum dapat dikategorikan sebagai usaha kecil. Kenaikan omzet ini menjadi indikator kuantitatif yang paling nyata dalam menilai keberhasilan proses *scale up*.

C. Tenaga Kerja

UU No. 20 Tahun 2008 tidak menetapkan jumlah tenaga kerja sebagai kriteria normatif dalam klasifikasi usaha. Namun secara ekonomi, tenaga kerja merupakan faktor produksi utama yang memengaruhi output usaha. Menurut Gregory Mankiw dalam *Principles of Economics* (2018), output suatu perusahaan ditentukan oleh kombinasi faktor produksi, yaitu modal (capital) dan tenaga kerja (labor). Peningkatan jumlah tenaga kerja, dengan asumsi modal memadai, akan meningkatkan kapasitas produksi dan output.

Dalam perspektif manajemen, Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam *Management* (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan organisasi ditandai oleh bertambahnya jumlah karyawan dan meningkatnya kompleksitas struktur organisasi. Dengan demikian, meskipun bukan indikator legal formal dalam UU No. 20 Tahun 2008, peningkatan jumlah tenaga kerja merupakan indikator operasional yang menunjukkan adanya ekspansi produksi dan pertumbuhan usaha

secara riil.

2. Indikator Scale Up Usaha Menurut UU No. 6 Tahun 2023 (Cipta Kerja)

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 merupakan penetapan atas Perppu Cipta Kerja yang membawa perubahan signifikan dalam pengaturan UMKM di Indonesia. Salah satu perubahan mendasar adalah pendekatan klasifikasi usaha yang tidak lagi menggunakan istilah “kekayaan bersih (aset)” sebagaimana dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, tetapi menggunakan istilah “modal usaha”.

Ketentuan teknis mengenai kriteria tersebut diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Perubahan ini menunjukkan adanya reformasi regulasi yang bertujuan menciptakan ekosistem usaha yang lebih fleksibel, adaptif, dan mendorong UMKM untuk bertumbuh serta naik kelas (*scale up*).

A. Peningkatan Modal

Perubahan istilah dari “Aset” menjadi “modal usaha” mengandung makna konseptual yang penting, yaitu:

1. Fokus pada modal produktif aktif, bukan akumulasi kekayaan pasif.
2. Penekanan pada kemampuan ekspansi dan operasional usaha.
3. Dukungan terhadap akses pembiayaan formal (perbankan dan lembaga keuangan).

Menurut teori pertumbuhan perusahaan yang dikemukakan oleh Edith

Penrose (2015), pertumbuhan usaha sangat bergantung pada kemampuan perusahaan memanfaatkan sumber daya produktif secara optimal. Modal usaha merupakan salah satu sumber daya utama dalam memperluas kapasitas produksi dan pasar.

Selain itu, dalam perspektif pembangunan ekonomi, Michael P. Todaro dan Stephen C. Smith (2015) menyatakan bahwa akumulasi modal merupakan determinan utama pertumbuhan ekonomi dan ekspansi kapasitas produksi. Dengan demikian, *scale up* secara formal terjadi ketika modal usaha melampaui batas maksimum kategori sebelumnya. Misalnya, usaha mikro akan naik menjadi usaha kecil apabila modal usahanya melebihi Rp1.000.000.000 dan berada dalam batas kategori usaha kecil.

B. Peningkatan Omzet

Omzet mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan pendapatan melalui aktivitas pasar. Peningkatan omzet menunjukkan adanya peningkatan:

- Daya serap pasar
- Volume produksi
- Jaringan distribusi
- Loyalitas pelanggan
- Daya saing produk

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), peningkatan volume penjualan merupakan indikator keberhasilan strategi pemasaran dan perluasan pasar. Sementara itu, dalam perspektif ekonomi mikro, Gregory Mankiw (2018) menjelaskan bahwa peningkatan output dan penjualan menunjukkan adanya

peningkatan permintaan pasar terhadap barang atau jasa yang diproduksi.

Dengan demikian, apabila omzet usaha melampaui Rp2 miliar per tahun, usaha mikro dapat dikategorikan naik menjadi usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa omzet menjadi indikator kuantitatif utama dalam mengukur keberhasilan *scale up* dari sisi kinerja pasar

C. Tenaga Kerja

UU No. 6 Tahun 2023 memberikan ruang bahwa kriteria UMKM dapat mempertimbangkan jumlah tenaga kerja sesuai dengan sektor usaha tertentu yang akan diatur lebih lanjut melalui peraturan teknis. Meskipun tenaga kerja bukan indikator utama klasifikasi dalam PP No. 7 Tahun 2021, keberadaannya tetap memiliki signifikansi dalam analisis pertumbuhan usaha.

Dalam teori fungsi produksi, Gregory Mankiw menjelaskan bahwa output dipengaruhi oleh kombinasi antara modal (capital) dan tenaga kerja (labor). Peningkatan jumlah tenaga kerja, apabila diimbangi dengan modal yang cukup, akan meningkatkan kapasitas produksi. Dalam perspektif manajemen organisasi, Stephen P. Robbins dan Mary Coulter (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan organisasi ditandai oleh meningkatnya jumlah karyawan serta kompleksitas struktur manajemen.

Dengan demikian, dalam konteks kebijakan baru, tenaga kerja mulai dipertimbangkan sebagai indikator struktural pertumbuhan usaha. Walaupun bukan satu-satunya dasar klasifikasi formal, peningkatan jumlah tenaga kerja menunjukkan adanya ekspansi produksi dan peningkatan kapasitas operasional yang mendukung proses *scale up*.

3. Indikator Scale Up Usaha Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)

Secara statistik, peningkatan skala usaha (*scale up*) pada UMKM dapat dianalisis melalui indikator kuantitatif yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dalam mengukur struktur, karakteristik, dan kinerja sektor usaha di Indonesia. BPS sebagai lembaga resmi penyedia data statistik nasional memang tidak secara eksplisit menggunakan istilah *scale up*. Namun, konsep peningkatan skala usaha dapat ditelusuri melalui variabel-variabel yang digunakan dalam publikasi statistik usaha, seperti nilai aset, nilai produksi atau omzet, serta jumlah tenaga kerja.

Dalam berbagai publikasi seperti Statistik Industri Mikro dan Kecil (IMK) serta Statistik UMKM, BPS menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menggambarkan ukuran dan perkembangan usaha dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini indikator BPS digunakan sebagai pendekatan empiris untuk mengukur terjadinya proses *scale up* usaha.

A. Peningkatan Aset

Aset usaha merupakan salah satu indikator penting dalam analisis statistik ekonomi karena mencerminkan kapasitas finansial, kemampuan investasi, dan kekuatan struktur permodalan suatu unit usaha. Dalam pendekatan statistik BPS, aset biasanya tercatat sebagai bagian dari variabel ekonomi yang menggambarkan ukuran usaha, meskipun klasifikasi formalnya merujuk pada regulasi pemerintah.

Dalam perspektif teori pertumbuhan ekonomi, Michael P. Todaro dan Stephen C. Smith (2015) menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi ditandai oleh akumulasi modal dan peningkatan kapasitas produksi. Dengan demikian,

peningkatan aset usaha secara statistik dapat diartikan sebagai indikator pertumbuhan kapasitas ekonomi pada level mikro.

Namun demikian, batasan nominal aset untuk menentukan kenaikan kategori usaha secara hukum tetap merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang menetapkan bahwa:

- Usaha kecil memiliki aset lebih dari Rp50 juta
- Usaha menengah memiliki aset lebih dari Rp500 juta

Dalam konteks penelitian ini, peningkatan aset yang signifikan dari waktu ke waktu dapat diinterpretasikan sebagai indikasi terjadinya *scale up* secara finansial dan produktif.

B. Peningkatan Omzet

Omzet atau nilai penjualan tahunan merupakan indikator utama dalam statistik usaha karena secara langsung mencerminkan performa usaha di pasar. Dalam publikasi BPS, variabel nilai produksi, nilai output, atau pendapatan usaha sering digunakan untuk menggambarkan kontribusi usaha terhadap perekonomian.

Menurut teori pertumbuhan perusahaan yang dikemukakan oleh Edith Penrose, perusahaan akan tumbuh ketika mampu memanfaatkan sumber daya internal untuk meningkatkan output dan penjualan. Artinya, pertumbuhan omzet merupakan refleksi langsung dari ekspansi usaha.

Dalam praktik regulasi nasional, batasan omzet untuk klasifikasi UMKM diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, yaitu:

- Mikro: $\leq$ Rp2 miliar
- Kecil: $> \text{Rp2} - \leq \text{Rp15}$ miliar

- Menengah: $> \text{Rp}15 - \leq \text{Rp}50$ miliar

Meskipun BPS tidak menetapkan angka baku sebagai syarat naik level, pertumbuhan omzet yang melampaui kategori tertentu dapat digunakan sebagai indikator bahwa usaha telah mengalami peningkatan skala secara ekonomi.

C. Tenaga Kerja

Dalam pendekatan statistik BPS, jumlah tenaga kerja merupakan indikator utama dalam mengklasifikasikan ukuran usaha, khususnya pada sektor industri pengolahan.

BPS mengklasifikasikan usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja sebagai berikut:

- Usaha Mikro 1-4 Orang
- Usaha Kecil 5-19 Orang
- Usaha Menengah 20-99 Orang

Klasifikasi ini sering digunakan dalam Statistik Industri Mikro dan Kecil (IMK) serta survei usaha lainnya yang dilakukan oleh BPS. Menurut teori fungsi produksi dalam ekonomi mikro yang dijelaskan oleh Gregory Mankiw (2018), output perusahaan ditentukan oleh kombinasi faktor modal dan tenaga kerja. Ketika tenaga kerja meningkat, maka kapasitas output cenderung meningkat pula.

Dalam konteks penelitian ini, apabila jumlah tenaga kerja meningkat dari kategori mikro (1–4 orang) menjadi kecil (5–19 orang), maka secara statistik dapat diinterpretasikan telah terjadi *scale up* usaha. Demikian pula apabila usaha kecil berkembang hingga mempekerjakan 20 orang atau lebih, maka dapat dikategorikan sebagai usaha menengah menurut klasifikasi BPS.

3.5.4. Analisis Strategi Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

A. Analisis Matriks IFAS

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS *Internal Strategic Factors Analysis Summary* disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength* dan *Weakness* perusahaan.

Menurut Rangkuti (2016), tahap-tahap penyusunan IFAS adalah :

1. Susunlah dalam kolom 1 dengan kekuatan dan kelemahan.
2. Pemberiaan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) berdasarkan kemungkinan dapat memberi dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 untuk kekuatan yang semakin besar, sampai 1 jika kekuatan semakin kecil berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Variabel yang bersifat positif (kekuatan) diberi nilai mulai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (kelemahan) kebalikannya.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor faktor pembobotan dalam kolom 4.

Tabel 6. Matriks IFAS

No	Faktor internal	Bobot	Peringkat	Skor bobot
Kekuatan				
1.	Kualitas produk rendang ikan yang khas			
2.	Pengalaman pemilik usaha			
3.	Bahan baku mudah di peroleh			
4.	Produk memiliki pasar lokal			
Kelemahan				
5.	Modal usaha terbatas			
6.	Tenaga kerja masih sedikit			
7.	Teknologi produksi masih sederhana			
8.	Pemasaran masih terbatas			

Sumber : Rangkuti (2016)

B. Analisis Matriks EFAS

Faktor eksternal atau *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) merupakan analisis yang digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategi Eksternal yaitu, faktor *Opportunities* dan *Treats* perusahaan.

Menurut Rangkuti (2016), tahap-tahap penyusunan EFAS adalah :

1. Susunlah dalam kolom 1 dengan peluang dan ancaman.
2. Pemberiaan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) berdasarkan kemungkinan dapat memberi dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 untuk peluang yang semakin besar, sampai 1 jika peluang semakin kecil berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Variabel yang bersifat positif (peluang) diberi nilai mulai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri

atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (ancaman), kebalikannya. 4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor faktor pembobotan dalam kolom 4.

Tabel 7. Matriks EFAS

No	Faktor eksternal	Bobot	Peringkat	Skor bobot
Peluang				
1.	Permintaan pasar terhadap makanan olahan			
2.	Dukungan program pemerintah bagi UMKM			
3.	Perkembangan pemasaran digital			
4.	Potensi pasar luar daerah			
Ancaman				
5.	Persaingan usaha sejenis			
6.	Fluktuasi harga bahan baku			
7.	Perubahan selera konsumen			
8.	Kemajuan teknologi			

Sumber : Rangkuti (2016)

C. Analisis SWOT

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki (Rangkuti, 2016).

Alternatif strategi adalah hasil dari matrik analisis SWOT yang menghasilkan berupa strategi SO, WO, ST dan WT. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal empat strategi sebagai hasil dari analisis matrik SWOT.

- 1) Strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

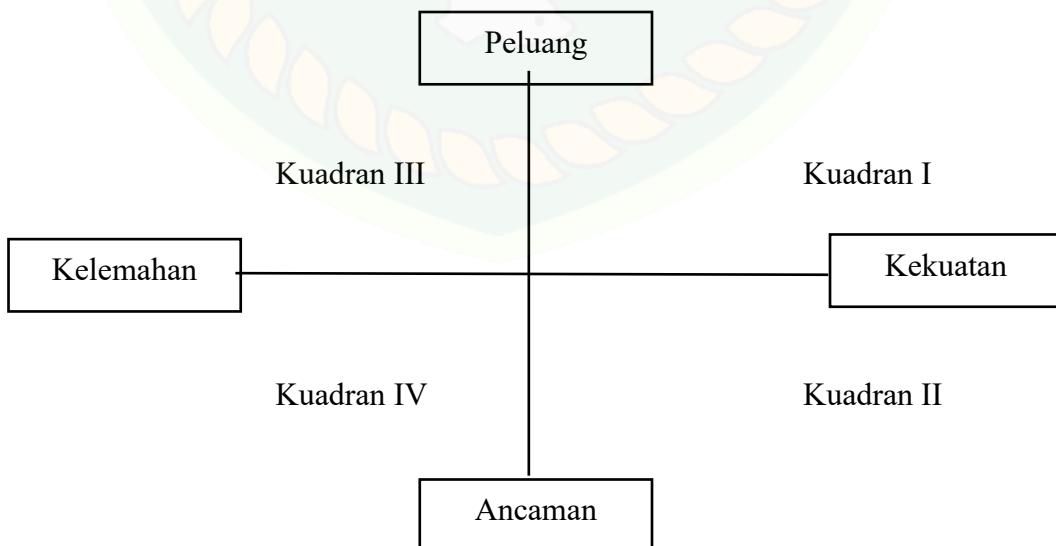
- 2) Strategi ST, strategi ini diterapkan dalam menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 3) Strategi WO, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tabel 8. Matriks SWOT

IFAS	Strengths (S) Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	Weaknesses (W) Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
EFAS		
Oportunities (O) Menentukan Peluang eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T) Menentukan ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuaan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2004)

D. Kuadran Analisis SWOT



Gambar 3. Kuadran Analisis SWOT

Rekomendasi :

Kuadran I : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dalam pemasaran. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijaksanaan pertumbuhan (Growth Oriented Strategy)

Kuadran II : meskipun menghadapi berbagai ancaman dalam pemasaran, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal, strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (produk atau pasar).

Kuadran III: Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala. Fokus strategi pemasaran ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal pemasaran sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Harus segera mencari strategi bertahan (*Defensif Strategy*).

E. Matrik QSPM

Untuk memilih opsi terbaik, kita perlu menimbang opsi yang berbeda dan kemudian menggunakan alat khusus yang disebut QSPM untuk memutuskan mana yang terbaik. Alat ini membantu kita melihat berbagai strategi seolah-olah semuanya terjadi pada waktu yang sama, yang berguna karena mengurangi

kemungkinan hilangnya faktor penting. Tapi itu juga agak subyektif, jadi kita harus menggunakan penilaian kita untuk memilih opsi terbaik. (Putri et al., 2014).

Untuk melakukan analisis QSPM, pertama-tama Anda harus mengumpulkan informasi tentang produk Anda. Kemudian, Anda akan menggunakan informasi tersebut untuk membuat laporan tentang produk Anda. Terakhir, Anda dapat menggunakan laporan tersebut untuk membuat perubahan pada produk Anda. (Qanita, 2019):

1. Ada banyak peluang, tetapi juga risiko dan tantangan. Beberapa kekuatan dan kelemahan dimiliki oleh kedua matrix, sementara yang lain khusus untuk satu atau lainnya
2. Bobot pada masing-masing faktor internal dan eksternal diwakili oleh bobot terikat. Bobot ini juga sama dengan bobot pada matrix IFAS dan EFAS.
3. Pada tahap kedua proses QSPM, Anda akan melihat matriks dan mengidentifikasi strategi alternatif yang dapat diambil perusahaan untuk mengimplementasikannya. Beberapa dari strategi ini akan disorot pada garis QSPM.
4. "Skor Menarik" (AS) adalah angka yang mencerminkan seberapa menarik setiap strategi yang dipilih. Hal ini didasarkan pada faktor faktor yang memiliki peran dalam proses pemilihan strategi. Jika suatu faktor penting dalam pemilihan suatu strategi, skor AS-nya akan lebih tinggi daripada jika tidak penting.

5. Untuk mengetahui strategi mana yang terbaik, kita perlu mengetahui seberapa menarik setiap baris dan kolom. Semakin menarik setiap baris dan kolom, maka Total Attractive Score (TAS) akan semakin tinggi. Kemudian, kita akan menjumlahkan semua 43 TAS di setiap kolom dan melihat mana yang memiliki nilai tertinggi. Strategi dengan TAS tertinggi akan menjadi pilihan terbaik.



IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Keadaan Geografi dan Topografi

4.1.1. Geografi

Diawali dengan terbitnya Peraturan Daerah Nomor 4 tahun 2016 tentang Pembentukan Kelurahan Kota Pekanbaru, dikatakan bahwa pada Pasal 18 Kelurahan Sialang Munggu dibentuk dari gabungan wilayah Kelurahan Tuah Karya dan wilayah Sidomulyo Barat dalam kebutuhan untuk pemekaran wilayah di Kota Pekanbaru. Kelurahan Sialang Munggu ini dahulunya dikenal sebagai salah satu kelurahan di Kecamatan Tampan. Namun, seiring berkembangnya kota Pekanbaru dan terbitnya Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020, maka Kecamatan Tampan dimekarkan menjadi dua kecamatan yakni Binawidya dan Tuah Madani, yang dipisahkan oleh Jalan Soebrantas. Dimana yang sekarang Kelurahan Sialang Munggu termasuk kedalam Kecamatan Tuah Madani. Kecamatan Tuah Madani terdiri atas lima kelurahan, yakni: Kelurahan Sidomulyo Barat, Kelurahan Sialang Munggu, Kelurahan Tuah Karya, Kelurahan Tuah Madani, dan Kelurahan Air Putih.

Kelurahan Sialang Munggu mempunyai luas wilayah sekitar $\pm 3,5 \text{ km}^2$, yang terdiri dari 131 Rukun Tetangga (RT) dan 32 Rukun Warga (RW), dengan jumlah penduduk sebanyak 35.165 jiwa (*Sumber: Kantor Lurah Sialang Munggu Tahun 2021*). Adapun batasan wilayah Kelurahan Sialang Munggu dalam Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2016, yakni, pada Pasal 29 ayat 16 adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Jalan Soebrantas (Kelurahan Simppang Baru)

- Sebelah Timur : Jalan Purwodadi dan Jalan Gelora (Kelurahan Sidomulyo Barat)
- Sebelah Barat : Jalan Suka Karya (Kelurahan Tuah Karya)
- Sebelah Selatan : Pilar Batas Kampar

4.1.2. Topografi

Keadaan topografi di Kelurahan Sialang Munggu yaitu datar dengan kelerengan antara 0 - 8% dan berada di ketinggian ± 20 meter diatas permukaan laut (mdpl). Jenis tanahnya adalah brown forest soil. Kondisi tekstur tanahnya berupa lempung dengan tingkat kesuburan sedang. Kondisi iklim dan cuaca di Kelurahan Sialang Munggu mengikuti iklim Kota Pekanbaru yang mana pada umumnya beriklim sangat basah, suhu berkisar antara $21,6^{\circ}$ - $35,0^{\circ}$ C dengan rata-rata suhu $28,0^{\circ}$ C, sedangkan kelembaban udara berkisar antara 57,9% - 93,2% dengan rata-rata 74,6% dan tekanan udara 1.007,2 Mb-1.013,0 Mb, dengan rata-rata 1,010,1 Mb serta mempunyai kecepatan angin 7-8 knot/jam.

Curah hujan antara 1.408 mm/th-4.344 mm/th, dengan rata-rata curah hujan mencapai 2.938 mm/th dengan hari hujan selama 198 hari. Dimana musim hujan terjadi pada bulan Januari sampai April dan September sampai Desember. Musim kemarau terjadi pada bulan Mei sampai Agustus.

4.2. Kondisi Demografis

Kondisi demografis adalah informasi yang memuat keadaan tentang kependudukan suatu wilayah atau masyarakat dalam suatu wilayah tertentu yang meliputi struktur, ukuran, distribusi penduduk, serta bagaimana jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian, migrasi, serta penuaan. Dalam penelitian ini, kondisi geografi daerah Kelurahan Sialang Munggu dapat dilihat dari

jumlah penduduk menurut kelompok umur, menurut tingkat pendidikan, mata pencaharian, serta sarana dan prasarana yang terdapat pada daerah penelitian, yang diambil dari data di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2021.

4.2.1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

Jumlah penduduk menurut kelompok umur adalah pembagian atau pengelompokan populasi suatu wilayah atau negara berdasarkan rentang usia tertentu. Pengelompokan ini memberikan gambaran tentang distribusi usia dalam populasi sehingga dapat memahami struktur demografis dan dinamika sosial ekonomi suatu wilayah.

Jumlah penduduk di kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru pada Tahun 2023 sebanyak 38.250 Jiwa. Pembagian jumlah penduduk pada wilayah ini yaitu penduduk laki-laki sebanyak 19.353 jiwa (50,60 %) dan penduduk perempuan sebanyak 18.897 jiwa (49,40 %). Sex ratio atau rasio jenis kelamin adalah perbandingan antara jumlah laki-laki dan perempuan dalam suatu populasi. Sehingga *Sex rasio* penduduk Kelurahan Sialang Munggu ini sebesar 102,4. Artinya setiap 100 jiwa penduduk perempuan terdapat sebanyak 103 jiwa penduduk laki-laki . Berikut sebaran penduduk di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani menurut kelompok umur tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 9 :

Tabel 9. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-17	15.114	32.97
2	18-59	28.592	62.37
3	≥60	2.134	4.66
Jumlah		48.840	100

Sumber : Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023

Tabel 9 menjelaskan bahwa jumlah penduduk pada Kelurahan Sialang Munggu terbagi tiga kelompok umur yang dimana kelompok umur dengan rentang 0-17 sebanyak 15.114 jiwa dengan persentase 32.97%, kelompok umur yang tertinggi pada rentang 18-59 sebanyak 28.592 jiwa dengan persentase 62,37%, dan kelompok umur yang terendah pada rentang umur ≥ 60 sebanyak 2.134 jiwa dengan persentase 4.66 %.

Rasio ketergantungan (*dependency ratio*) adalah ukuran yang menggambarkan proporsi penduduk non-produktif (penduduk yang tidak termasuk dalam angkatan kerja) dibandingkan dengan penduduk produktif (penduduk yang berusia 15-64 tahun). Rasio ini membantu untuk memahami beban ekonomi yang ditanggung oleh penduduk produktif dalam suatu negara atau wilayah. *Dependency Ratio* pada penelitian ini sebesar 60,32 %, artinya setiap 100 orang yang berusia kerja (dianggap produktif) mempunyai tanggungan sebanyak 60 orang yang belum produktif dan dianggap tidak produktif lagi.

4.2.2. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan adalah pembagian atau pengelompokan populasi berdasarkan tingkat pendidikan formal yang telah dicapai oleh individu. Data jumlah penduduk menurut pendidikan ini memberikan wawasan

tentang tingkat pendidikan dalam suatu wilayah atau negara dan membantu dalam merencanakan kebijakan pendidikan, ekonomi, dan sosial.

Penduduk di Kelurahan Sialang Munggu memiliki berbagai tingkat pendidikan, dari yang rendah hingga yang tinggi. Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Kelurahan Sialang Munggu dapat dilihat pada Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak/Belum Sekolah	9.987	21.79
2	Tidak/Belum Tamat SD	5.489	11.97
3	Tamat SD Sederajat	6.657	14.52
4	SLTP/Sederajat	6.924	15.10
5	SLTA/Sederajat	8.006	17.47
6	Diploma II	3.232	7.05
7	Akademi Strata I	5.270	11.50
8	Strata II	230	0.50
9	Strata III	45	0.10
Jumlah		48.840	100,00

Sumber : Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023

Tabel 10 menjelaskan bahwa tingkat pendidikan pada wilayah Kelurahan Sialang Munggu terdiri dari tidak/belum sekolah sebanyak 9.987 jiwa dengan persentase 21,79%, tingkat pendidikan yang tidak/belum tamat SD sebanyak 5.489 jiwa dengan persentase 11.97%, tingkat pendidikan tamat SD sederajat sebanyak 6.657 jiwa dengan persentase 14.52%, tingkat pendidikan SLTP/Sederajat sebanyak 9.924 jiwa dengan persentase 15,10%, tingkat pendidikan SLTA/Sederajat sebanyak 8.006 dengan persentase 17.47%, tingkat pendidikan Diploma II sebanyak 3.232 jiwa persentase 7.05%, tingkat pendidikan akademi strata 1 sebanyak 5.270 jiwa persentase 11.50%, tingkat pendidikan Strata II

sebanyak 230 persentase 0,50%, dan tingkat pendidikan Strata III sebanyak 45 persentase 0,10 %. Disimpulkan bahwa tingkat pendidikan di wilayah Kelurahan Sialang Munggu masih dikatakan rendah. Dikarenakan masih banyak penduduk wilayah yang belum sekolah atau tidak mau sekolah dari pada yang penduduk yang telah melakukan pendidikan sehingga perkembangan dan kemajuan pendidikan di wilayah Kelurahan Sialang Munggu masih rendah.

4.2.3. Mata Pencaharian Penduduk

Mata pencaharian penduduk adalah kegiatan ekonomi atau pekerjaan yang dilakukan oleh sebagian besar orang di suatu wilayah atau komunitas untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Mata pencaharian penduduk bisa sangat beragam, tergantung pada sumber daya alam yang tersedia, kondisi geografis, budaya, serta tingkat perkembangan ekonomi di daerah tersebut.

Data didapat dari Kelurahan Sialang Munggu mendapati bahwa rata-rata mata pencaharian penduduk di wilayah ini 70% adalah pedagang dan sisanya yaitu 30 % adalah Pegawai atau Pegawai Negeri Sipil (PNS). Dari persentase tersebut pemerintah dapat mendukung dan mensejahterakan pedagang. Upaya pemerintah dalam mensejahterakan pedagang melalui pengembangan infrastruktur perdagangan, meningkatkan akses ke modal, promosi produk lokal, serta stabilitas harga dan pasokan barang.

4.3. Sarana dan Prasarana Penunjang

Sarana dan prasarana penunjang merupakan komponen penting dalam mendukung berbagai aktivitas masyarakat, baik di bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, maupun transportasi. Sarana meliputi fasilitas fisik seperti jalan,

jembatan, sekolah, rumah sakit, dan pasar, yang secara langsung digunakan oleh masyarakat dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Sementara itu, prasarana mencakup infrastruktur pendukung seperti sistem air bersih, jaringan listrik, telekomunikasi, serta sistem drainase, yang berperan dalam menjaga kelancaran operasional sarana yang ada. Dalam penelitian ini, sarana dan prasarana yang dibahas meliputi layanan pendidikan, kesehatan, tempat ibadah, dan sarana umum

4.3.1. Layanan Pendidikan

Layanan pendidikan adalah serangkaian kegiatan, fasilitas, dan program yang disediakan untuk mendukung proses belajar mengajar dan memastikan bahwa setiap individu memiliki akses ke pendidikan yang berkualitas. Layanan pendidikan adalah segala bentuk kegiatan yang dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, nilai, dan sikap kepada peserta didik, dengan tujuan untuk mengembangkan potensi mereka secara maksimal. Layanan pendidikan Ini mencakup penyediaan fasilitas pendidikan seperti sekolah, universitas, dan pusat pelatihan, serta program-program yang mendukung pembelajaran, seperti kurikulum, beasiswa, pelatihan guru, dan program literasi. Adapun berbagai macam layanan pendidikan di Kelurahan Sialang Munggu dapat dilihat pada Tabel 11, sebagai berikut :

Tabel 11. Jumlah Layanan Pendidikan di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023

No.	Layanan Pendidikan	Jumlah Bangunan
1	Paud	1
2	TK	12
3	SD	4
4	SDIT	1
5	SMPIT	1
6	SMA	1
7	SMK	2
8	Perguruan Tinggi	1
Jumlah		23

Sumber : Kelurahan Sialang Munggu 2023

Tabel 11 menunjukkan bahwa jumlah layanan pendidikan di Kelurahan Sialang Munggu ada sebanyak 23 yang terdiri dari Paud berjumlah 1, TK (Taman Kanak) berjumlah 12, SD (Sekolah Dasar) berjumlah 4, SDIT (Sekolah Dasar Islam Terpadu) berjumlah 1, SMPIT (Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu) berjumlah 1, SMA (Sekolah Menengah Atas) berjumlah 1, SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) berjumlah 2 dan Perguruan Tinggi berjumlah 1. Untuk jumlah layanan pendidikan cukup memadai untuk jumlah penduduk di wilayah ini.

4.3.2. Layanan Kesehatan

Layanan kesehatan adalah berbagai bentuk kegiatan atau upaya yang diselenggarakan oleh tenaga medis dan non-medis yang bertujuan untuk memelihara, meningkatkan, serta memulihkan kesehatan individu atau masyarakat. Layanan ini mencakup tindakan preventif, kuratif, rehabilitatif, dan promotif, yang dilakukan di berbagai fasilitas kesehatan seperti rumah sakit, klinik, puskesmas atau melalui program-program kesehatan di masyarakat. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa setiap individu mendapatkan akses terhadap perawatan dan pengobatan yang diperlukan guna mencapai kondisi kesehatan yang optimal.

Adapun berbagai macam layanan kesehatan di Kelurahan Sialang Munggu dapat dilihat pada Tabel 12, berikut ini :

Tabel 12. Jumlah Layanan Kesehatan di Kelurahan Sialang Munggu Tahun 2023

No.	Layanan Kesehatan	Jumlah Bangunan
1	Klinik	8
2	Bidan	15
3	Posbindu	4
4	Posyandu	16
5	Rumah Sakit	1
Jumlah		44

Sumber : Kelurahan Sialang Munggu 2023

Berdasarkan Tabel 12, total layanan kesehatan di Kelurahan Sialang Munggu adalah sebanyak 44 unit. Layanan kesehatan di Kelurahan Sialang Munggu berupa Klinik berjumlah 8, Bidan berjumlah 15, Posbindu berjumlah 4, Posyandu berjumlah 16, dan Rumah sakit berjumlah 1. Disimpulkan bahwa layanan kesehatan di Kelurahan Sialang Munggu cukup memadai.

4.3.3. Saranan Umum

Sarana umum adalah fasilitas atau infrastruktur yang disediakan untuk kepentingan dan pelayanan masyarakat luas. Sarana ini biasanya mencakup berbagai jenis fasilitas yang mendukung kebutuhan dasar serta aktivitas sehari-hari warga. Di Kelurahan Sialang Munggu terdapat 2 sarana umum yang dapat digunakan oleh masyarakat, yaitu hotel sebanyak 2 dan waduk PEMKO sebanyak 1. Sehingga total sarana umum kelurahan ini adalah 3.

4.3.4. Potensi Pertanian

Kelurahan Sialang Munggu merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Secara administratif, wilayah ini termasuk kawasan perkotaan yang mengalami perkembangan pesat,

terutama pada sektor permukiman dan jasa. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru, Kecamatan Tuah Madani merupakan bagian dari wilayah kota dengan kepadatan penduduk yang cukup tinggi, sehingga pemanfaatan lahan cenderung didominasi oleh non-pertanian (BPS Kota Pekanbaru, 2023).

Meskipun demikian, Kelurahan Sialang Munggu masih memiliki potensi di sektor pertanian yang dapat dikembangkan, khususnya pertanian skala kecil dan pertanian perkotaan (*urban farming*). Hal ini ditunjukkan dengan masih adanya lahan yang dimanfaatkan untuk kegiatan budidaya tanaman pangan oleh masyarakat setempat. Salah satu bentuk nyata pemanfaatan lahan pertanian di wilayah ini adalah kegiatan penanaman padi gogo seluas kurang lebih 1 hektare yang dilakukan oleh kelompok tani di Kelurahan Sialang Munggu dengan pendampingan dari Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru (Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru, 2025).

Potensi pertanian di Kelurahan Sialang Munggu juga didukung oleh keberadaan kelembagaan petani, seperti kelompok tani dan gabungan kelompok tani (Gapoktan). Pembentukan Gapoktan serta penyusunan Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (RDKK) di wilayah Kecamatan Tuah Madani menunjukkan adanya upaya penguatan kelembagaan pertanian yang bertujuan untuk meningkatkan perencanaan usaha tani, akses terhadap sarana produksi, serta partisipasi petani dalam program pembangunan pertanian (Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru, 2025).

Selain tanaman pangan, potensi pertanian di Kelurahan Sialang Munggu juga terlihat pada pengembangan hortikultura dan pemanfaatan pekarangan rumah.

Keterlibatan kelompok wanita tani (KWT) dalam kegiatan budidaya tanaman hortikultura dan pengolahan hasil pertanian skala rumah tangga menunjukkan adanya diversifikasi kegiatan pertanian yang adaptif terhadap keterbatasan lahan di wilayah perkotaan. Kegiatan ini tidak hanya mendukung pemenuhan kebutuhan pangan keluarga, tetapi juga berpotensi menambah pendapatan masyarakat (Media Center Riau, 2024).

Lebih lanjut, potensi pertanian di Kelurahan Sialang Munggu diperkuat oleh adanya dukungan dari pemerintah daerah dan pihak akademisi melalui kegiatan penyuluhan, pendampingan, serta pemberdayaan masyarakat. Kolaborasi tersebut berfokus pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penerapan teknologi pertanian sederhana, serta pengembangan usaha pertanian dan agroindustri berbasis potensi lokal (P2K Stekom, 2023).

Secara keseluruhan, meskipun Kelurahan Sialang Munggu merupakan wilayah perkotaan dengan keterbatasan luas lahan pertanian, sektor pertanian tetap memiliki potensi untuk dikembangkan. Potensi tersebut tercermin dari adanya kegiatan budidaya tanaman pangan, kelembagaan petani yang aktif, serta dukungan pemerintah dan lembaga terkait. Dengan pengelolaan yang tepat dan berkelanjutan, sektor pertanian di Kelurahan Sialang Munggu dapat berkontribusi dalam mendukung ketahanan pangan lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

4.3.5. Potensi Industri Kecil

Kelurahan Sialang Munggu yang berada di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru, memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan industri kecil dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagai bagian dari wilayah

perkotaan, Sialang Munggu didukung oleh kepadatan penduduk yang relatif tinggi serta aktivitas ekonomi masyarakat yang beragam. Kondisi ini menciptakan peluang pasar yang luas bagi perkembangan UMKM, khususnya yang bergerak di sektor perdagangan, pengolahan pangan, dan jasa (BPS Kota Pekanbaru, 2023).

Potensi UMKM di Kelurahan Sialang Munggu tercermin dari dominannya kegiatan usaha skala rumah tangga yang dikelola oleh masyarakat setempat. UMKM yang berkembang di wilayah ini umumnya bergerak pada bidang pengolahan makanan dan minuman, seperti usaha kuliner rumahan, makanan olahan tradisional, serta produk berbasis bahan baku lokal. Keberadaan UMKM tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan bagi rumah tangga, tetapi juga menjadi penopang utama ekonomi masyarakat lokal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Selain sektor pangan, UMKM di Kelurahan Sialang Munggu juga berkembang pada bidang jasa dan perdagangan, seperti usaha warung kelontong, jasa jahit, percetakan skala kecil, serta layanan jasa lainnya. Karakteristik UMKM di wilayah ini umumnya bersifat padat karya dan menggunakan teknologi sederhana, sehingga mampu menyerap tenaga kerja lokal dan mengurangi tingkat pengangguran di lingkungan sekitar (Tambunan, 2019).

Potensi industri kecil di Kelurahan Sialang Munggu semakin diperkuat oleh adanya dukungan pemerintah daerah melalui berbagai program pemberdayaan UMKM. Pemerintah Kota Pekanbaru secara aktif mendorong pengembangan UMKM melalui pelatihan kewirausahaan, fasilitasi perizinan usaha, serta pendampingan dalam peningkatan kualitas produk dan pemasaran. Upaya tersebut

bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin ketat (Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru, 2023).

Di samping itu, UMKM di Kelurahan Sialang Munggu memiliki peluang besar untuk dikembangkan ke arah usaha yang lebih berorientasi pasar, baik melalui pemanfaatan teknologi digital maupun pengembangan produk bernilai tambah. Akses terhadap pasar perkotaan, termasuk pasar lokal dan platform pemasaran daring, menjadi salah satu keunggulan wilayah ini. Dengan dukungan peningkatan kapasitas pelaku usaha dan pemanfaatan teknologi informasi, UMKM di Kelurahan Sialang Munggu berpotensi mengalami peningkatan skala usaha dan kontribusi ekonomi yang lebih besar (Tambunan, 2019).

Secara keseluruhan, potensi industri kecil (UMKM) di Kelurahan Sialang Munggu cukup menjanjikan dan memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan. Dengan pengelolaan yang tepat, dukungan kebijakan yang berkelanjutan, serta peningkatan kapasitas pelaku usaha, UMKM di Kelurahan Sialang Munggu berpotensi menjadi salah satu sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi wilayah.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

Karakteristik pelaku pengusaha dapat diuraikan sebagai berikut: Umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga. Sedangkan profil usaha mencakup skala usaha, modal usaha, dan tenaga kerja.

5.1.1. Karakteristik Pengusaha

Karakteristik pengusaha adalah sifat-sifat khusus yang dimiliki oleh seorang pengusaha berupa kreativitas, ketekunan, keberanian mengambil risiko, kemampuan beradaptasi dan visi ke depan untuk memajukan usaha yang dijalankan oleh pengusaha. Karakteristik pengusaha adalah serangkaian sifat, perilaku, dan keterampilan yang khas dimiliki oleh individu yang menjalankan usaha atau bisnis. Karakteristik ini mencakup berbagai kualitas seperti keberanian mengambil risiko, inovatif, percaya diri, ulet, berorientasi pada hasil, kemampuan manajemen yang baik, kemampuan adaptasi, fokus pada kepuasan pelanggan, motivasi tinggi, dan keterampilan komunikasi yang efektif.

Keberhasilan pengusaha rendang ikan Pak Ombak ini dipengaruhi oleh karakteristik usaha itu sendiri berupa : Umur pengusaha, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha rendang ikan Pak Ombak. Mengenai karakteristik pengusaha dapat dilihat pada Tabel 13, berikut ini:

Tabel 13. Karakteristik Pengusaha dan Tenaga Kerja pada usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025

Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Tanggungan Keluarga (Jiwa)
Pengusaha	35	15	8	3
Tenaga Kerja				
1	58	12	8	0
2	52	12	2	0
Total	144	39	17	3
Rata- Rata	48.00	13	6	3

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 13 dapat di ketahui sebagai berikut:

a. Umur

Umur sering dijadikan salah satu indikator dalam menentukan produktivitas karena umur berpengaruh pada beberapa faktor kunci yang mempengaruhi kinerja dan kemampuan seseorang atau suatu kelompok dalam berkontribusi secara efektif. Umur adalah indikator yang kompleks yang mencakup aspek pengalaman, kesehatan, motivasi, dan kemampuan beradaptasi.

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2023 tentang umur produktif menjelaskan terdapat tiga pengelompokan penduduk berdasarkan umurnya, yaitu umur 1-14 tahun berada pada kelompok belum produktif, umur 15-64 tahun berada pada kelompok produktif dan umur 65 tahun keatas pada kelompok tidak produktif. Pada Tabel 14 , menunjukkan bahwa pengusaha termasuk dalam kelompok umur produktif yaitu di umur 35 tahun. Sedangkan untuk tenaga kerja yang dimiliki pengusaha untuk membantu pengusaha dalam menjalankan bisnis ada terdapat 2 orang. Tenaga kerja pertama memiliki umur 58 tahun, dan tenaga kerja kedua

memiliki umur 52 tahun yang dimana kedua tenaga kerja itu termasuk kelompok umur produktif. Disimpulkan bahwa seluruh responden yaitu pengusaha dan tenaga kerja termasuk kelompok yang produktif dan masih aktif dalam mengelola serta menjalankan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa usaha rendang ikan Pak Ombak memiliki potensi untuk terus berkembang di masa mendatang.

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan mengacu pada pencapaian formal seseorang dalam sistem pendidikan, seperti tingkat sekolah dasar, menengah, atau pendidikan tinggi. Pengaruh tingkat pendidikan terhadap produktivitas usaha merujuk pada bagaimana tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas seseorang dalam menjalankan usaha atau bekerja. Usaha yang dikelola oleh individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki produktivitas yang lebih tinggi, karena kemampuan untuk memanfaatkan teknologi, mengelola waktu dan sumber daya dengan efisien, serta menerapkan praktik-praktik bisnis yang baik. (Wahyudi, 2015)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa tingkat pendidikan itu terbagi menjadi 3 tingkat yaitu 1) Tingkat pendidikan dasar adalah pendidikan yang lamanya 9 tahun yang diselenggarakan selama 6 tahun pada SD (Sekolah Dasar) dan tiga tahun pada Sekolah Lanjutan tingkat Pertama (SLTP) atau satuan pendidikan sederajat, 2) Tingkat pendidikan menengah adalah pendidikan yang lamanya tiga tahun selesainya pendidikan dasar serta diselenggarakan di Sekolah Lanjutan Atas (SLTA) atau satuan pendidikan yang sederajat sehingga pendidikan

ini sudah menyelesaikan selama 12 tahun. 3) Tingkat pendidikan tertinggi adalah kelanjutan dari pendidikan menengah berupa perguruan tinggi yang bisa berbentuk akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas sehingga tingkat pendidikan ini sudah menyelesaikan pendidikan lebih dari 12 tahun. Sehingga semakin tinggi tingkat pendidikan pada seseorang maka semakin tinggi produktivitas dan juga penghasilan yang diperoleh.

Pada Tabel 14 menunjukkan bahwa pengusaha memiliki tingkat pendidikan selama 15 tahun yang artinya tingkat pendidikan dari pengusaha termasuk pada tingkat pendidikan tertinggi. Sedangkan tenaga kerja pengusaha yaitu tenaga kerja pertama menyelesaikan pendidikan selama 12 tahun dan tenaga kerja kedua menyelesaikan pendidikan selama 12 tahun yang artinya seluruh tenaga kerja termasuk pada tingkat pendidikan menengah. Disimpulkan bahwa seluruh responden yaitu pengusaha dan tenaga kerja dikatakan bahwa memiliki produktivitas usaha yang tinggi dan mampu menghasilkan penghasilan yang tinggi. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi sudah mampu menjalankan usaha dengan mengikuti perkembangan era digital seperti melakukan jual beli secara *online*, *web*, *marketplace* ataupun medial sosial seperti *instagram* dan *facebook*.

c. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha adalah keterampilan, pengetahuan, dan wawasan yang diperoleh melalui keterlibatan langsung dalam menjalankan, mengelola, atau mengembangkan suatu usaha atau bisnis. Menurut Suwita tahun 2011 menjelaskan Pengalaman bekerja umumnya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja pada bidang tertentu (contohnya lamanya seseorang bekerja sebagai pengusaha) hal

ini disebabkan karena semakin lama orang tadi bekerja berarti pengalaman bekerjanya tinggi sehingga secara tak langsung akan mempengaruhi pendapatan.

Pada Tabel 14 menunjukkan bahwa pengusaha memiliki pengalaman berusaha rendang ikan selama 8 tahun. tenaga kerja pertama memiliki pengalaman berusaha rendang ikan selama 8 tahun dan tenaga kerja kedua memiliki pengalaman berusaha selama 2 tahun. Disimpulkan bahwa seluruh responden pengusaha dan tenaga kerja memiliki pengalaman berusaha yang cukup berpengalaman. Pengusaha dan tenaga kerja mampu menghasilkan produktivitas dan pendapatan yang tinggi pada usaha rendang ikan Pak Ombak.

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah total anggota keluarga yang bergantung secara finansial pada seseorang atau rumah tangga. Badan pusat Statistik (BPS) tahun 2022 tentang kesejahteraan rakyat mengelompokkan jumlah tanggungan keluarga menjadi berikut: pertama, tanggungan keluarga kecil 1-3 orang; kedua, tanggungan keluarga sedang 4-6 orang; dan yang ketiga, tanggungan keluarga besar ialah lebih dari 6 orang.

Berdasarkan Tabel 14 jumlah tanggungan keluarga pengusaha adalah sebanyak 3 orang dan tenaga kerja pertama serta tenaga kerja kedua tidak memiliki tanggungan keluarga. Dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja memiliki tanggungan keluarga yang lebih sedikit dibandingkan pengusaha dengan kata lain pengusaha harus meningkatkan kerjanya untuk memenuhi kebutuhan keluarga dikarenakan

jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga.

5.1.2. Profil Usaha

Profil usaha adalah gambaran usaha mencakup berbagai kegiatan operasional usaha, produk atau layanan yang ditawarkan, dan informasi terkait rai usaha tersebut. Profil usaha yang akan dijelaskan pada penelitian ini berupa sejarah usaha, skala usaha, modal usaha, dan tenaga kerja. Berikut profil usaha rendang ikan Pak Ombak:

a. Sejarah Usaha

Usaha rendang ikan Pak Ombak yang terletak di Kelurahan Sialang Munggu, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru, didirikan pada tahun 2017 oleh Novita Wisudawati. Nama "Pak Ombak" diambil dari julukan almarhum ayah Novita. Usaha ini dimulai pada tahun 2017 ketika Novita merasa kurang produktif setelah melahirkan dan ingin mencari pekerjaan. Namun, kendala usia anaknya yang masih kecil membuatnya harus mencari alternatif. Akhirnya, Novita memilih untuk memulai usaha kuliner rendang ikan, yang memungkinkan dia untuk tetap merawat anak membantu perekonomian keluarga.

Rendang ikan adalah makanan tradisional khas masyarakat Kampar dan Pangkalan Lima Puluh Kota, sering disajikan pada acara pernikahan, khatam, dan acara adat lainnya. Biasanya, rendang ikan disajikan untuk perempuan sementara rendang daging untuk laki-laki, agar kedua gender dapat menikmati hidangan tersebut. Inspirasi untuk menjadikan rendang ikan sebagai usaha bermula saat Novita kuliah di Bandung. Ia sering menerima rendang ikan dari orang tuanya dan

membagikannya kepada teman-teman sekamarnya. Respon yang diterima sangat positif karena rasanya yang enak dan gurih. Dari pengalaman ini, Novita berpikir untuk memperkenalkan rendang ikan sebagai produk usaha, mengingat makanan tersebut belum banyak dikenal oleh masyarakat luas.

Usaha rendang ikan Pak Ombak hingga saat ini terus melakukan produksi dan penjualan produk mereka. Saat ini rendang ikan Pak Ombak sudah memiliki penghargaan diantaranya : Piagam Siddharkarya Penghargaan Produktivitas tahun 2020, Sertifikat Apresiasi Kreasi Indonesia tahun 2023, Piagam UMKM Award 2023 juara 3 kategori UMKM Tourism tahun 2023, Sertifikat Gebyar UKM Tahun 2018, dan Sertifikat Program Wirausaha Merdeka AKSI PEMUDA Universitas Riau Tahun 2023.

b. Skala Usaha

Skala usaha adalah ukuran atau tingkatan dari sebuah bisnis yang menggambarkan besarnya operasi, kapasitas produksi, jumlah karyawan, dan omset atau pendapatan yang dihasilkan. Skala usaha dikelompokkan menjadi beberapa yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah atau disebut dengan UMKM.

Badan pusat Statistik (2012) mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah serta usaha besar berdasarkan kuantitas tenaga kerja yaitu sebagai berikut: a. usaha mikro mempunyai jumlah tenaga kerja 1-5 orang; b. usaha kecil mempunyai jumlah tenaga kerja mulai 5-19 orang; c usaha menengah mempunyai jumlah tenaga kerja 20-99 orang; d. usaha besar mempunyai tenaga kerja 100 orang atau lebih. Disimpulkan usaha rendang ikan Pak Ombak berdasarkan klasifikasi

Badan Pusat Statistik (BPS) bahwas usaha ini berbentuk skala mikro yang memiliki jumlah tenaga kerja 2 orang.

c. Modal Usaha

Modal adalah sejumlah uang atau aset lain yang digunakan untuk memulai atau menjalankan suatu usaha. Modal merupakan fondasi penting dalam pembentukan dan pengembangan bisnis, karena modal memungkinkan pemilik usaha untuk membiayai berbagai kebutuhan seperti pembelian bahan baku, peralatan, gaji karyawan, dan operasional sehari-hari.

Usaha rendang ikan Pak Ombak ini awalnya hanya menggunakan modal sebesar Rp. 500.000,00 pada tahun 2017 untuk membeli bahan-bahan dan menggunakan kemasan sederhana berupa plastik. Pada tahun 2018 pengusaha mengikuti perlombaan Gebyar UKM mengajukan permohonan dengan Yayasan Baitul Maal BRI. Pengusaha mendapatkan bantuan dana berjumlah Rp 12.000.000,00 lalu dijadikan modal usaha untuk membeli alat-alat. Pada tahun 2019 usaha rendang ikan Pak Ombak ini memenangkan Produk Inovasi RISTEKDIKTI dan mendapatkan modal sebesar Rp. 50.000.000,00 dari dana tersebut digunakan oleh pengusaha untuk membeli alat-alat dan membuat usaha menjadi CV perusahaan yang bernama CV. Pak Ombak Djaya, dan daftar HAKI dengan nomor HAKI: IDM000808283.

Pada Tahun 2023 usaha rendang ikan Pak Ombak ini mendapatkan juara 2 di Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI) dan menerima sertifikat dan bantuan dana yang diberikan oleh Sandiaga Salahuddin Uno Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Pada tahun 2023 usaha rendang ikan Pak Ombak mendapatkan juara 3 di Indonesia Marketing Association (IMA) dalam kategori UMKM Tourism dan menerima bantuan dana. Novita aktif dalam mengikuti ajang kompetensi mampu memenangkan kompetensi tersebut. Novita mengumpulkan dana yang didapat dari ajang kompetensi tersebut untuk membantu membeli mesin, peralatan dan merenovasi tempat usaha. Mengikuti ajang kompetensi tersebut Novita mampu mengenalkan produk dari berbagai pihak dan memperluas relasi dengan pengusaha lainnya.

d. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah individu yang terlibat atau memiliki potensi untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung, guna menghasilkan barang dan jasa dalam suatu sistem ekonomi. Usaha rendang ikan Pak Ombak ini menggunakan tenaga kerja sebanyak 2 orang yang terdiri dari satu dari tenaga kerja wanita dalam keluarga dan satu tenaga kerja wanita luar keluarga. Dengan rata-rata pendidikan terakhir tenaga kerja yaitu SLTA atau 12 tahun. Dengan pengalaman berada dibawah 9 tahun dengan pengalaman yaitu 8 dan 2 tahun. Dengan semakin terampil dan terdidik tenaga kerja yang dimiliki, maka semakin baik untuk mengembangkan usaha tersebut kedepannya.

5.2. Analisis Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

5.2.1. Biaya Produksi

Biaya dalam usaha rendang ikan Pak Ombak merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan pemilik usaha untuk menjalankan proses produksi. Jumlah input yang digunakan dalam kegiatan produksi akan mempengaruhi besar kecilnya

biaya yang timbul serta pendapatan yang diperoleh. Pengeluaran untuk menghasilkan produk akhir terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel yang dinyatakan dalam rupiah. Dalam penelitian ini, biaya produksi yang dimaksud mencakup seluruh pengeluaran yang terjadi selama proses produksi pada usaha rendang ikan Pak Ombak yang berlokasi di Kelurahan Sialang Munggu, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru.

Biaya tetap dalam usaha rendang ikan Pak Ombak terdiri dari biaya penyusutan alat yang digunakan dalam proses produksi sedangkan untuk biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, bahan penunjang dan biaya tenaga kerja. Adapun analisis biaya, Produksi, harga, pendapatan, dan efisiensi usaha usaha rendang ikan teri Pak Ombak dapat dilihat pada Tabel 14 berikut ini:

Tabel 14. Analisis Biaya, Produksi, Harga, Pendapatan, dan Efisiensi Usaha Pada Usaha Agroindustri Rendang Ikan Teri Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Tahun 2025

No.	Uraian	Jlh/ Proses	Harga (Rp)	Nilai (Rp/PP)	Nilai (Rp/Bulan)
A	Biaya Tetap				
1.	Penyusutan Alat			27.797,94	333.575,28
	Total			27.797,94	333.575,28
B	Biaya Variabel				
1.	Bahan Baku				
	Ikan Teri (Kg)	2	130.000	260.000,00	3.120.000,00
2.	Bahan Penunjang				-
	Santan (Kg)	16,00	20.000	320.000,00	3.840.000,00
	Cabai Merah (Kg)	2,00	60.000	120.000,00	1.440.000,00
	Bawang Merah (Kg)	1,50	28.000	42.000,00	504.000,00
	Bawang Putih (Kg)	0,20	20.000	4.000,00	48.000,00
	Daun Kunyit (Kg)	0,10	20.000	2.000,00	24.000,00
	Garam (Kg)	0,04	2.000	80,00	960,00
	Gula (Kg)	0,05	15.000	750,00	9.000,00
	Jahe (Kg)	0,10	40.000	4.000,00	48.000,00
	Masako Jamur (PCS)	0,04	4.000	160,00	1.920,00
	Gas 3 kg (Tabung)	1,00	20.000	20.000,00	240.000,00
	Stiker Kemasan (Pouch)	70	150	10.500,00	126.000,00

No.	Uraian	Jlh/ Proses	Harga (Rp)	Nilai (Rp/PP)	Nilai (Rp/Bulan)
	Foil Kemasan (Pouch)	70	4.900	343.000,00	4.116.000,00
	Kemasan 20 Gram (Sactet)	350	1.000	350.000,00	4.200.000,00
3.	Tenaga Kerja				
	TKDK (HOK)	0,13	55.000	7.150,00	85.800,00
	TKLK (HOK)	0,13	45.000	5.850,00	70.200,00
	Total			1.489.490,00	17.873.880,00
C	Total Biaya Produksi			1.517.287,94	18.207.455,28
D	Produksi (Kg)	7			
1.	Harga Jual 100 gr (Pouch)	70	30.000	2.100.000,00	25.200.000,00
E	Pendapatan				
1.	Pendapatan Kotor (Rp)			2.100.000,00	25.200.000,00
2.	Pendapatan Bersih (Rp)			582.712,06	6.992.544,72
F	Return Cost ratio (RCR)			1,38	1,38

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 14, diketahui bahwa sumber biaya tetap untuk rendang ikan teri pak ombak dalam satu kali proses produksi terbesar berasal dari biaya penyusutan alat yaitu sebesar Rp.27.797,94. Jadi total biaya tetap yang dikeluarkan pengusaha pada saat akan memproduksi rendang ikan teri Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu per proses produksi adalah Rp.27.797,94

Rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan pengusaha untuk rendang ikan teri Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu per proses produksi adalah sebesar Rp. 1.489.490,00. Penggunaan biaya variabel ini dipengaruhi oleh penggunaan jumlah bahan baku, bahan penunjang dan biaya tenaga kerja. Biaya variabel tertinggi berasal dari biaya bahan penunjang sebesar Rp.1.216.490,00 sedangkan untuk biaya variabel terendah adalah biaya tenaga kerja yaitu sebesar Rp.13.000,00. Jadi, total biaya produksi rendang ikan teri dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp.1.517.287,94.

Usaha rendang ikan Pak Ombak dalam sebulan memproduksi rendang ikan teri sebanyak 12 kali proses produksi. Total biaya tetap yang dikeluarkan dalam

sebulan sebesar Rp.333.578,28 dan biaya variabel Rp.17.873.880,00. Maka total biaya produksi dalam sebulan yang dikeluarkan untuk memproduksi rendang ikan teri yaitu sebesar Rp.18.207.455,28.

5.3.2. Produksi

Produksi dalam penelitian adalah banyaknya jumlah produk yang dihasilkan dari usaha rendang ikan Pak Ombak. Produk yang dihasilkan akan menentukan jumlah produksi dan harga jual yang berhubungan dengan pendapatan yang akan diterima oleh pengusaha. Produk tersebut berupa rendang ikan yang akan dihasilkan dalam Kg/Poses Produksi dengan berat 100 gram.

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan bahwa rata-rata jumlah produksi ikan teri yang dihasilkan oleh usaha rendang ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu dalam satu kali proses produksi adalah sebanyak 7 Kg. Dari Produksi tersebut dapat dihasilkan 70 pouch dengan berat 100 gram.

5.3.3. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk kepada konsumen. Dalam hal ini harga yang dimaksud adalah harga jual produk rendang ikan teri yang ditentukan oleh pengusaha rendang ikan Pak Ombak yang berdasarkan pada informasi harga pasar dan biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi. Harga jual pada penelitian ini adalah harga untuk produk dalam kemasan 100 gram/pouch. Kemasan yang digunakan adalah plastik vakum yang dibungkus dengan aluminium foil untuk kemasan 100 gram yang telah diberi stiker Pak Ombak.

Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa untuk satu kemasan dengan

berat rendang ikan teri 100 gram akan dijual dengan harga Rp.30.000.

5.3.4. Pendapatan

Pendapatan diartikan sebagai sejumlah uang yang diterima oleh pengusaha yang dihitung untuk satu kali proses produksi atau perbulan. Pendapatan pada rendang ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu dapat dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor.

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan bahwa pendapatan kotor yang diterima oleh pengusaha untuk rendang ikan teri dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp. 2.100.00,00. Pendapatan kotor didapatkan dari jumlah produksi dikali dengan harga jual dan untuk pendapatan bersih usaha rendang ikan teri berasal dari pendapatan kotor dikurangi dengan total biaya dalam produksi. Sehingga pendapatan bersih yang diterima oleh pengusaha untuk rendang ikan teri dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp. 582.712,06. Jika dikonversikan dalam sebulan, maka pendapatan kotor yang diterima pengusaha untuk rendang ikan teri cukup banyak yaitu sebesar Rp. 25.200.000,00, dan untuk pendapatan bersih yang didapatkan sebesar Rp. 6.992.544,72.

5.3.5. Efisiensi Usaha

Efisiensi usaha rendang ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu dapat dihitung dengan menggunakan R/C rasio, yaitu perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya yang dikeluarkan. Semakin tinggi ratio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi usaha.

Berdasarkan dari hasil Tabel 14, menunjukkan bahwa efisiensi usaha rendang ikan teri Pak Ombak adalah sebesar 1,38. Hal ini berarti bahwa untuk

rendang ikan teri pada rendang ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munnggu sudah efisien atau menguntungkan sesuai dengan kriteria efisiensi yang di tunjukan dengan nilai R/C rasio lebih dari satu.

Nilai R/C rasio 1,38 dapat bermakna bahwa setiap mengeluarkan Rp1,00 maka dapat memperoleh pendapatan kotor sebesar Rp1,38 atau pendapatan bersih sebesar Rp0,38 dan dengan kata lain, rendang ikan teri pada usaha rendang Pak Ombak layak untuk diusahakan karena dapat memberikan imbalan berupa keuntungan pada pengusaha. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh dan semakin rendah biaya total yang dikeluarkan maka efisiensi dari usaha juga akan semakin besar.

5.3. Analisis Proses Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

Proses peningkatan skala usaha (*scale up*) merupakan tahapan pertumbuhan usaha yang ditandai dengan peningkatan kapasitas produksi, peningkatan nilai ekonomi usaha, serta perluasan aktivitas operasional. Dalam penelitian ini, analisis proses scale up usaha Rendang Ikan Pak Ombak dilakukan dengan melihat perkembangan indikator utama usaha yaitu aset, omzet, dan tenaga kerja yang kemudian dibandingkan dengan kriteria yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 beserta Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, serta klasifikasi statistik usaha menurut Badan Pusat Statistik.

5.3.1. Perhitungan Omzet dan Laba Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

Perhitungan omzet dan laba digunakan untuk mengetahui tingkat pendapatan serta efisiensi usaha rendang ikan pak ombak. Data diperoleh melalui

wawancara langsung dengan pemilik usaha dan observasi proses produksi. Berdasarkan hasil pengumpulan data, diketahui bahwa biaya produksi, kapasitas produksi, harga jual, dan keuntungan bersih per proses produksi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Perhitungan Omzet dan Laba Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

No	Uraian	Satuan	Nilai	Keterangan
1	Jumlah produksi per proses	Kg	7	Setiap proses menghasilkan 7 kg rendang ikan teri
2	Harga jual per pouch produk	Rp	30.000	Harga jual eceran ke konsumen
3	Pendapatan kotor per proses (1×2)	Rp	2.100.000	Total omzet per kali produksi
4	Biaya produksi per proses	Rp	1.517.287,94	Total biaya bahan baku, tenaga kerja, dan operasional
5	Pendapatan bersih per proses ($3 - 4$)	Rp	582.712	Keuntungan bersih setiap kali produksi
6	Frekuensi produksi per tahun	Kali	144	Produksi dilakukan 12 kali per bulan
7	Omzet tahunan (3×6)	Rp	302.400.000	Total pendapatan kotor selama satu tahun
8	Pendapatan bersih tahunan (5×6)	Rp	83.910.537	Total keuntungan bersih selama satu tahun
9	Nilai R/C Ratio ($3 \div 4$)	Rasio	1,38	Usaha dinilai efisien karena > 1

Sumber : Data Olahan Peneliti 2025

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa rendang ikan pak ombak memperoleh omzet tahunan sebesar Rp 302.400.000 dengan laba bersih sebesar Rp 83.910.537. Nilai R/C Ratio sebesar 1,38 menunjukkan bahwa usaha ini efisien dan layak untuk dikembangkan, karena setiap pengeluaran Rp 1,00 menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,38.

Hasil ini menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan kondisi awal usaha yang masih menggunakan alat sederhana dan memiliki kapasitas produksi terbatas. Dengan produksi sebesar 7 kg per proses dan frekuensi 144 kali per tahun, usaha telah mencapai skala produksi yang cukup besar untuk ukuran industri rumah tangga.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), rendang ikan pak ombak telah memenuhi kriteria usaha kecil, karena memiliki omzet tahunan di atas Rp 300 juta dan kekayaan bersih yang diperkirakan lebih dari Rp 50 juta. Peningkatan ini juga didukung oleh pengelolaan keuangan yang lebih tertib, penerapan sistem pencatatan digital, serta strategi pemasaran berbasis media sosial yang membantu memperluas jangkauan pasar.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa rendang ikan pak ombak sudah berhasil naik kelas dari usaha mikro menjadi usaha kecil, dengan prospek pengembangan yang sangat baik. Peningkatan efisiensi produksi, digitalisasi pemasaran, serta manajemen keuangan yang lebih terstruktur menjadi faktor utama yang mendorong keberhasilan proses *scale up* usaha ini

5.3.2. Analisis Klasifikasi Scale Up Usaha Berdasarkan Regulasi dan Statistik

Analisis peningkatan skala usaha (*scale up*) pada usaha Rendang Ikan Pak Ombak dapat dilakukan dengan membandingkan kondisi usaha terkini dengan kriteria klasifikasi usaha yang ditetapkan dalam berbagai regulasi serta standar statistik nasional. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja beserta peraturan pelaksanaannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, serta klasifikasi statistik yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik. Dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 16. Analisis Klasifikasi dan Proses Scale Up Usaha Berdasarkan Regulasi dan Statistik

No	Indikator	Kondisi Terkini	Kriteria UU No 20/2008	Kriteria UU No 6/2023 dan PP No. 7/2021	Badan Pusat Statistik (BPS)
1	Aset (Kekayaan Bersih)	Rp. 83.910.537	Mikro $\leq$ Rp50 juta; Kecil $>$ Rp50– $\leq$ Rp500 juta; Menengah $>$ Rp500 juta	Mikro $\leq$ Rp1 miliar; Kecil $>$ Rp1– $\leq$ Rp5 miliar; Menengah $>$ Rp5– $\leq$ Rp10 miliar	Dicatat sebagai variabel ekonomi
2	Omzet	Rp. 302.400.000	Mikro $\leq$ Rp300 juta; Kecil $>$ Rp300 juta– $\leq$ Rp2,5 miliar	Mikro $\leq$ Rp2 miliar; Kecil $>$ Rp2– $\leq$ Rp15 miliar	Tidak ada batas nominal khusus, berdasarkan pertumbuhan
3	Tenaga Kerja	2 Orang	Tidak diatur sebagai kriteria formal	Dapat disesuaikan per sektor	Mikro: 1–4 orang; Kecil: 5–19 orang; Menengah: 20–99 orang

Sumber : Diolah dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008; Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023; Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021; dan Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa kondisi usaha Rendang Ikan Pak Ombak memiliki nilai aset sebesar Rp83.910.537, omzet tahunan sebesar Rp302.400.000, serta jumlah tenaga kerja sebanyak 2 orang. Nilai-nilai tersebut

kemudian dianalisis dengan membandingkannya terhadap kriteria yang berlaku dalam regulasi UMKM.

Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, klasifikasi UMKM ditentukan berdasarkan dua indikator utama yaitu kekayaan bersih (aset) dan hasil penjualan tahunan (omzet). Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta, sedangkan usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta sampai dengan Rp10 miliar. Apabila dibandingkan dengan kondisi usaha Rendang Ikan Pak Ombak yang memiliki aset sebesar Rp83.910.537, maka usaha tersebut telah melewati batas maksimum usaha mikro dan masuk dalam kategori “Usaha Kecil”.

Selain aset, indikator lain yang digunakan dalam UU tersebut adalah hasil penjualan tahunan. Dalam ketentuan tersebut dijelaskan bahwa usaha mikro memiliki omzet maksimal Rp300 juta per tahun, usaha kecil memiliki omzet lebih dari Rp300 juta sampai dengan Rp2,5 miliar per tahun, sedangkan usaha menengah memiliki omzet lebih dari Rp2,5 miliar sampai dengan Rp50 miliar per tahun. Berdasarkan data penelitian, omzet usaha Rendang Ikan Pak Ombak sebesar Rp302.400.000 per tahun, yang berarti telah melampaui batas maksimum usaha mikro. Dengan demikian, berdasarkan indikator omzet menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha tersebut juga termasuk dalam kategori “Usaha Kecil”.

Selanjutnya, analisis dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja. Dalam regulasi ini, pendekatan

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

klasifikasi UMKM mengalami perubahan, yaitu tidak lagi menekankan pada kekayaan bersih, melainkan menggunakan indikator modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Ketentuan lebih rinci mengenai klasifikasi tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa usaha mikro memiliki modal usaha paling banyak Rp1 miliar, usaha kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1 miliar sampai dengan Rp5 miliar, sedangkan usaha menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5 miliar sampai dengan Rp10 miliar, dengan catatan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Apabila kondisi usaha Rendang Ikan Pak Ombak yang memiliki aset atau modal usaha sebesar Rp83.910.537 dibandingkan dengan kriteria tersebut, maka nilai tersebut masih berada di bawah batas maksimal usaha mikro yaitu Rp1 miliar. Dengan demikian, berdasarkan klasifikasi dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, usaha Rendang Ikan Pak Ombak masih termasuk dalam kategori “Usaha Mikro”.

Hal yang sama juga terlihat dari indikator omzet, dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa usaha mikro memiliki omzet maksimal Rp2 miliar per tahun, usaha kecil memiliki omzet lebih dari Rp2 miliar sampai dengan Rp15 miliar, sedangkan usaha menengah memiliki omzet lebih dari Rp15 miliar sampai dengan Rp50 miliar per tahun. Dengan omzet sebesar Rp302.400.000 per tahun, usaha Rendang Ikan Pak Ombak masih berada jauh di bawah batas maksimal usaha mikro. Oleh karena itu, berdasarkan ketentuan regulasi terbaru, usaha tersebut masih tergolong “Usaha Mikro”.

Selain menggunakan pendekatan regulasi, analisis peningkatan skala usaha juga dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan statistik yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik. Dalam klasifikasi statistik usaha yang digunakan oleh BPS, ukuran usaha lebih banyak ditentukan berdasarkan jumlah tenaga kerja. Dalam klasifikasi tersebut dijelaskan bahwa usaha mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja antara 1 sampai dengan 4 orang, usaha kecil memiliki tenaga kerja antara 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja antara 20 sampai dengan 99 orang.

Berdasarkan hasil penelitian, usaha Rendang Ikan Pak Ombak memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 2 orang, sehingga menurut klasifikasi Badan Pusat Statistik usaha tersebut termasuk dalam kategori usaha mikro. Hal ini menunjukkan bahwa dari sisi struktur organisasi dan kapasitas tenaga kerja, usaha tersebut masih berada pada skala “Usaha Mikro”.

Berdasarkan keseluruhan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan klasifikasi usaha apabila dilihat dari berbagai dasar pengukuran yang digunakan. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha Rendang Ikan Pak Ombak telah memenuhi kriteria sebagai usaha kecil, karena nilai aset dan omzet telah melampaui batas usaha mikro. Namun apabila dianalisis berdasarkan regulasi terbaru yaitu Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, usaha tersebut masih tergolong usaha mikro, karena nilai modal usaha dan omzet masih berada di bawah batas maksimal yang ditetapkan untuk kategori “Usaha Mikro”.

Sementara itu, berdasarkan klasifikasi statistik Badan Pusat Statistik yang menggunakan indikator jumlah tenaga kerja, usaha Rendang Ikan Pak Ombak juga masih termasuk dalam kategori usaha mikro karena jumlah tenaga kerja yang dimiliki masih berada pada rentang 1 sampai dengan 4 orang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara regulasi terbaru dan pendekatan statistik nasional, usaha Rendang Ikan Pak Ombak masih berada pada kategori usaha mikro, meskipun menurut regulasi lama usaha tersebut telah menunjukkan indikasi peningkatan skala usaha menuju kategori “Usaha Kecil”.

5.3.3. Analisis Proses Scale Up Usaha Usaha Berdasarkan Regulasi dan Statistik

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 16, diketahui bahwa usaha Rendang Ikan Pak Ombak memiliki nilai aset sebesar Rp83.910.537, omzet tahunan sebesar Rp302.400.000, serta jumlah tenaga kerja sebanyak 2 orang. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha tersebut telah mengalami perkembangan dibandingkan dengan kondisi awal usaha yang masih berada pada skala usaha rumah tangga. Peningkatan aset menunjukkan bahwa usaha telah melakukan investasi pada berbagai sarana produksi seperti peralatan memasak, bahan baku, serta perlengkapan usaha lainnya yang mendukung proses produksi rendang ikan.

Dari sisi omzet usaha, nilai penjualan sebesar Rp302.400.000 per tahun menunjukkan bahwa produk rendang ikan yang dihasilkan telah memiliki permintaan pasar yang cukup baik. Peningkatan omzet tersebut menunjukkan bahwa usaha telah mampu memperluas pasar dan meningkatkan volume produksi. Hal ini sejalan dengan konsep pertumbuhan usaha yang menyatakan bahwa

peningkatan pendapatan usaha mencerminkan meningkatnya kemampuan usaha dalam memanfaatkan peluang pasar dan meningkatkan produktivitas usaha.

Apabila dilihat berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, peningkatan aset dan omzet tersebut menunjukkan bahwa usaha Rendang Ikan Pak Ombak telah melewati batas maksimum kategori usaha mikro. Nilai aset yang mencapai Rp83.910.537 berada pada rentang kategori usaha kecil yaitu lebih dari Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta. Demikian pula dengan omzet usaha sebesar Rp302.400.000 yang telah melampaui batas maksimal omzet usaha mikro sebesar Rp300 juta per tahun. Dengan demikian, berdasarkan regulasi tersebut usaha Rendang Ikan Pak Ombak dapat dikategorikan sebagai usaha kecil.

Namun apabila dianalisis berdasarkan regulasi terbaru yaitu Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, klasifikasi usaha mengalami perubahan karena batasan modal usaha dan omzet yang digunakan sebagai dasar klasifikasi dinaikkan secara signifikan. Dalam regulasi tersebut usaha mikro memiliki batas modal usaha maksimal Rp1 miliar dan omzet maksimal Rp2 miliar per tahun. Jika dibandingkan dengan kondisi usaha Rendang Ikan Pak Ombak yang memiliki modal usaha sebesar Rp83.910.537 dan omzet sebesar Rp302.400.000, maka usaha tersebut masih berada dalam kategori usaha mikro menurut regulasi terbaru.

Selain itu, apabila dilihat dari klasifikasi statistik usaha menurut Badan Pusat Statistik, jumlah tenaga kerja juga dapat digunakan sebagai indikator dalam menilai skala usaha. Dalam klasifikasi BPS dijelaskan bahwa usaha mikro memiliki jumlah tenaga kerja antara 1 sampai dengan 4 orang, usaha kecil memiliki jumlah

tenaga kerja antara 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20 sampai dengan 99 orang. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa usaha Rendang Ikan Pak Ombak memiliki tenaga kerja sebanyak 2 orang, sehingga secara statistik usaha tersebut masih tergolong usaha mikro.

Meskipun demikian, peningkatan nilai aset dan omzet usaha menunjukkan bahwa usaha Rendang Ikan Pak Ombak telah mengalami perkembangan ekonomi yang cukup signifikan. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya proses pertumbuhan usaha yang mengarah pada peningkatan kapasitas produksi dan kemampuan usaha dalam menghasilkan pendapatan. Dengan kata lain, usaha tersebut telah menunjukkan indikasi proses scale up, meskipun secara formal menurut regulasi terbaru dan klasifikasi statistik masih berada pada kategori usaha mikro.

Berdasarkan keseluruhan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha Rendang Ikan Pak Ombak telah mengalami perkembangan usaha yang ditandai dengan peningkatan aset dan omzet usaha. Menurut klasifikasi dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 usaha tersebut telah masuk kategori usaha kecil, sedangkan menurut regulasi terbaru yaitu Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 serta klasifikasi statistik Badan Pusat Statistik, usaha tersebut masih berada dalam kategori usaha mikro. Perbedaan klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa usaha Rendang Ikan Pak Ombak sedang berada pada fase transisi pertumbuhan usaha yang mengarah pada proses scale up menuju kategori usaha kecil.

5.3.4. Analisis Proses Scale Up Usaha Berdasarkan Pihak Terkait

Berdasarkan hasil konfirmasi dengan Fungsional Pengawas Koperasi Bidang Promosi pada Dinas Koperasi Kota Pekanbaru, diperoleh informasi bahwa data usaha yang digunakan dalam penelitian ini telah sesuai dengan data pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tercatat pada instansi terkait. Data tersebut mencakup informasi mengenai modal atau aset usaha serta omzet yang dihasilkan oleh pelaku usaha.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa klasifikasi usaha dilakukan dengan mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai UMKM. Berdasarkan hasil penyesuaian antara data modal atau aset serta omzet usaha dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam peraturan tersebut, usaha yang menjadi objek penelitian ini dikategorikan sebagai usaha mikro. Hal ini menunjukkan bahwa skala usaha yang dijalankan masih berada pada tingkat usaha mikro sesuai dengan batasan nilai aset maupun omzet yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Dengan demikian, berdasarkan verifikasi dan penyesuaian data yang dilakukan oleh pihak Dinas Koperasi Kota Pekanbaru, usaha tersebut secara administratif dan klasifikasi resmi masih tercatat sebagai “Usaha Mikro”. Informasi ini menjadi salah satu dasar yang memperkuat analisis dalam penelitian mengenai perkembangan dan proses peningkatan skala usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut.

5.4. Analisis Strategi Scale Up Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi usaha rendang ikan Pak Ombak. Setelah diperoleh faktor internal dan eksternal maka dipilih beberapa faktor yang menjadi kunci.

5.4.1. Analisis Matrik IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Analisis matrik IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha rendang ikan Pak Ombak. Kekuatan dan kelemahan yang dapat berfungsi sebagai masukan dan pertimbangan dalam penerapan strategi pengembangan yang baik. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan bagi usaha rendang ikan Pak Ombak yaitu :

a. Kekuatan

1. Kualitas Produk Rendang Ikan yang Khas

Salah satu kekuatan utama dari usaha Rendang Ikan Pak Ombak adalah kualitas produk yang memiliki cita rasa khas. Rendang ikan yang diproduksi menggunakan bahan baku ikan segar serta rempah-rempah pilihan sehingga menghasilkan rasa yang gurih dan tahan lama. Keunikan cita rasa tersebut menjadi nilai tambah yang mampu menarik minat konsumen dan membedakan produk dari usaha sejenis. Kualitas produk yang baik juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan kualitas produk yang konsisten, usaha ini memiliki potensi untuk memperluas pasar serta meningkatkan skala usaha.

2. Pengalaman Pemilik Usaha

Pemilik usaha Rendang Ikan Pak Ombak telah memiliki pengalaman usaha yang cukup lama dalam mengelola produksi dan pemasaran produk. Pengalaman tersebut memberikan kemampuan bagi pemilik usaha dalam mengelola proses produksi, menjaga kualitas produk, serta memahami kebutuhan pasar. Pengalaman usaha juga membantu dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis seperti perubahan permintaan konsumen maupun fluktuasi harga bahan baku. Dengan pengalaman tersebut, pemilik usaha memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dalam pengembangan usaha.

3. Bahan Baku Mudah di Dapat

Ketersediaan bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam kelangsungan usaha makanan olahan. Usaha Rendang Ikan Pak Ombak memiliki keunggulan karena bahan baku utama berupa ikan relatif mudah diperoleh di daerah setempat. Ketersediaan bahan baku yang cukup memudahkan proses produksi dan membantu menjaga kontinuitas usaha. Selain itu, kemudahan memperoleh bahan baku juga dapat menekan biaya produksi karena tidak memerlukan biaya transportasi yang tinggi. Hal ini memberikan keuntungan bagi usaha dalam menjaga stabilitas produksi.

4. Produk Memiliki Pasar Lokal

Produk rendang ikan yang dihasilkan telah memiliki pasar lokal yang cukup baik. Permintaan dari masyarakat sekitar menunjukkan bahwa produk tersebut telah dikenal oleh konsumen. Adanya pasar lokal yang stabil memberikan jaminan bagi keberlangsungan usaha karena produk yang dihasilkan dapat terserap oleh pasar.

Kondisi ini menjadi modal awal yang penting bagi usaha untuk melakukan pengembangan usaha dan memperluas pemasaran ke wilayah yang lebih luas.

Dalam usaha rendang ikan Pak Ombak terdapat analisis IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) yang didalamnya terdapat kelemahan dalam usahanya yaitu:

b. Kelemahan

1. Modal Usaha Terbatas

Salah satu kendala yang dihadapi oleh usaha Rendang Ikan Pak Ombak adalah keterbatasan modal usaha. Modal yang terbatas menyebabkan kapasitas produksi belum dapat ditingkatkan secara maksimal. Selain itu, keterbatasan modal juga mempengaruhi kemampuan usaha dalam melakukan inovasi produk, pengemasan yang lebih modern, serta pengembangan pemasaran. Kondisi ini menjadi hambatan bagi usaha untuk melakukan ekspansi atau peningkatan skala usaha.

2. Tenaga Kerja Masih Sedikit

Jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh usaha Rendang Ikan Pak Ombak masih relatif sedikit sehingga proses produksi masih dilakukan secara terbatas. Dengan tenaga kerja yang terbatas, kapasitas produksi tidak dapat ditingkatkan secara signifikan. Selain itu, keterbatasan tenaga kerja juga menyebabkan pemilik usaha harus terlibat langsung dalam berbagai aktivitas produksi. Kondisi ini dapat menjadi kendala dalam upaya meningkatkan volume produksi apabila permintaan pasar meningkat.

3. Teknologi Produksi Masih Sederhana

Proses produksi rendang ikan pada usaha ini masih menggunakan peralatan yang sederhana dan sebagian besar dilakukan secara manual. Penggunaan teknologi produksi yang masih sederhana menyebabkan proses produksi membutuhkan waktu yang lebih lama dan kapasitas produksi menjadi terbatas. Selain itu, penggunaan teknologi yang sederhana juga dapat mempengaruhi efisiensi produksi. Oleh karena itu, peningkatan teknologi produksi menjadi salah satu langkah penting dalam upaya meningkatkan skala usaha.

4. Pemasaran

Pemasaran produk rendang ikan Pak Ombak saat ini masih terbatas pada wilayah sekitar dan sebagian besar dilakukan melalui penjualan langsung kepada konsumen. Pola pemasaran yang bersifat konvensional ini menunjukkan bahwa usaha masih mengandalkan metode distribusi yang sederhana dan belum memanfaatkan secara optimal perkembangan teknologi informasi. Pemanfaatan media digital, seperti media sosial maupun platform *marketplace*, masih tergolong rendah, sehingga produk belum memiliki eksposur yang luas di pasar yang lebih besar.

Kondisi tersebut berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar, di mana produk hanya dikenal oleh konsumen di lingkungan sekitar. Akibatnya, potensi peningkatan permintaan dan pertumbuhan penjualan belum dapat dimaksimalkan secara optimal. Selain itu, keterbatasan dalam strategi pemasaran juga dapat menghambat daya saing produk, terutama di tengah persaingan usaha sejenis yang

semakin meningkat dan telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasarannya.

Apabila pelaku usaha mampu memperluas pemasaran melalui pemanfaatan media digital secara lebih intensif dan terencana, maka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas akan semakin terbuka. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, serta platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan visibilitas produk. Selain itu, pengembangan jaringan distribusi, baik melalui kerja sama dengan reseller, agen, maupun mitra usaha lainnya, juga dapat mendukung perluasan pasar.

Hasil identifikasi faktor-faktor strategi dan penilaian bobot serta peningkatan evaluasi faktor internal dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 17. IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) Usaha Rendang Ikan Pak Ombak Tahun 2025

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan			
1.	Kualitas produk rendang ikan yang khas	0,15	4	0,60
2.	Pengalaman pemilik usaha	0,10	3	0,30
3.	Bahan baku mudah di peroleh	0,12	3	0,36
4.	Produk memiliki pasar lokal	0,13	3	0,39
	Subtotal	0,50		1,65
	Kelemahan			
1.	Modal usaha terbatas	0,15	2	0,30
2.	Tenaga kerja masih sedikit	0,12	2	0,24
3.	Teknologi produksi masih sederhana	0,13	2	0,26
4.	Pemasaran masih terbatas	0,10	2	0,20
	Subtotal	0,50		1,00
	Total	1,00		2,65
	Selisih			0,65

Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa skor pada faktor kekuatan sebesar 1,65 dan skor pada kelemahan sebesar 1,00. Rata-rata rating untuk faktor kekuatan adalah 3 dan satu faktor memiliki rating 4. Sedangkan faktor kelemahan juga memiliki rata-rata rating 2 untuk setiap faktor. Total nilai tertimbang dari faktor kekuatan dan kelemahan adalah sebesar 2,65. Hal ini berarti bahwa usaha rendang ikan pak ombak memiliki kekuatan yang lebih besar di bandingkan dengan kelemahannya dengan selisih 0,65 artinya usaha rendang ikan pak ombak memiliki kekuatan secara internal yang cukup untuk dikembangkan.

5.4.2. Analisis Matrik EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Beberapa faktor yang bersifat *eksternal*, yaitu faktor-faktor yang secara umum berasal dari luar yang tidak di kuasai dan tidak dapat dikendalikan oleh pelaku yang secara internal terlibat langsung dalam berjalannya usaha maupun keadaan yang dimiliki oleh usaha rendang ikan pak ombak sebagian bersifat positif dan memberikan peluang, yaitu:

a. Peluang

1. Permintaan Pasar Terhadap Makanan Olahan

Permintaan masyarakat terhadap makanan olahan saat ini terus meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan makanan praktis dan siap konsumsi. Rendang ikan sebagai salah satu produk makanan olahan memiliki potensi pasar yang cukup besar. Kondisi ini memberikan peluang bagi usaha Rendang Ikan Pak Ombak untuk meningkatkan produksi dan memperluas pemasaran produk.

2. Dukungan Program Pemerintah Bagi UMKM

Pemerintah Indonesia saat ini memberikan berbagai program dukungan bagi pengembangan UMKM, seperti bantuan modal usaha, pelatihan kewirausahaan, serta program pendampingan usaha. Dukungan tersebut dapat dimanfaatkan oleh usaha Rendang Ikan Pak Ombak untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki manajemen usaha, serta memperluas jaringan pemasaran. Program pemerintah ini menjadi peluang penting dalam mendorong peningkatan skala usaha.

3. Perkembangan Pemasaran Digital

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk secara lebih luas melalui platform digital. Media sosial dan marketplace dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan penjualan produk tanpa harus memiliki toko fisik. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, usaha Rendang Ikan Pak Ombak dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan.

4. Potensi Pasar Luar Daerah

Selain pasar lokal, produk rendang ikan juga memiliki potensi untuk dipasarkan ke daerah lain. Produk makanan khas daerah sering kali memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen dari luar daerah. Apabila didukung dengan pengemasan yang baik dan strategi pemasaran yang tepat, usaha Rendang Ikan Pak Ombak memiliki peluang untuk memperluas pasar hingga ke tingkat regional bahkan nasional.

b. Ancaman

1. Persaingan Usaha Sejenis

Salah satu ancaman yang dihadapi oleh usaha Rendang Ikan Pak Ombak adalah adanya persaingan dengan usaha makanan olahan lainnya yang menawarkan produk serupa. Persaingan tersebut dapat mempengaruhi tingkat penjualan apabila usaha tidak mampu mempertahankan kualitas produk dan melakukan inovasi. Oleh karena itu, penting bagi usaha untuk terus menjaga kualitas dan meningkatkan daya saing produk.

2. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Harga bahan baku seperti ikan dan bumbu dapat mengalami perubahan sewaktu-waktu akibat faktor musim, ketersediaan pasokan, maupun kondisi pasar. Fluktuasi harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya produksi dan keuntungan usaha. Apabila harga bahan baku meningkat secara signifikan, maka biaya produksi juga akan meningkat sehingga dapat mengurangi keuntungan usaha.

3. Perubahan Selera Konsumen

Selera konsumen terhadap produk makanan dapat berubah seiring dengan perkembangan tren kuliner. Perubahan selera tersebut dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk rendang ikan. Apabila usaha tidak mampu menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, maka tingkat penjualan dapat mengalami penurunan. Oleh karena itu, inovasi produk menjadi salah satu strategi penting untuk menghadapi perubahan selera konsumen.

4. Kemajuan teknologi

Perkembangan teknologi yang pesat menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut. Namun, saat ini Rendang Ikan Pak Ombak belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan operasional dan pemasaran. Misalnya, proses promosi masih mengandalkan cara konvensional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Akibatnya, jangkauan pasar menjadi terbatas dan sulit bersaing dengan produk sejenis yang sudah aktif menggunakan platform digital seperti marketplace dan media sosial.

Hasil identifikasi faktor-faktor strategi dan penilaian bobot serta peningkatan evaluasi faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 18. EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary) Usaha Rendang Ikan Pak Ombak Tahun 2025

No	Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
1.	Permintaan pasar terhadap makanan olahan	0,18	4	0,64
2.	Dukungan program pemerintah bagi UMKM	0,15	3	0,36
3.	Perkembangan pemasaran digital	0,14	3	0,33
4.	Potensi pasar luar daerah	0,13	3	0,18
	Subtotal	0,60		1,98
	Ancaman			
1.	Persaingan usaha sejenis	0,13	2	0,26
2.	Fluktuasi harga bahan baku	0,09	2	0,18
3.	Perubahan selera konsumen	0,09	2	0,18
4.	Kemajuan teknologi	0,09	2	0,18
	Subtotal	0,40		0,80
	Total	1,00		2,78
	Selisih			1,18

Berdasarkan Tabel 18 dapat dilihat bahwa skor pada faktor peluang sebesar 1,98 dan skor pada ancaman sebesar 0,80. Rata-rata rating untuk faktor

peluang adalah 3, satu faktor memiliki rating 4. Sedangkan faktor ancaman juga memiliki rata-rata rating adalah 2. Total nilai tertimbang dari faktor peluang dan ancaman adalah sebesar 2,78. Hal ini berarti bahwa usaha rendang ikan pak ombak memiliki peluang yang lebih besar di bandingkan dengan ancamannya dengan selisih 1,18 artinya usaha rendang ikan pak ombak memiliki respon yang cukup besar untuk memanfaatkan peluang yang ada dan meminimalkan faktor ancaman.

5.4.3. Analisis SWOT

Perumusan strategi dengan matriks SWOT dibuat berdasarkan analisis matrik IFAS dan EFAS dengan cara mencocokkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dengan faktor-faktor peluang dan ancaman. Tujuan dari pembuatan matrik SWOT adalah mengumpulkan sebanyak mungkin alternatif-alternatif strategi yang mungkin digunakan untuk mengembangkan empat jenis strategi SO (kekuatan-peluang), WO (Kelemahan-peluang), ST (kekuatan-ancaman), WT (kelemahan-ancaman).

A. Strategi kekuatan-peluang (S-O)

1. Memanfaatkan kualitas dan cita rasa khas rendang ikan untuk memperluas pemasaran melalui media digital dan jaringan distribusi yang lebih luas.

Kualitas produk rendang ikan yang memiliki cita rasa khas dan konsisten merupakan salah satu kekuatan utama usaha Rendang Ikan Pak Ombak. Kondisi ini dapat dimanfaatkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan media digital seperti media sosial dan marketplace. Dengan memanfaatkan peluang meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM,

usaha ini dapat meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah.

2. Menggunakan ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh untuk meningkatkan volume produksi guna memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

Ketersediaan bahan baku ikan yang relatif mudah diperoleh di daerah setempat menjadi faktor pendukung bagi keberlangsungan produksi usaha. Kondisi ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kapasitas produksi agar mampu memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Dengan meningkatkan volume produksi, usaha Rendang Ikan Pak Ombak berpotensi meningkatkan omzet usaha serta mempercepat proses peningkatan skala usaha.

B. Strategi kelemahan-peluang (W-O)

1. Memanfaatkan program pembinaan dan bantuan pemerintah bagi UMKM untuk menambah modal usaha dan meningkatkan kapasitas produksi.

Salah satu kelemahan yang dihadapi usaha Rendang Ikan Pak Ombak adalah keterbatasan modal usaha. Namun demikian, saat ini terdapat berbagai program dukungan dari pemerintah yang ditujukan untuk pengembangan UMKM, seperti bantuan permodalan, pelatihan kewirausahaan, dan program pembinaan usaha. Dengan memanfaatkan peluang tersebut, pelaku usaha dapat meningkatkan modal usaha sehingga kapasitas produksi dan pengembangan usaha dapat ditingkatkan secara bertahap.

2. Mengembangkan sistem pemasaran berbasis digital untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bersifat lokal.

Pemasaran produk Rendang Ikan Pak Ombak masih terbatas pada wilayah sekitar sehingga jangkauan pasar belum optimal. Oleh karena itu, peluang perkembangan teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran produk. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya dapat membantu usaha menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan penjualan produk

C. Strategi kekuatan-ancaman (S-T)

1. Menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk rendang ikan agar mampu bersaing dengan produk olahan sejenis di pasar.

Persaingan usaha dalam industri makanan olahan semakin meningkat seiring dengan berkembangnya jumlah pelaku usaha. Oleh karena itu, usaha Rendang Ikan Pak Ombak perlu mempertahankan kualitas produk serta konsistensi cita rasa rendang ikan yang menjadi ciri khas usaha tersebut. Dengan menjaga kualitas produk secara konsisten, usaha ini dapat mempertahankan loyalitas konsumen serta meningkatkan daya saing di pasar.

2. Memanfaatkan pengalaman usaha yang dimiliki untuk melakukan inovasi produk sehingga tetap diminati konsumen di tengah persaingan usaha.

Pengalaman usaha yang telah dimiliki oleh pelaku usaha menjadi salah satu kekuatan dalam menghadapi dinamika persaingan pasar. Berdasarkan pengalaman tersebut, pelaku usaha dapat melakukan inovasi produk, baik dari segi variasi rasa, kemasan, maupun ukuran produk. Inovasi tersebut dapat meningkatkan daya tarik

produk sehingga tetap diminati oleh konsumen meskipun terdapat banyak produk pesaing di pasar.

D. Strategi kelemahan-ancaman (W-T)

1. Meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan biaya produksi untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku.

Fluktuasi harga bahan baku merupakan salah satu ancaman yang dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha. Untuk mengatasi hal tersebut, pelaku usaha perlu melakukan pengelolaan keuangan dan penggunaan modal secara lebih efisien. Efisiensi biaya produksi dapat membantu menjaga stabilitas usaha meskipun terjadi perubahan harga bahan baku di pasar.

2. Menambah tenaga kerja secara bertahap serta meningkatkan keterampilan produksi guna meningkatkan kapasitas usaha dan menghadapi persaingan pasar.

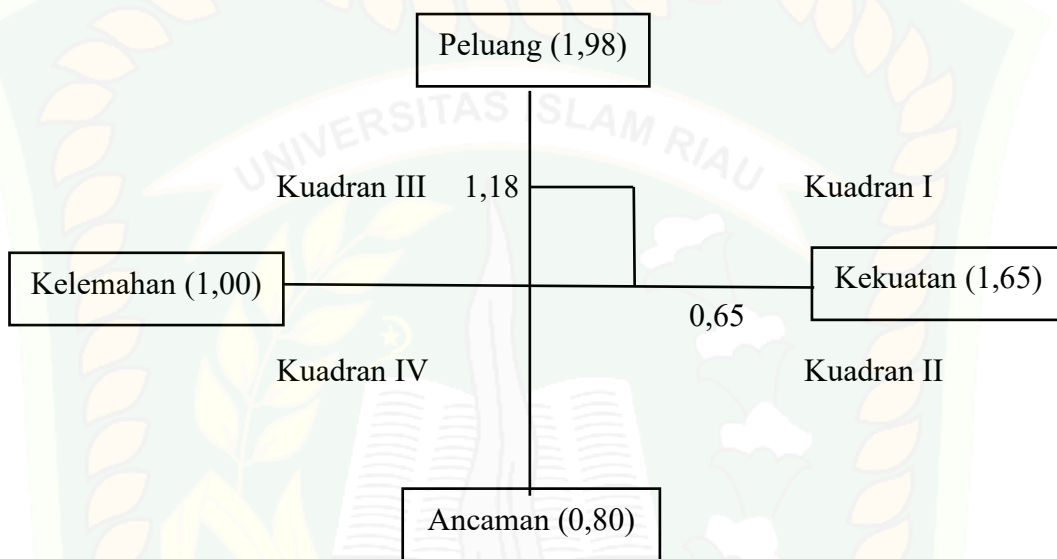
Keterbatasan jumlah tenaga kerja menjadi salah satu kendala dalam meningkatkan kapasitas produksi usaha Rendang Ikan Pak Ombak. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mempertimbangkan penambahan tenaga kerja secara bertahap sesuai dengan perkembangan usaha. Selain itu, peningkatan keterampilan tenaga kerja juga diperlukan agar proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien sehingga usaha dapat berkembang dan bersaing di pasar.

Tabel 19. Matriks SWOT Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

IFAS EFAS	Strengths (S) 1. Kualitas produk rendang ikan yang khas 2. Pengalaman pemilik usaha 3. Bahan baku mudah diperoleh 4. Produk memiliki pasar lokal	Weaknesses (W) 1. Modal Usaha Terbatas 2. Tenaga kerja masih sedikit 3. Teknologi produksi masih sederhana 4. Pemasaran masih terbatas
Oportunies (O) 1. Permintaan pasar terhadap makanan olahan 2. Dukungan program pemerintah bagi UMKM 3. Perkembangan pemasaran digital 4. Potensi pasar luar daerah	Strategi SO 1. Memanfaatkan kualitas dan cita rasa khas rendang ikan untuk memperluas pemasaran melalui media digital dan jaringan distribusi yang lebih luas. (S1,S4,O3,O4) 2. Menggunakan ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh untuk meningkatkan volume produksi guna memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. (S3, O4)	Strategi WO 1. Memanfaatkan program pembinaan dan bantuan pemerintah bagi UMKM untuk menambah modal usaha dan meningkatkan kapasitas produksi. (W1,O2) 2. Mengembangkan sistem pemasaran berbasis digital untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bersifat lokal. (W3,W4,O3,O4)
Treaths (T) 1. Persaingan usaha sejenis 2. Fluktuasi harga bahan baku 3. Perubahan selera konsumen 4. Kemajuan teknologi	Strategi ST 1. Menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk rendang ikan agar mampu bersaing dengan produk olahan sejenis di pasar. (S1,T1,) 2. Memanfaatkan pengalaman usaha yang dimiliki untuk melakukan inovasi produk sehingga tetap diminati konsumen di tengah persaingan usaha. (S2, T1,T3)	Strategi WT 1. Meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan biaya produksi untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku. (W1,T2) 2. Menambah tenaga kerja secara bertahap serta meningkatkan keterampilan produksi guna meningkatkan kapasitas usaha dan menghadapi persaingan pasar. (W2, T4)

5.4.4. Kuadran Analisis SWOT

Dari hasil pembobotan analisis faktor internal dan eksternal diatas, maka scale up usaha rendang ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Provinsi Riau dapat diplotkan dalam gambar diagram berikut :



Gambar 4. Hasil Kuadran Analisis SWOT

Dari perpotongan keempat garis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, maka diperoleh koordinat analisis SWOT yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategi pembangunan usaha rendang ikan Pak Ombak. Hasil perpotongan keempat garis diperoleh koordinat (0,65 : 1,18) yang mana koordinat tersebut pada kuadran I yakni Strategi SO (*Stranght* dan *Opportunities*). Startegi ini menunjukkan bahwa usaha rendang ikan pak ombak sangat menguntungkan.

Data diatas antara faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT mendapatkan nilai faktor internal dengan kekuatan 1,65 hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Nilai kelemahan yang

dimiliki usaha yaitu 1,00. Nilai tersebut harus diminimalisasi dengan cara memperkuat sistem usaha yang mampu mengurangi resiko dalam pengembangan usaha rendang ikan Pak Ombak.

Faktor peluang pada usaha rendang ikan adalah 1,98 merupakan kondisi menguntungkan bagi usaha yang didukung faktor internal sebesar 1,65. Pada faktor ancaman memiliki nilai sebesar 0,80, hal ini menunjukkan bahwa scale up usaha rendang ikan memiliki resiko. Konsekuensi dari kondisi ini adalah faktor kekuatan dan peluang merupakan variabel yang memberikan keuntungan bagi scale up usaha rendang ikan, jika faktor kelemahan dan ancaman dapat diminimalkan dengan memanfaatkan nilai kekuatan.

5.5.5. Matriks QSPM (*Quantitative Strategi Planning*)

Dari hasil analisi matriks SWOT pada strategi scale up usaha rendang ikan Pak Ombak menghasilkan 8 alternatif strategi yang akan dijalankan oleh pengusaha. QSPM akan menentukan daya tarik relative dari berbagai strategi berdasarkan seberapa jauh faktor strategi internal dan eksternal dimanfaatkan. QSPM memperlihatkan kemenarikan dengan membuat Skor Menarik (AS). Strategi yang dimiliki tingkat kemenarikan tertinggi menunjukkan strategi yang diprioritaskan. Tingkat kemenarikan ditentukan oleh *Total Attractive Score* (TAS). Berdasarkan strategi yang menggunakan QSPM pada Tabel 19, maka urutan prioritas strategi yang disarankan usaha rendang ikan pak ombak dapat dilihat pada Tabel 20 berikut:

Tabel 20. Hasil Analisis QSPM

No	Prioritas Strategi	TAS	Peringkat
1.	Memanfaatkan kualitas dan cita rasa khas rendang ikan untuk memperluas pemasaran melalui media digital dan jaringan distribusi yang lebih luas	6,120	IV
2.	Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku ikan yang relatif mudah diperoleh	5,950	VI
3.	Memanfaatkan program bantuan dan pembinaan pemerintah untuk meningkatkan modal usaha dan kapasitas produksi	5,610	VII
4.	Mengembangkan pemasaran digital untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bersifat lokal	6,440	I
5.	Menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk agar mampu bersaing dengan produk olahan sejenis	6,140	III
6.	Melakukan inovasi produk dan kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk	6,250	II
7.	Meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan biaya produksi untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan baku	5,110	VIII
8.	Menambah tenaga kerja secara bertahap dan meningkatkan keterampilan tenaga kerja	6,000	V

Berdasarkan Tabel 20 dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Mengembangkan pemasaran digital untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bersifat lokal (TAS :6,440)

Strategi ini menjadi prioritas utama karena selama ini pemasaran produk rendang ikan Pak Ombak masih dilakukan secara konvensional dan terbatas pada wilayah sekitar. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar relatif sempit dan potensi peningkatan penjualan belum dimanfaatkan secara optimal. Pengembangan pemasaran digital dapat dilakukan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan marketplace. Melalui pemanfaatan teknologi digital,

produk rendang ikan Pak Ombak dapat dipromosikan kepada konsumen yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga regional bahkan nasional. Selain itu, pemasaran digital juga dapat meningkatkan visibilitas produk, memperkuat citra merek, serta mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk.

Dengan strategi ini, usaha rendang ikan Pak Ombak memiliki peluang untuk meningkatkan volume penjualan secara signifikan sehingga dapat mendorong peningkatan omzet usaha. Peningkatan omzet tersebut merupakan salah satu indikator penting dalam proses scale up usaha, karena menunjukkan adanya pertumbuhan permintaan pasar terhadap produk yang dihasilkan.

2. Melakukan Inovasi Produk dan Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Tarik Produk (TAS : 6,250)

Inovasi produk menjadi sangat penting dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat di sektor industri makanan olahan. Inovasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti pengembangan variasi rasa, peningkatan kualitas bahan baku, serta pengembangan bentuk kemasan yang lebih menarik dan praktis. Kemasan yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi yang dapat meningkatkan nilai jual produk.

Selain itu, kemasan yang baik juga dapat meningkatkan daya tahan produk sehingga memungkinkan produk untuk dipasarkan ke wilayah yang lebih luas. Dengan demikian, inovasi produk dan kemasan dapat meningkatkan nilai tambah produk rendang ikan serta memperkuat daya saing usaha di pasar. Dalam jangka panjang, strategi inovasi ini juga dapat membantu usaha dalam membangun

identitas produk yang kuat sehingga produk rendang ikan Pak Ombak memiliki keunggulan yang membedakannya dari produk sejenis yang ada di pasar.

3. Menjaga Kualitas dan Konsistensi Rasa Produk Agar Mampu Bersaing Dengan Produk Olahan Sejenis (TAS : 6,140)

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha makanan olahan dalam mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru. Konsistensi rasa menjadi sangat penting karena konsumen cenderung memiliki ekspektasi terhadap cita rasa produk yang mereka konsumsi. Apabila kualitas dan rasa produk tidak konsisten, maka kepercayaan konsumen dapat menurun dan berdampak pada penurunan penjualan.

Oleh karena itu, usaha rendang ikan Pak Ombak perlu mempertahankan standar kualitas bahan baku, proses produksi, serta teknik pengolahan yang digunakan. Selain itu, pengawasan terhadap proses produksi juga perlu dilakukan secara konsisten untuk memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang sama. Dengan menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk, usaha rendang ikan Pak Ombak dapat meningkatkan loyalitas konsumen serta memperkuat reputasi produk di pasar.

4. Memanfaatkan kualitas dan cita rasa khas rendang ikan untuk memperluas pemasaran melalui media digital dan jaringan distribusi yang lebih luas (TAS : 6,120)

Rendang ikan Pak Ombak memiliki karakteristik rasa yang khas yang dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan produk olahan sejenis. Keunggulan ini dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik utama dalam strategi pemasaran. Melalui

promosi yang menonjolkan keunikan rasa dan kualitas produk, usaha dapat meningkatkan minat konsumen untuk mencoba produk tersebut.

Selain melalui pemasaran digital, perluasan pemasaran juga dapat dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan toko oleh-oleh, pusat kuliner, maupun distributor produk makanan olahan. Dengan memperluas jaringan distribusi, produk rendang ikan Pak Ombak dapat menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga potensi peningkatan penjualan menjadi lebih besar.

5. Menambah tenaga kerja secara bertahap dan meningkatkan keterampilan tenaga kerja (TAS : 6,000)

Penambahan tenaga kerja diperlukan untuk mendukung peningkatan kapasitas produksi seiring dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk rendang ikan. Selain penambahan tenaga kerja, peningkatan keterampilan juga menjadi hal yang penting. Tenaga kerja yang terampil akan mampu meningkatkan efisiensi produksi serta menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Pelatihan keterampilan dapat dilakukan melalui program pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga terkait yang mendukung pengembangan UMKM. Dengan tenaga kerja yang lebih terampil dan produktif, usaha rendang ikan Pak Ombak dapat meningkatkan kapasitas produksi sekaligus menjaga kualitas produk.

6. Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku ikan yang relatif mudah diperoleh (TAS : 5,950)

Ketersediaan bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung kelangsungan produksi suatu usaha. Apabila bahan baku tersedia secara cukup dan berkelanjutan, maka usaha memiliki peluang untuk meningkatkan

volume produksi tanpa mengalami kendala dalam proses pengadaan bahan baku. Hal ini memberikan keuntungan bagi usaha rendang ikan Pak Ombak karena bahan baku ikan relatif mudah diperoleh di daerah sekitar. Dengan memanfaatkan kondisi tersebut, usaha dapat meningkatkan kapasitas produksi secara bertahap untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

7. Memanfaatkan program bantuan dan pembinaan pemerintah untuk meningkatkan modal usaha dan kapasitas produksi (TAS : 5,610)

Pemerintah memiliki berbagai program yang bertujuan untuk mendukung pengembangan UMKM, seperti bantuan permodalan, pelatihan kewirausahaan, serta pendampingan usaha. Program-program tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha rendang ikan Pak Ombak untuk meningkatkan kapasitas usaha, baik dari segi modal, keterampilan, maupun manajemen usaha. Dengan adanya dukungan dari pemerintah, usaha memiliki peluang untuk berkembang lebih cepat dan meningkatkan daya saingnya di pasar.

8. Meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan biaya produksi untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan baku (TAS : 5,110)

Strategi ini bertujuan untuk menjaga stabilitas usaha dalam menghadapi potensi kenaikan harga bahan baku maupun biaya produksi lainnya. Efisiensi dapat dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan bahan baku, mengurangi pemborosan dalam proses produksi, serta mengelola keuangan usaha secara lebih efektif. Dengan pengelolaan biaya yang baik, usaha dapat mempertahankan keuntungan meskipun terjadi kenaikan harga bahan baku. Meskipun berada pada

peringkat terakhir, strategi ini tetap penting untuk menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil analisis QSPM, strategi yang paling prioritas untuk mendukung scale up usaha Rendang Ikan Pak Ombak adalah pengembangan pemasaran digital, diikuti oleh inovasi produk dan kemasan, serta menjaga kualitas produk. Strategi-strategi tersebut dapat menjadi langkah utama dalam meningkatkan daya saing usaha, memperluas pasar, serta meningkatkan kapasitas produksi sehingga usaha dapat berkembang menuju skala usaha yang lebih besar.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik pengusaha dan tenaga kerja termasuk dalam usia produktif. Pengusaha menempuh pendidikan selama 15 tahun dan rata-rata tenaga kerja selama 12 tahun. Rata-rata pengusaha dan tenaga kerja mempunyai pengalaman usaha selama 8 tahun. Pengusaha memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3 jiwa. Usaha Pak Ombak merupakan industri skala mikro yang menggunakan modal sendiri dan dari Yayasan Baitul Maal BRI serta RISTEKDIKTI.
2. Biaya per proses produksi rendang ikan teri Rp. 1.517.287,94 dengan produksi yang dihasilkan 7 kg rendang ikan teri. Pendapatan kotor per proses produksi rendang ikan teri senilai Rp. 2.250.000,00. pendapatan bersih per proses produksi rendang ikan teri senilai Rp. 582.712,06. Efisiensi usaha (RCR) rendang ikan teri yaitu 1,38.
3. Berdasarkan hasil analisis proses *scale up* usaha rendang ikan pak ombak, dapat disimpulkan bahwa usaha ini menunjukkan adanya perkembangan usaha menuju peningkatan skala usaha. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 usaha ini telah berada pada skala usaha kecil berdasarkan indikator aset dan omzet. Namun demikian, jika dilihat dari jumlah tenaga kerja, usaha ini masih mempekerjakan 2 orang tenaga kerja, yang menurut klasifikasi Badan Pusat Statistik (BPS) masih termasuk dalam kategori “Usaha Mikro”. Oleh karena

itu dapat disimpulkan bahwa proses scale up usaha rendang ikan pak ombak telah terjadi secara parsial, yaitu meningkat pada aspek aset dan omzet namun belum sepenuhnya pada aspek tenaga kerja.

4. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan QSPM mengidentifikasi strategi utama untuk melakukan *scale up* usaha, strategi dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi adalah “Mengembangkan pemasaran digital untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bersifat lokal” dengan nilai TAS sebesar 6,440. Strategi ini dinilai paling efektif karena mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan promosi produk, serta membuka peluang peningkatan volume penjualan. Strategi prioritas berikutnya adalah melakukan inovasi produk dan kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk, serta menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk agar mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut secara bertahap, diharapkan usaha Rendang Ikan Pak Ombak dapat meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mendorong peningkatan skala usaha secara berkelanjutan.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pengusaha dan tenaga kerja rendang ikan pak ombak disarankan untuk terus meningkatkan kapasitas dan keterampilan sumber daya manusia, baik pengusaha maupun tenaga kerja, melalui pelatihan manajemen usaha, produksi, dan pemasaran digital. Mengingat pengusaha dan tenaga kerja berada

pada usia produktif serta memiliki pengalaman usaha yang cukup lama, peningkatan kompetensi diharapkan mampu mendukung proses scale up usaha secara lebih optimal dan berkelanjutan. Selain itu, pengusaha perlu mengelola pembiayaan usaha secara lebih terencana agar penggunaan modal, baik modal sendiri maupun dari lembaga pendukung, dapat dimanfaatkan secara efektif.

2. Pengelolaan Biaya dan Efisiensi Usaha, pengusaha disarankan untuk melakukan pengendalian biaya produksi secara lebih ketat serta meningkatkan skala produksi secara bertahap guna memperoleh efisiensi yang lebih tinggi. Dengan nilai efisiensi usaha (RCR) sebesar 1,38 yang menunjukkan usaha telah menguntungkan, peningkatan volume produksi dan perbaikan manajemen biaya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bersih usaha di masa mendatang.
3. Berdasarkan hasil analisis proses *scale up* usaha, pelaku usaha disarankan untuk melakukan peningkatan kapasitas produksi secara lebih terencana dan bertahap, khususnya melalui penambahan tenaga kerja. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja yang masih terbatas berpotensi menghambat kelancaran proses produksi, terutama apabila terjadi peningkatan permintaan pasar. Oleh karena itu, penambahan tenaga kerja menjadi langkah strategis yang perlu dilakukan agar proses produksi dapat berjalan lebih efisien, terorganisir, dan mampu memenuhi kebutuhan pasar secara optimal. Selain penambahan tenaga kerja, pelaku usaha juga perlu meningkatkan keterampilan dan produktivitas tenaga kerja yang ada melalui pembagian kerja yang lebih jelas serta penerapan sistem kerja yang lebih efektif. Dengan demikian,

kapasitas produksi tidak hanya meningkat dari sisi kuantitas, tetapi juga dari sisi kualitas hasil produksi

4. Strategi pemasaran dan pengembangan usaha, berdasarkan hasil analisis SWOT dan QSPM, pelaku usaha disarankan untuk mulai memanfaatkan berbagai media digital seperti media sosial dan platform pemasaran online sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Selain itu, strategi penting lainnya yang perlu dilakukan adalah melakukan inovasi produk dan kemasan, menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk, serta meningkatkan kapasitas produksi agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan. Pelaku usaha juga disarankan untuk meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan biaya produksi agar usaha tetap mampu bertahan dalam menghadapi perubahan kondisi pasar dan kenaikan harga bahan baku. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut secara bertahap dan berkelanjutan, diharapkan usaha Rendang Ikan Pak Ombak dapat meningkatkan daya saing produk, memperluas pangsa pasar, serta mendorong peningkatan skala usaha menuju kategori usaha kecil secara lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, dan Imam Hardjanto. 2015. Pengantar Bisnis, Edisi Pertama, Graha. Ilmu. Yogyakarta.
- Andra, F. 2019. Daftar TKPI & Kandungan Makanan. Retrieved 19 April 2022.
- Arikunto, S. 2015. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. 2023. Statistik Sektorial Kota Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. Statistik Industri Mikro dan Kecil (IMK).
- Badan Standar Nasional Indonesia. 2009. Standar Mutu Rendang. BPS, Jakarta.
- Baroto, T. & Purbohandiningrat, C 2015. Analisi Strategi Pengembangan Bisnis PPOB KIPO Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. Universitas Muhammadiyah Malang.
- CNN Travel. 2017. "World's 50 Best Foods." Retrieved from www.cnn.com
- David L. Birch. . *Job creation in America: How our smallest companies put the most people to work*. New York: Free Press.
- David, F. R., & David, F. R. 2017. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education.
- De Bruin, G. H. P., Russel, B. C., and Bogusch, A. 2015. *The Marine Fishery Resources of Sri Lanka. FAO Species Identification Field Guide for Fishery Purpose. Roma*.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru. 2023. Laporan Pengembangan UMKM Kota Pekanbaru.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Riau. 2022. Laporan Pengembangan Industri Kuliner di Pekanbaru. Pekanbaru: Disperindag Riau.
- Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Pekanbaru. 2025. Laporan kegiatan penanaman padi gogo di Kelurahan Sialang Munggu.
- Dwinaga, Nur Ilmi. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pekerja pada Rumah Tangga Miskin di Kota Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.

- Edith Penrose. 2015. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Basil Blackwell.
- Fadhilah, N., & Rochdiani, V. 2021. Analisis Biaya Produksi dan Penetapan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing pada UMKM Kue Lapis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12, 1, 8–17.
- Gregory N. Mankiw. 2018. *Principles of economics* (8th ed.). Boston: Cengage Learning.
- GÜREL, E., & TAT, M. 2017. SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994-1006
- Hasibuan, I. N. 2024. Peningkatan Skala Laboratorium (Scale Up) Produksi Food Supplement dari Ikan Gabus (*Channa Striata*) dalam Bentuk Dispersi. Universitas Hasanudin Makasar.
- Hutomo, M. Djamali. Martosewojo. 2015. Potensi sumberdaya Ikan Teri di Indonesia. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. 2023. *Exploring Strategy: Text and Cases* (13th ed.). Pearson Education.
- Kasmir & Jakfar. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kementerian Investasi/BKPM. 2022. Panduan OSS RBA (*Risk-Based Approach*).
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2022. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. 2022. *Petunjuk Teknis Perizinan Usaha Mikro dan Kecil*.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 2020. *Panduan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Naik Kelas*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler. 2015. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Prantice Hall
- Media Center Riau. 2024. *Pemberdayaan kelompok tani dan masyarakat Kelurahan Sialang Munggu*.
- Michael P. Todaro., & Stephen C. Smith. 2015. *Economic development* (12th ed.). Boston: Pearson Education.

- Michael. 2020. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Edisi Ketujuh Jilid I, Erlangga. Jakarta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Muharam, 2023. *Proses Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Scale Up Usaha Di Yayasan Rumah Pemberdayaan Masyarakat Pamulang Tangerang Selatan, Banten*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mulyono, R. D. A. P., Rosa, D. V., Karimah, M. N. U., & Soeprapto, D. E. 2023, August. *Scale Up Strategi Bisnis Bumdes Sidomulyo Bahagia Kecamatan Silo Jember Melalui Pendampingan Usaha Dengan Pendekatan Business Canvas Model*. In *Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian Vol. 5*, pp. 1515-1521.
- OECD. 2021. *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. OECD Publishing, Paris.
- P2K Stekom. 2023. *Profil Kelurahan Sialang Munggu, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru*
- Pemerintah Indonesia. 2021. *Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko*.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 2021. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Priyono, J dan Yasin, M. 2016. Analisis Faktor Usia, Gaji dan Beban Tanggungan terhadap Produksi Home Industri Sepatu di Sidoarjo (Studi Kasus di Kecamatan Krian). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 1 (1): 95-120.
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. 2014. Menggunakan Analisis Swot dan Metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang *Plan of Restaurant Development Strategy Using Swot Analysis and Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix Methods)* Case. *Jurnal Industria*, 3(2), 93–106.
- Qanita, A. 2019. Analisis Layanan Belanja “Kriing” Pasar Tradisional Anom Baru Sumenep Di Tengah Pandemi Covid 19 Dengan Metode Swot Dan Qspm. 1(2), 160–174.

- Rangkuti, dan Freddy. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedakan Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2016. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2016. Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisi SWOT. PT Gramedia. Jakarta.
- Riyanto, B. 2014. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. BPFE, Yogyakarta.
- Robbins, S. P. dan Coulter, M. 2016. *Management*. Edisi ke-13. Pearson Education.
- Rodjak, A. 2006. Manajemen Usaha Tani. Pustaka Gratuna Rustiadi, Bandung.
- Sari, D. P., dan Wijaya, H. 2018. Pengaruh Jumlah Tanggungan Keluarga terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. 15(2), 124-135.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. 2016. *Entrepreneurship and Effective Small Business Management* (11th ed.). Pearson Education.
- Soekartawi. 2011. Analisis Usahatani. UI Press, Jakarta.
- Stephen P. Robbins, & Mary Coulter. 2016. *Management* (13th ed.). Pearson.
- Suci, P., Dewi, S. H., Hadi, S., Erni., Yudia., Ayat, S., Kamin, S., Irma., dan Atat, S. N. 2015. Kewirausahaan. Pusat Kurikulum dan Pembukuan Balitbag. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sundus, 2022. Nalisis Usaha Agroindustri Rendang Ikan Pak Ombak Di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susilo, H. 2020. Analisis Hubungan Antara Pendidikan dan Produktivitas Tenaga Kerja di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. 25(3), 213-230. Swadaya, Jakarta
- Swastha, B. 2015. Pengantar Bisnis Modern. Edisi Ketiga. Liberty, Yogyakarta.
- Syamita, A., Fauziah, N., & Rahmawati, D. 2021. Analisis faktor - faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi

menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurnal Sistem Informasi, 17(2), 101–110.

Tambunan, T. 2019. Pembangunan Ekonomi Inklusif dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Jakarta: LP3ES

Tambunan, T. 2020. UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan. Jakarta: LP3ES.

Tindangen, Megi, Daisy S.M. Engka dan Patric C. Wauran. 2020. Peran Perempuan dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 20 Nomor 3 144 -151.

Umar, H. 2016. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Rajawali Press, Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 2008. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja. 2023. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.

Wahyuni. 2015. Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwirausaha, Produktivitas dan Inovasi terhadap Pengembangan Usaha Kulit Lumpia (Studi Kasus pada UMKM)

World Bank. 2022. *Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance and Growth Report*. Washington, DC.

Wulandari. 2016. Pengaruh Jenjang Pendidikan, Lama Usaha, Skala Usaha, dan Pengetahuan Akuntansi pada UMKM Meubel di Kabupaten Sragen. Skripsi. Institut Agama Islam Surakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Pengusaha Dan Tenaga Kerja Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Tahun 2025

Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Tanggungungan Keluarga (Jiwa)
Pengusaha	35	15	8	3
Tenaga Kerja				
1	58	12	8	0
2	52	12	2	0
Total	144	39	17	3
Rata- Rata	48.00	13	6	3

Lampiran 2. Profil usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru Tahun 2025

Pengusaha	Skala Usaha	Tenaga Kerja	Modal
Novita	Mikro	2	Sendiri

Lampiran 3. Penggunaan Tenaga Kerja Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Madani Kota Pekanbaru Tahun 2025

N O	Tahap Pengerjaan	TKDK									
		Or g	Jam	H a ri	Tot al jam	HOK	Upah TK (Rp/HO K)	Upah (Rp/Pro duksi)	Or g	Ja m	H r
1.	Persiapan Bahan	1	1	1	1	0,13	80.000	10.000	0	0	0
2.	Pembuatan Bumbu	1	1	1	1	0,13	80.000	10.000	1	1	1
3.	Pemasakan Santan	1	1	1	1	0,13	80.000	10.000	1	1	1
4.	Pemasakan Ikan	1	1	1	1	0,13	80.000	10.000	1	1	1
5.	Pengemasan Produk	1	1,5	1	1.5	0,19	80.000	15.000	1	1,5	1
						0,69		55.000			

Keterangan :

1. HOK (Hari Orang Kerja)
2. TK (Tenaga Kerja)
3. TKDK (Tenaga kerja dalam keluarga)
4. TKLK (Tenaga kerja luar keluarga)

Lampiran 4. Penyusutan Alat yang digunakan Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan S
Madani Kota Pekanbaru 2025

No	Jenis Alat	Satuan	Jumlah	Harga Per (Rp/Unit)	Nilai (Rp/Unit)	Umur Ekonomis	
1.	Mesin Vacuum	Unit	1	9.000,000	9,000,000	10	
2.	Mesin Scaler Automatic	Unit	1	4.000,000	4,000,000	10	
3.	Mesin Retort	Unit	1	12.000,000	12,000,000	8	
4.	Mesin Penggiling Cacah	Unit	1	1.000,000	1,000,000	7	
5.	Frezer	Unit	1	2.500,000	2,500,000	8	
6.	Rak Besi	Unit	1	1.500,000	1,500,000	5	
7.	Meja Kompor Elastis	Unit	1	4.000,000	4,000,000	7	
8.	Mesin Expried Date	Unit	1	750.000	750,000	8	
9.	Kuali	Unit	2	350.000	700,000	3	
10.	Kompor Gas	Unit	2	650.000	1,300,000	5	
11.	Panci Peniris Minyak	Unit	2	500,000	1,000,000	5	
12.	Timbangan	Unit	3	50,000	150,000	2	
13.	Timbangan Buah	Unit	1	120,000	120,000	2	

No	Jenis Alat	Satuan	Jumlah	Harga Per (Rp/Unit)	Nilai (Rp/Unit)	Umur Ekonomis	I (
14	Cutter	Unit	10	3,600	36,000	1	
15.	Sendok	Unit	10	3,600	36,000	2	
16.	Mangkok Stainles	Unit	10	5,400	54,000	2	
17.	Jiregen 20 Liter	Unit	2	32,400	64,800	5	
18	Panci Presto	Unit	1	180,000	180,000	3	
19.	Blender	Unit	1	172,800	172,800	4	
20.	Dandang	Unit	8	21,600	172,800	3	
	TOTAL						4.

Lampiran 5.Total Biaya Produksi Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025

No.	Uraian	Jlh/ Proses	Harga (Rp)	Nilai (Rp/PP)	Nilai (Rp/Bulan)
A	Biaya Tetap				
1.	Penyusutan Alat			27.797,94	333.575,28
	Total			27.797,94	333.575,28
B	Biaya Variabel				
1.	Bahan Baku				
	Ikan Teri (Kg)	2	130.000	260.000,00	3.120.000,00
2.	Bahan Penunjang				-
	Santan (Kg)	16,00	20.000	320.000,00	3.840.000,00
	Cabai Merah (Kg)	2,00	60.000	120.000,00	1.440.000,00
	Bawang Merah (Kg)	1,50	28.000	42.000,00	504.000,00
	Bawang Putih (Kg)	0,20	20.000	4.000,00	48.000,00
	Daun Kunyit (Kg)	0,10	20.000	2.000,00	24.000,00
	Garam (Kg)	0,04	2.000	80,00	960,00
	Gula (Kg)	0,05	15.000	750,00	9.000,00
	Jahe (Kg)	0,10	40.000	4.000,00	48.000,00
	Masako Jamur (PCS)	0,04	4.000	160,00	1.920,00
	Gas 3 kg (Tabung)	1,00	20.000	20.000,00	240.000,00
	Stiker Kemasan (Pouch)	70	150	10.500,00	126.000,00
	Foil Kemasan (Pouch)	70	4.900	343.000,00	4.116.000,00
	Kemasan 20 Gram (Sactet)	350	1.000	350.000,00	4.200.000,00
3.	Tenaga Kerja				
	TKDK (HOK)	0,13	55.000	7.150,00	85.800,00
	TKLK (HOK)	0,13	45.000	5.850,00	70.200,00
	Total			1.489.490,00	17.873.880,00
C	Total Biaya Produksi			1.517.287,94	18.207.455,28
D	Produksi (Kg)	7			
1.	Harga Jual 100 gr (Pouch)	70	30.000	2.100.000,00	25.200.000,00
E	Pendapatan				
1.	Pendapatan Kotor (Rp)			2.100.000,00	25.200.000,00
2.	Pendapatan Bersih (Rp)			582.712,06	6.992.544,72
F	Return Cost ratio (RCR)			1,38	1,38

Lampiran 6. Perhitungan Omzet Usaha Rendang Ikan Pak Ombak

No	Uraian	Satuan	Nilai	Keterangan
1	Jumlah produksi per proses	Kg	7	Setiap proses menghasilkan 7 kg rendang ikan teri
2	Harga jual per kg produk	Rp	300.000	Harga jual eceran ke konsumen
3	Pendapatan kotor per proses (1×2)	Rp	2.100.000	Total omzet per kali produksi
4	Biaya produksi per proses	Rp	1.517.287,94	Total biaya bahan baku, tenaga kerja, dan operasional
5	Laba bersih per proses ($3 - 4$)	Rp	582.712	Keuntungan bersih setiap kali produksi
6	Frekuensi produksi per tahun	Kali	144	Produksi dilakukan 12 kali per bulan
7	Omzet tahunan (3×6)	Rp	302.400.000	Total pendapatan kotor selama satu tahun
8	Laba bersih tahunan (5×6)	Rp	83.910.537	Total keuntungan bersih selama satu tahun
9	Nilai R/C Ratio ($3 \div 4$)	Rasio	1,38	Usaha dinilai efisien karena > 1

Lampiran 7. Tabulasi Kuisioner Faktor Internal Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan			
1.	Kualitas produk rendang ikan yang khas	0,15	4	0,60
2.	Pengalaman pemilik usaha	0,10	3	0,30
3.	Bahan baku mudah di peroleh	0,12	3	0,36
4.	Produk memiliki pasar lokal	0,13	3	0,39
	Subtotal	0,50		1,65
	Kelemahan			
1.	Modal usaha terbatas	0,15	2	0,30
2.	Tenaga kerja masih sedikit	0,12	2	0,24
3.	Teknologi produksi masih sederhana	0,13	2	0,26
4.	Pemasaran masih terbatas	0,10	2	0,20
	Subtotal	0,50		1,00
	Total	1,00		2,65
	Selisih			0,65

Lampiran 8. Tabulasi Kuisioner Faktor Eksternal Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025

No	Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
1.	Permintaan pasar terhadap makanan olahan	0,18	4	0,64
2.	Dukungan program pemerintah bagi UMKM	0,15	3	0,36
3.	Perkembangan pemasaran digital	0,14	3	0,33
4.	Potensi pasar luar daerah	0,13	3	0,18
	Subtotal	0,60		1,98
	Ancaman			
1.	Persaingan usaha sejenis	0,13	2	0,26
2.	Fluktuasi harga bahan baku	0,09	2	0,18
3.	Perubahan selera konsumen	0,09	2	0,18
4.	Kemajuan teknologi	0,09	2	0,18
	Subtotal	0,40		0,80
	Total	1,00		2,78
	Selisih			1,18

Lampiran 9. Matriks Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) berdasarkan SO Pada Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang MungguKecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025

Faktor Kunci	Bobot	Alternative Strategi			
		I		II	
		Memanfaatkan kualitas dan cita rasa khas rendang ikan untuk memperluas pemasaran melalui media digital dan jaringan distribusi yang lebih luas		Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku ikan yang relatif mudah diperoleh	
		AS	TAS	AS	TAS
Kualitas produk rendang ikan yang khas	0.15	4	0.52	3	0.39
Pengalaman pemilik usaha	0.10	4	0.40	3	0.30
Bahan baku mudah di peroleh	0.12	3	0.33	3	0.33
Produk memiliki pasar lokal	0.13	3	0.30	4	0.40
Modal usaha terbatas	0.15	3	0.30	4	0.40
Tenaga kerja masih sedikit	0.12	4	0.40	2	0.20
Teknologi produksi masih sederhana	0.13	4	0.36	3	0.27
Pemasaran masih terbatas	0.10	3	0.27	2	0.18
Permintaan pasar terhadap makanan olahan	0.18	3	0.30	2	0.20
Dukungan program pemerintah bagi UMKM	0.15	2	0.16	2	0.16
Perkembangan pemasaran digital	0.14	3	0.48	3	0.48
Potensi pasar luar daerah	0.13	3	0.36	4	0.48
Persaingan usaha sejenis	0.13	3	0.33	3	0.33
Fluktuasi harga bahan baku	0.09	3	0.27	4	0.36
Perubahan selera konsumen	0.09	4	0.40	4	0.40
Kemajuan teknologi	0.09	2	0.16	2	0.16
STAS			6.120		5,110

Lampiran 10. Matriks Qantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) Berdasarkan
WO Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu
Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025

Faktor Kunci	Bobot	Alternative Strategi			
		I		II	
		Memanfaatkan program bantuan dan pembinaan pemerintah untuk meningkatkan modal usaha dan kapasitas produksi		Mengembangkan pemasaran digital untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bersifat lokal	
		AS	TAS	AS	TAS
Kualitas produk rendang ikan yang khas	0.15	3	0.39	4	0.52
Pengalaman pemilik usaha	0.10	3	0.30	4	0.40
Bahan baku mudah di peroleh	0.12	2	0.22	3	0.33
Produk memiliki pasar lokal	0.13	2	0.20	3	0.30
Modal usaha terbatas	0.15	2	0.20	3	0.30
Tenaga kerja masih sedikit	0.12	2	0.20	4	0.40
Teknologi produksi masih sederhana	0.13	3	0.27	4	0.36
Pemasaran masih terbatas	0.10	2	0.18	3	0.27
Permintaan pasar terhadap makanan olahan	0.18	3	0.30	3	0.30
Dukungan program pemerintah bagi UMKM	0.15	4	0.32	2	0.16
Perkembangan pemasaran digital	0.14	2	0.32	3	0.48
Potensi pasar luar daerah	0.13	3	0.36	3	0.36
Persaingan usaha sejenis	0.13	4	0.44	3	0.33
Fluktuasi harga bahan baku	0.09	3	0.27	4	0.36
Perubahan selera konsumen	0.09	3	0.30	4	0.40
Kemajuan teknologi	0.09	4	0.32	2	0.16
STAS			5,610		6.440

Lampiran 11. Matriks Qantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) Berdasarkan ST Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tu ah Madani Kota Pekanbaru 2025

Faktor Kunci	Bobot	Alternative Strategi			
		I		II	
		Menjaga kualitas dan konsistensi rasa produk agar mampu bersaing dengan produk olahan sejenis		Melakukan inovasi produk dan kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk	
		AS	TAS	AS	TAS
Kualitas produk rendang ikan yang khas	0.15	3	0.39	3	0.39
Pengalaman pemilik usaha	0.10	3	0.30	4	0.40
Bahan baku mudah di peroleh	0.12	4	0.44	3	0.33
Produk memiliki pasar lokal	0.13	3	0.30	4	0.40
Modal usaha terbatas	0.15	4	0.40	4	0.40
Tenaga kerja masih sedikit	0.12	2	0.20	2	0.20
Teknologi produksi masih sederhana	0.13	3	0.27	3	0.27
Pemasaran masih terbatas	0.10	2	0.18	2	0.18
Permintaan pasar terhadap makanan olahan	0.18	3	0.30	3	0.30
Dukungan program pemerintah bagi UMKM	0.15	3	0.24	3	0.24
Perkembangan pemasaran digital	0.14	3	0.48	3	0.48
Potensi pasar luar daerah	0.13	3	0.36	3	0.36
Persaingan usaha sejenis	0.13	3	0.33	3	0.33
Fluktuasi harga bahan baku	0.09	4	0.36	4	0.36
Perubahan selera konsumen	0.09	4	0.40	4	0.40
Kemajuan teknologi	0.09	2	0.16	2	0.16
STAS			6.140		6.250

Lampiran 12. Matriks Qantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) Berdasarkan
WT Usaha Rendang Ikan Pak Ombak di Kelurahan Sialang Munggu
Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru 2025

Faktor Kunci	Bobot	Alternative Strategi			
		I		II	
		Meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan biaya produksi untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan baku		Menambah tenaga kerja secara bertahap dan meningkatkan keterampilan tenaga kerja	
		AS	TAS	AS	TAS
Kualitas produk rendang ikan yang khas	0.15	2	0.26	4	0.52
Pengalaman pemilik usaha	0.10	2	0.20	4	0.40
Bahan baku mudah di peroleh	0.12	2	0.22	3	0.33
Produk memiliki pasar lokal	0.13	2	0.20	3	0.30
Modal usaha terbatas	0.15	2	0.20	2	0.20
Tenaga kerja masih sedikit	0.12	2	0.20	2	0.20
Teknologi produksi masih sederhana	0.13	2	0.18	4	0.36
Pemasaran masih terbatas	0.10	3	0.27	3	0.27
Permintaan pasar terhadap makanan olahan	0.18	3	0.30	4	0.40
Dukungan program pemerintah bagi UMKM	0.15	4	0.32	2	0.16
Perkembangan pemasaran digital	0.14	2	0.32	2	0.32
Potensi pasar luar daerah	0.13	3	0.36	3	0.36
Persaingan usaha sejenis	0.13	3	0.33	3	0.33
Fluktuasi harga bahan baku	0.09	3	0.27	3	0.27
Perubahan selera konsumen	0.09	2	0.20	4	0.40
Kemajuan teknologi	0.09	4	0.32	2	0.16
STAS			5,950		6.000

Lampiran 13. Dokumentasi



Foto dengan pemilik usaha



Foto wawancara dengan pemilik usaha



Foto baju yang dipakai produksi



Foto pengemasan



Wawancara dengan Dinas UKM Kota Pekanbaru



Foto ikan teri yang telah dibersihkan