

Penerapan SWOT-QSPM untuk Perancangan Strategi Pengembangan Dimsum Bebas Gluten dari Bandeng dan Kepala Udang

Ahmad Haris Hasanuddin Slamet^{1*}, Septine Brillyantina², Cindiah Syahnaz³, Cicik Retno Wati⁴

^{1,2,3,4} Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Jl. Mastrip, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur

E-mail: ahmad.haris@polije.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3863>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 31 Dec 2025

Revised: 06 Jan 2026

Accepted: 12 Jan 2026

Kata Kunci:

Dimsum Bebas Gluten, Ikan Bandeng, Limbah Kepala Udang, SWOT, QSPM.

Keywords:

Gluten-Free Dimsum, Milkfish, Shrimp Head Waste, SWOT, QSPM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang strategi pengembangan dimsum bebas gluten yang inovatif dengan memanfaatkan bahan baku lokal, yaitu ikan bandeng dan limbah kepala udang di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian deskriptif kuantitatif ini mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan lima ahli yang dipilih secara purposive sampling, yang terdiri dari akademisi, praktisi industri, dan pengusaha. Analisis data menggunakan matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memetakan faktor internal dan eksternal, dilanjutkan dengan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk memprioritaskan strategi. Matriks IFE menunjukkan kekuatan utama adalah inovasi produk berbasis potensi lokal (skor 0,46), sedangkan kelemahan utama adalah kebutuhan penyimpanan beku. Matriks EFE menunjukkan peluang terbesar adalah tren makanan sehat (skor 0,53). Posisi strategis produk berada pada Kuadran I (Growth Oriented Strategy). Berdasarkan analisis QSPM, strategi prioritas utama dengan Total Attractive Score (TAS) tertinggi sebesar 6,72 adalah memperkuat branding produk sebagai pilihan yang sehat dan ramah lingkungan. Pengembangan dimsum bebas gluten dari bandeng dan limbah kepala udang memiliki potensi besar dengan penerapan strategi agresif, terutama melalui penguatan branding untuk meningkatkan daya saing dan penerimaan konsumen.

The study purpose was to design a development strategy for innovative gluten-free dimsum utilizing local raw materials, specifically milkfish and shrimp head waste in Sidoarjo Regency. This quantitative descriptive research collected primary data through interviews with five experts selected via purposive sampling, comprising academics, practitioners, and entrepreneurs. The analysis employed SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) matrices to map internal and external factors and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to prioritize development strategies. The IFE matrix indicated the main strength was product innovation based on local potential (score 0.46), while the main weakness was the requirement for freezer storage. The EFE matrix showed the healthy food trend as the greatest opportunity (score 0.53). The product's strategic position lies in Quadrant I (Growth Oriented Strategy). Based on QSPM analysis, the top priority strategy with the highest Total Attractive Score (TAS) of 6.72 is strengthening product branding as a healthy and eco-friendly option. The development of gluten-free dimsum from milkfish and shrimp head waste holds significant potential using aggressive strategies, primarily by strengthening branding to enhance market competitiveness and consumer acceptance.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Ahmad Haris Hasanuddin Slamet, et al. (2025). Penerapan SWOT-QSPM untuk Perancangan Strategi Pengembangan Dimsum Bebas Gluten dari Bandeng dan Kepala Udang, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3863>

PENDAHULUAN

Bandeng dan udang merupakan komoditas unggulan di Kabupaten Sidoarjo. Potensi ini diperkuat dengan logo Kabupaten Sidoarjo yang merupakan bandeng dan udang. Potensi bandeng dan udang di Kabupaten Sidoarjo dapat dilihat dari tingginya produksi bandeng dan udangnya. Produksi bandeng pada tahun 2023 mencapai 35.271.900 kg, sementara produksi salah satu komoditas udang yaitu udang vanamei mencapai 5.876.800 kg. Tingginya produksi udang dan bandeng ini menunjukkan banyaknya potensi yang bisa dikembangkan dari dua komoditas ini (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, 2024).

Bandeng dan udang di Kabupaten Sidoarjo dapat didiversifikasikan menjadi berbagai produk olahan dengan nilai jual yang tinggi. Namun, diversifikasi produk olahan bandeng yang ditemui masih terbatas. Bandeng di Kabupaten Sidoarjo sebagian besar diolah menjadi bandeng presto, bandeng asap, dan otak-otak bandeng. Sementara udang sebagian besar diolah sebagai produk udang beku dalam bentuk *Peeled and Deveined* (PnD) (Rosida & Anggraeny, 2023). Pada proses ini hanya bagian daging udang yang digunakan sementara bagian lain seperti kulit dan kepala udang dipisahkan sebagai hasil samping atau limbah. Peningkatan nilai tambah dari bandeng dan kepala udang dapat dilakukan dengan mengombinasikan kedua bahan ini sebagai produk olahan.

Potensi bandeng dan kepala udang sebagai bahan baku produk olahan dapat dilihat dari tingginya kandungan gizi. Bandeng mengandung protein, omega-3, vitamin D, dan mineral (Isma et al., 2023), sedangkan kepala udang mengandung protein, kalsium, chitin, serta antioksidan (Saman & Lapamona, 2024). Dengan menjadikannya sebagai bahan baku produk olahan, menjadikan produk memiliki nilai tambah dari segi fungsional. Saat ini tren produk olahan sudah mulai bergeser pada produk olahan sehat dan kaya akan nutrisi. Dengan demikian, konsumen saat ini sudah mulai cermat dalam mengonsumsi berbagai jenis produk olahan.

Salah satu produk olahan sehat yang saat ini mulai berkembang yaitu produk bebas gluten. Pasar global produk bebas gluten diproyeksikan tumbuh dengan CAGR sebesar 8,75% antara tahun 2025-2033, mencapai USD 14,12 miliar pada tahun 2030. Tren ini tidak hanya dipicu oleh kebutuhan medis penderita celiac disease, tetapi juga oleh meningkatnya preferensi gaya hidup sehat (Demirkesen & Ozkaya, 2022). Di Indonesia sendiri, kesadaran akan diet bebas gluten mulai berkembang, namun belum banyak tersedia produk inovatif lokal yang memenuhi kebutuhan ini.

Melihat potensi kandungan gizi bandeng dan kepala udang yang cukup tinggi didukung dengan meningkatnya tren konsumsi produk sehat maka potensi produk olahan yang tepat adalah produk kekinian yang juga banyak diminati. Salah satu produk kekinian yang banyak digemari oleh kalangan anak-anak hingga dewasa yaitu dimsum. Produk ini banyak digemari masyarakat dikarenakan kepraktisan dalam penyajian dan kemudahan dalam mengonsumsinya. Pengembangan dimsum bebas gluten dari bandeng dan limbah kepala udang memiliki potensi pasar yang cukup besar di Kabupaten Sidoarjo. Selain dapat memperluas pasar, produk ini mendukung konsep keberlanjutan dengan mengoptimalkan pemanfaatan bahan baku lokal dan limbah industri perikanan.

Dimsum bebas gluten dari bandeng dan kepala udang merupakan produk inovatif yang baru. Oleh karena itu, agar produk dapat diterima dipasaran diperlukan perancangan strategi pengembangan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk perancangan strategi pengembangan dimsum bandeng dan kepala udang menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Strategi pengembangan dirumuskan berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada pengembangan produk dimsum. Beberapa penelitian sebelumnya dengan menggunakan metode yang serupa juga telah dilakukan diantaranya, strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan beras (Akbar et al., 2022); analisis strategi pemasaran es krim (Pamareta, 2018). Hasil penelitian menunjukkan SWOT dan QSPM dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan sebuah usaha.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal pada pengembangan produk dimsum

bandeng dan kepala udang. Faktor internal dan eksternal digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pengembangan produk. dari faktor internal dan eksternal kemudian dikombinasikan menjadi empat komponen dalam perumusan strategi yang meliputi *strength-opportunities* (SO), *weakness-opportunities* (WO), *strength-threat* (ST), dan *weakness-threat* (WT). Evaluasi strategi-strategi yang telah didapat berdasarkan analisis SWOT kemudian dievaluasi menggunakan analisis QSPM. Melalui analisis QSPM didapatkan strategi prioritas dalam pengembangan produk dimsum bebas gluten dari bandeng dan kepala udang. Dengan mengetahui strategi prioritas, pengembangan usaha dapat dilakukan dengan efektif (Afshar et al., 2019).

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dalam mendukung hasil penelitian. Data primer meliputi hasil wawancara dengan para ahli berkaitan dengan pengembangan produk dimsum. Sementara data sekunder meliputi data-data penunjang yang diperoleh dari berbagai sumber seperti website, jurnal, dan sumber lain yang relevan. Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden yang telah ditetapkan di sebanyak lima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perumusan strategi pengembangan dilakukan dengan penilaian faktor internal (IFE) dan eksternal (EFE) menggunakan metode skoring pada skala penilaian 1-3. Total nilai skoring selanjutnya digunakan sebagai dasar nilai bobot pada faktor internal dan eksternal. Identifikasi nilai total selanjutnya dilakukan dengan memberikan rating penilaian dengan skala 1-4 pada masing-masing faktor. Hasil perhitungan matriks internal (IFE) dan eksternal (EFE) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Matriks IFE

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Faktor Internal Strength (kekuatan)				
1	Produk inovatif dengan memanfaatkan potensi lokal bandeng dan limbah kepala udang	0,14	3	0,46
2	Tingginya kandungan gizi dari bandeng dan limbah kepala udang	0,13	3	0,43
3	Produk ramah lingkungan dengan mengurangi limbah perikanan melalui diversifikasi produk	0,11	4	0,41
4	Produk memiliki segmen khusus pada kalangan yang peduli kesehatan	0,12	3	0,40
Total		0,50		1,70
Faktor Internal Weakness (kelemahan)				
1	Rasa, aroma, dan tekstur dari dimsum yang berbeda dibandingkan dengan dimsum konvensional	0,14	3	0,43
2	Biaya produksi yang relatif tinggi pada penggunaan bahan baku, dan standarisasi mutu	0,12	3	0,36
3	Daya tahan produk yang relatif pendek dikarenakan tidak menggunakan pengawet	0,11	3	0,37
4	Produk membutuhkan media penyimpanan (freezer) untuk menjaga kualitas produk	0,13	4	0,47
Total		0,50		-1,63
Total Tertimbang		1,00		0,07

Tabel 2. Matrik EFE

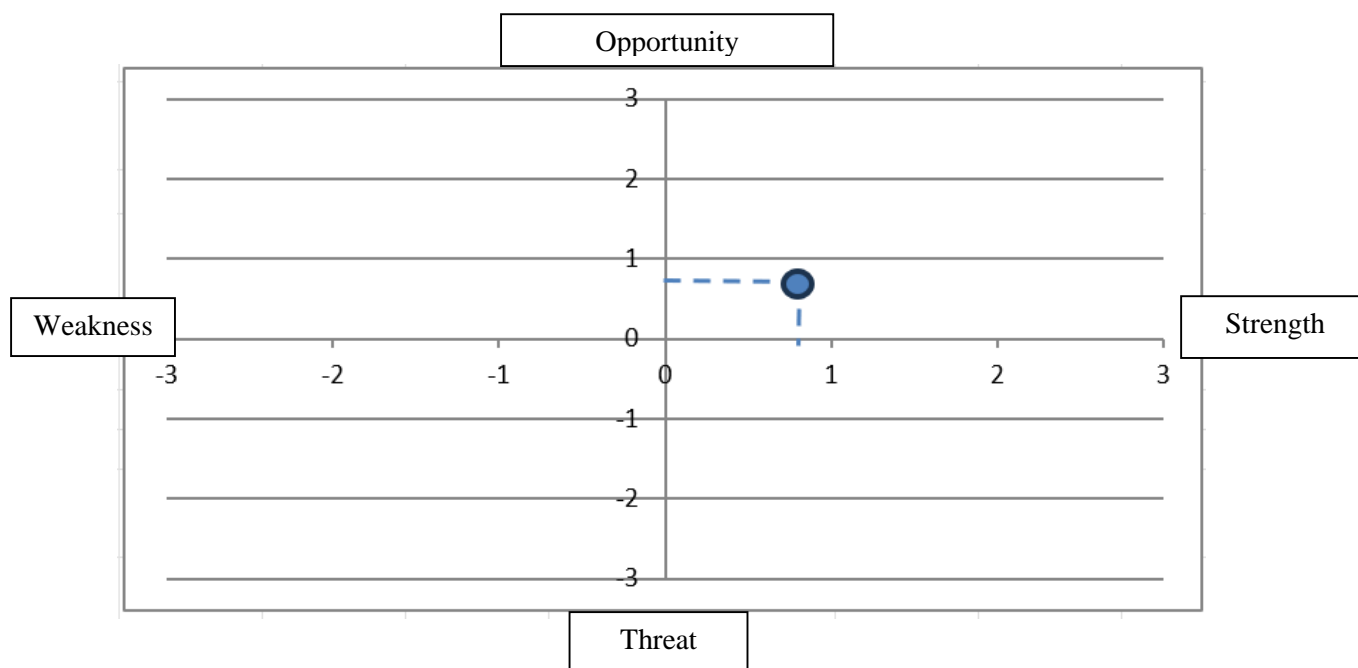
No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Faktor Eksternal Opportunities (peluang)				
1	Tren makanan sehat, bebas gluten, dan ramah lingkungan terus berkembang	0,15	4	0,53
2	Lokasi pengembangan produk yang strategis karena berada di pusat Kota dan dekat dengan kawasan industri	0,11	3	0,37
3	Dukungan pemerintah terhadap diversifikasi produk berbasis perikanan	0,12	3	0,36

4	Kolaborasi riset dengan berbagai instansi untuk meningkatkan kualitas produk	0,12	4	0,44
Total		0,50		1,71
Faktor Eksternal Threat (ancaman)				
1	Harga produk cenderung lebih mahal dikarenakan menggunakan bahan premium	0,13	3	0,38
2	Persaingan dengan produk dimsum konvensional yang lebih murah dan sudah populer.	0,12	3	0,42
3	Regulasi pangan ketat terkait keamanan olahan dari limbah perikanan	0,12	3	0,36
4	Fluktuasi ketersediaan bahan baku bandeng dan udang karena faktor musim atau cuaca	0,13	3	0,43
Total		0,50		-1,59
Total Tertimbang		1,00		0,12

Berdasarkan analisis matriks IFE diperoleh kekuatan dan kelemahan internal pada pengembangan produk dimsum berbahan baku bandeng dan limbah kepala udang. Nilai tertinggi pada faktor kekuatan yaitu produk inovatif dengan memanfaatkan potensi lokal bandeng dan limbah kepala udang dengan skor 0,46. Produk yang inovatif memiliki keunggulan daripada produk yang ada dipasaran. Selain itu, produk yang inovatif juga memiliki peluang untuk diterima oleh calon konsumen. Ide produk dimsum bebas gluten selain menekankan pada produk fungsional juga didasarkan meningkatnya tren produk sehat oleh masyarakat (Akuba et al., 2024). Sementara faktor kelemahan tertinggi yaitu produk membutuhkan media penyimpanan (freezer) untuk menjaga kualitas produk dengan skor 0,47. Produk dimsum yang dihasilkan tanpa menggunakan bahan pengawet oleh karena itu perlakuan penyimpanan menjadi hal yang sangat penting. Oleh karena itu, produk Sebagian besar dipasarkan dalam bentuk frozen food. Kondisi ini menjadi penyebab produk memerlukan media penyimpanan seperti freezer untuk menjaga keawetan produk.

Sementara itu berdasarkan analisis matriks EFE diperoleh peluang dan tantangan pengembangan produk dimsum dari bandeng dan limbah kepala udang. Nilai tertinggi yaitu pada faktor tren makanan sehat, bebas gluten, dan ramah lingkungan terus berkembang dengan skor 0,53. Kesadaran masyarakat saat ini untuk mengonsumsi produk olahan makanan sehat cenderung meningkat. Selain itu, masyarakat cenderung mengamati komposisi dari makanan yang akan dibeli. Adanya tren ini meningkatkan peluang keterimaan produk dimsum oleh masyarakat. Sementara itu tantangan dengan skor terbesar yaitu fluktuasi ketersediaan bahan baku bandeng dan udang karena faktor musim atau cuaca dengan skor 0,43. Bahan baku yang digunakan untuk membuat dimsum yaitu bandeng dan limbah kepala udang sangat bergantung pada musim panen dan faktor cuaca. Kedua hal ini akan mempengaruhi ketersediaan bahan baku ini.

Posisi perusahaan dalam pengembangan usaha dimsum bandeng dan limbah kepala udang ditentukan dari selisih kekuatan – kelemahan pada matriks IFE dan peluang – tantangan pada matriks EFE. Nilai akhir dari hasil selisih tersebut yaitu 0,07 pada matriks IFE dan 0,12 pada matriks EFE. Berdasarkan nilai tersebut potensi pengembangan produk dimsum berada pada kuadran I yang artinya memiliki potensi besar dari aspek kekuatan dan peluang (Strength-Opportunity). Strategi yang dapat diterapkan pada kuadran ini yaitu dengan strategi yang agresif (Growth oriented strategy) dengan mendukung kebijakan pertumbuhan (Sylvia & Hayati, 2023). Hasil kuadran berdasarkan analisis SWOT dan perumusan matriks strategi dapat dilihat dapat dilihat pada gambar 1 dan tabel



Tabel 4. Matriks SWOT

INTERNAL / EKSTERNAL	STRENGTH (S):	WEAKNESS (W):
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk inovatif dengan memanfaatkan potensi lokal bandeng dan limbah kepala udang. 2. Tingginya kandungan gizi dari bandeng dan limbah kepala udang. 3. Produk ramah lingkungan dengan mengurangi limbah perikanan melalui diversifikasi produk. 4. Produk memiliki segmen khusus pada kalangan yang peduli kesehatan.
	OPPORTUNITY (O):	STRATEGI (WO):
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tren makanan sehat, bebas gluten, dan ramah lingkungan terus berkembang. 2. Lokasi pengembangan produk yang strategis karena berada di pusat kota dan dekat dengan kawasan industri. 3. Dukungan pemerintah terhadap diversifikasi produk berbasis perikanan. 4. Kolaborasi riset dengan berbagai instansi untuk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat branding produk dimsum sebagai produk sehat dan ramah lingkungan. 2. Membuat konten edukasi tentang manfaat mengonsumsi produk bergizi dari bandeng dan udang. 3. Mengoptimalkan posisi strategis di pusat kota untuk memasarkan produk dimsum. 4. Melakukan riset kolaboratif dengan kampus
		STRATEGI (SO):
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan riset untuk menemukan formulasi dalam meningkatkan daya tahan produk dimsum. 2. Efisiensi proses dan skala produksi dengan dukungan riset. 3. Mengembangkan kemasan kekinian yang menarik dan fungsional untuk dapat bersaing dengan produk sejenis. 4. Meningkatkan penerimaan konsumen terhadap rasa,

meningkatkan kualitas produk.	dan instansi terkait untuk mengembangkan variasi produk.	aroma, dan tekstur melalui promosi dan uji kesukaan produk.
THREAT (T):	STRATEGI (ST):	STRATEGI (WT):
1. Harga produk cenderung lebih mahal dikarenakan menggunakan bahan premium.	1. Menonjolkan nilai tambah produk dari segi fungsional dan produk ramah lingkungan dalam menghadapi produk sejenis.	1. Meningkatkan efisiensi biaya produksi melalui teknologi dan manajemen rantai pasok.
2. Persaingan dengan produk dimsum konvensional yang lebih murah dan sudah populer.	2. Menjalani kemitraan dengan nelayan dan pemasok untuk menjaga ketersediaan bahan baku.	2. Melakukan edukasi terhadap konsumen untuk memberikan pemahaman terkait produk fungsional dan ramah lingkungan meskipun harga lebih mahal.
3. Regulasi pangan ketat terkait keamanan olahan dari limbah perikanan.	3. Melakukan pengurusan perizinan regulasi keamanan pangan untuk menjamin keamanan produk dimsum.	3. Mengembangkan jaringan distribusi digital untuk menekan biaya pemasaran dan distribusi.
4. Fluktuasi ketersediaan bahan baku bandeng dan udang karena faktor musim atau cuaca.	4. Membuat promosi paket harga produk untuk pembelian dengan jumlah tertentu.	

Dengan meninjau posisi dari kuadran SWOT maka usaha dimsum dari bandeng dan kepala udang dapat dirumuskan rincian strategi berdasarkan matriks SWOT diantaranya:

1. Memperkuat branding produk dimsum sebagai produk sehat dan ramah lingkungan
 Branding produk dimsum sebagai produk sehat dan ramah lingkungan merupakan upaya untuk menekankan produk berbasis kesehatan dan ramah lingkungan. Tren saat ini menunjukkan konsumen cenderung memilih produk yang menonjolkan unsur kesehatan dan ramah terhadap lingkungan. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat menjadi komunikasi ke konsumen terkait produk dan juga upaya untuk membentuk preferensi konsumen terhadap produk dimsum bandeng dan kepala udang (Cecchini et al., 2018).
2. Membuat konten edukasi tentang manfaat mengonsumsi produk bergizi dari bandeng dan udang
 Pembuatan konten merupakan upaya yang strategis untuk memberikan edukasi serta promosi produk yang berkualitas. Pemberian konten dalam bentuk edukasi gizi melalui media sosial terbukti dapat mempengaruhi persepsi nilai gizi terhadap preferensi konsumen untuk memilih produk. Strategi ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan makanan sehat (Sadeghi et al., 2024).
3. Mengoptimalkan posisi strategis di pusat kota untuk memasarkan produk dimsum
 Produk dimsum bandeng dan limbah kepala udang dipasarkan di pusat kota Kabupaten Sidoarjo. Potensi ini meningkatkan aksesibilitas produk oleh konsumen. Lokasi yang strategis memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Pusat kota memiliki tingkat kegiatan masyarakat yang cukup tinggi. Masyarakat cenderung berlalu lalang di pusat kota untuk berbagai kepentingan. Kondisi ini meningkatkan peluang terjadinya pembelian produk dimsum oleh masyarakat dikarenakan produk mudah untuk dikenali dan ditemukan (Mardiasih, 2019).
4. Melakukan riset kolaboratif dengan kampus dan instansi terkait untuk mengembangkan variasi produk
 Kolaborasi riset merupakan upaya untuk mengembangkan variasi dan kualitas dari produk dimsum melalui kajian secara ilmiah. Dengan kolaborasi riset, diharapkan dapat meningkatkan variasi produk sesuai dengan keinginan masyarakat. Selain itu, nilai gizi yang menjadi komponen utama dari produk ini juga diharapkan semakin meningkat. Kolaborasi riset juga diharapkan dapat

menjadikan produk sesuai regulasi yang ada baik itu dari keamanan pangan maupun aspek manajerial lainnya (Hardianti & Safitri, 2024).

Pemilihan strategi dalam pengambilan keputusan menggunakan *metode Quantitative Strategic Planning* (QSPM). Metode QSPM digunakan untuk menentukan dan memprioritaskan beberapa alternatif-alternatif strategi yang telah dirumuskan berdasarkan matriks SWOT. Nilai skor QSPM diperoleh dari perhitungan nilai Attractive Score (AS) berupa rating nilai dari 1-4 yang kemudian dikalikan dengan nilai bobot dari faktor internal – eksternal yang telah diperoleh dari analisis SWOT. Hasil perhitungan akhir berupa Total Attractive Score (TAS) yang menjadi nilai akhir dalam penentuan strategi-strategi yang telah dirumuskan (Pamareta, 2018). Hasil akhir dari perhitungan TAS dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Nilai Skor TAS

No	Alternatif Strategi	Skor Tas	Peringkat
1.	Memperkuat branding produk dimsum sebagai produk sehat dan ramah lingkungan	6,72	1
2.	Melakukan riset kolaboratif dengan kampus dan instansi terkait untuk mengembangkan variasi produk	6,62	2
3.	Mengoptimalkan posisi strategis di pusat kota untuk memasarkan produk dimsum	6,38	3
4.	Membuat konten edukasi tentang manfaat mengonsumsi produk bergizi dari bandeng dan udang	6,07	4

Berdasarkan tabel 3, diperoleh perhitungan nilai skor TAS dari keempat strategi pengembangan berdasarkan analisis SWOT. Skor TAS tertinggi menunjukkan prioritas strategi yang dikembangkan untuk produk dimsum dari bandeng dan limbah kepala udang. Nilai skor TAS tertinggi berdasarkan perhitungan diatas yaitu memperkuat branding produk dimsum sebagai produk sehat dan ramah lingkungan. Produk dimsum bandeng dan limbah kepala udang bebas gluten merupakan produk inovasi yang belum ada dipasaran. Oleh karena itu, branding produk merupakan upaya yang sangat penting agar produk dapat dikenal masyarakat. Branding yang ditekankan pada produk dimsum ini yaitu produk sehat dan ramah lingkungan. Branding ini merupakan upaya menekankan produk dimsum sebagai produk yang sehat dan ramah lingkungan. Upaya branding ini didukung dengan tren masyarakat yang cenderung memilih produk sehat dan ramah lingkungan. Dengan demikian, produk dimsum diharapkan dapat diterima dimasyarakat sebagai produk sehat dan ramah lingkungan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh perumusan strategi pengembangan dimsum bebas gluten dari bandeng dan limbah kepala udang melalui analisis SWOT dan QSPM. Mengacu pada analisis faktor internal (IFE) kekuatan terbesar pada produk dimsum ini yaitu produk inovatif dengan memanfaatkan potensi lokal bandeng dan limbah kepala udang sementara kelemahan dengan skor terbesar yaitu tasa, aroma, dan tekstur dari dimsum yang berbeda dibandingkan dengan dimsum konvensional. Selanjutnya pada faktor eksternal (EFE) nilai peluang dengan skor terbesar yaitu tren makanan sehat, bebas gluten, dan ramah lingkungan terus berkembang. Sementara tantangan dengan skor terbesar yaitu persaingan dengan produk dimsum konvensional yang lebih murah dan sudah populer. Melalui analisis SWOT diperoleh posisi strategi pengembangan dimsum bebas gluten dari bandeng dan limbah kepala udang berada pada posisi memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan pada kuadran ini yaitu dengan strategi yang agresif (*Growth oriented strategy*). Beberapa strategi yang diimplementasikan meliputi memperkuat branding produk dimsum sebagai produk sehat dan ramah lingkungan, membuat konten edukasi tentang manfaat mengonsumsi produk bergizi dari bandeng dan udang, mengoptimalkan posisi strategis di pusat kota untuk memasarkan produk dimsum, dan melakukan riset kolaboratif dengan kampus dan instansi terkait untuk mengembangkan variasi produk. Perhitungan akhir berupa analisis QSPM diperoleh strategi alternatif dengan nilai TAS terbesar memperkuat branding produk dimsum

sebagai produk sehat dan ramah lingkungan. Branding produk dimsum sebagai produk sehat dan ramah lingkungan merupakan upaya untuk menekankan produk berbasis kesehatan dan ramah lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Afshar, F., Abbaspour, M., & Lahijanian, A. A. M. (2019). Providing a practical model of the waste management master plan with emphasis on public participation using the SWOT method, the QSPM matrix and the FAHP method. *Advances in Environmental Technology*, 5(2), 77–96. <https://doi.org/10.22104/aet.2020.3990.1200>
- Akbar, M. J., Qurtubi, Q., & Maghfiroh, M. F. N. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM untuk Meningkatkan Penjualan Beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61–67. <https://doi.org/10.30656/intech.v8i1.4595>
- Akuba, A., Solikahan, E. Z., Dunggio, S., Sakir, M., Zainuddin, A., & Abdussamad, S. (2024). Inovasi Produk Lokal Kecap Manis Berbasis Air Kelapa sebagai Alternatif Pangan Sehat. *Empiris Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 62–69. <https://doi.org/10.59713/ejppm.v2i2.1103>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. (2024). *Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2024*.
- Cecchini, L., Torquati, B., & Chiorri, M. (2018). Sustainable agri-food products : A review of consumer preference studies through experimental economics. *Agricultural Economics (Zemědělská Ekonomika)*, 64(12), 554–565. <https://doi.org/10.17221/272/2017-AGRICECON>
- Demirkesen, I., & Ozkaya, B. (2022). Recent strategies for tackling the problems in gluten-free diet and products. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 62(3), 571–597. <https://doi.org/10.1080/10408398.2020.1823814>
- Hardianti, B. D., & Safitri, T. A. (2024). Efektivitas Pembelajaran Proyek Kolaborasi Berbasis Potensi Lokal pada Praktikum IPA Untuk Meningkatkan Keterampilan Proses Sains. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(3), 1556–1564.
- Isma, A., Azis, F., Naila, A., Azisah, Q., Fakhri, M. M., Hasdiansa, I. W., & Hasbiah, S. (2023). Pemberdayaan IRT Berbasis Mompreneurs Melalui Pembuatan Abon Ikan Bandeng Kemasan Siap Jual. *Jurnal Kreativa: Kemitraan Responsif Untuk Aksi Inovasi*, 1(1), 15–24.
- Mardiasih, T. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar. *IQTISHADEquity*, 2(1), 1–10.
- Pamareta, S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Es Krim Walls dengan Pendekatan SWOT dan QSPM pada PT Roxy Prameswari di Lampung. *Jurnal Simplex*, 1(1), 17–23.
- Rosida, D., & Anggraeny, F. T. (2023). Bhakti Inovasi bagi Masyarakat dalam Edukasi Manfaat dan Diversifikasi Olahan Dimsum. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 52–58.
- Sadeghi, F., Pashaeypoor, S., Nikpajouh, A., & Negarandeh, R. (2024). The impact of healthy nutrition education based on traffic light labels on food selection , preference , and consumption in patients with acute coronary syndrome : a randomized clinical trial. *BMC Public Health*, 24(1332), 1–10.
- Saman, W. R., & Lapamona, O. (2024). PEMANFAATAN LIMBAH UDANG (*Litopenaeus vannamei*) DENGAN PENAMBAHAN EKSTRAK KUNYIT (*Curcuma domestica*) DALAM PEMBUATAN KALDU BUBUK. *Jambura Fish Processing Journa*, 6(1), 42–51.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 124–134.