Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: galungwaknook@gmail.co

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 896-904

Analisis Kapabilitas Dan Model Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Dalam Produksi Keripik Rumput Laut Di Palembang

Irian Nasri[1)], Januar Ida Wibowati[2)], Nita Novianti[3)]
[123)]Institut Teknologi Dan Bisnis Bina Sriwijaya Palembang
Jalan Mayjen HM Ryacudu No.24, 8 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111
[1)] iriannasri5@gmail.com [2)] idaunpal28@gmail.com [3)] nitanovianti1234@gmail.com

Published: January 2026

ABSTRACT

So that the Palembang City seaweed chips industry can develop sustainably, this research emphasizes the need for an integrated strategy to improve the quality of human resources. To improve community welfare, especially in coastal villages, this study focuses on Griya Sako Palembang, the main location for producing seaweed chips. This study investigates the dynamics of local seaweed chips cultivation with an emphasis on natural conditions utilizing case study methodology and descriptive qualitative methodology. To provide a complete picture of seaweed production, data was collected through observation, interviews and documentation. The study's conclusions highlight enabling factors such as effective collaboration and adequate equipment as well as barriers such as unpredictable weather, inadequate water, and fluctuating costs. Although their reach is still limited, training programs organized by local governments have the ability to improve technical skills. To overcome these obstacles and encourage productivity and long-term economic growth in the seaweed chips industry in Palembang, this study emphasizes the need for capacity development and technical training

Keywords: Kapabilitas SDM; Manajemen SDM; Manajemen Ekonomi dan Bisnis; Pengembangan Produksi; Keripik Rumput Laut;

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Agar bisnis dan organisasi berhasil, manajemen sumber daya manusia sangatlah penting. Sebuah perusahaan membutuhkan manajemen strategis untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Bagi bisnis, manajemen sumber daya manusia memiliki fungsi khusus. Fondasi yang kokoh, seperti perencanaan dan penetapan tujuan serta strategi yang tepat, penting bagi mereka yang baru memulai dan merintis perusahaan. Jagung Bakar, Barbekyu, dan Balado Manis Pedas adalah dua varian keripik rumput laut Ulva yang diproduksi dan dijual oleh Elha, sebuah usaha kecil menengah (UMKM) rumahan. Keripik Rumput Laut Ulva adalah nama merek yang digunakan perusahaan keripik rumput laut ini. Sejak diluncurkan pada tahun 2018, perusahaan Keripik Rumput Laut Ulva Lactuva telah mengalami ekspansi yang luar biasa. Awalnya dibuat dengan tangan, keripik rumput laut kini diproduksi menggunakan teknologi yang lebih canggih. Area pemasaran, peralatan yang digunakan untuk membuat produk, jumlah karyawan, dan lokasi pembuatan Keripik Rumput Laut Ulva merupakan penanda pertumbuhan perusahaan.

Struktur bisnis ini berjalan dari pemasaran hingga manufaktur. Karena sebagian besar masyarakat Palembang bekerja, UMKM Elha yang berlokasi di Griya Permai Sako, Palembang, merupakan lokasi yang tepat untuk memulai usaha keripik rumput laut. Usaha keripik rumput laut ini beroperasi dari rumah. Salah satu jenis alga yang tumbuh di air disebut rumput laut. Keripik rumput laut adalah salah satu dari sekian banyak produk yang dapat dibuat dari rumput laut. Banyak orang, termasuk dewasa, lansia, dan anak-anak, menyukai keripik rumput laut sebagai camilan. Rumput laut juga memiliki

beberapa manfaat kesehatan. Semua bisnis, terlepas dari skalanya, menyediakan barang atau jasa kepada pelanggan dengan tujuan menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin.

Banyak faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan bisnis. Faktor-faktor tersebut meliputi pemanfaatan teknologi atau kekayaan intelektual, pengetahuan, dan pengembangan kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, dan menyelidiki perusahaan dan produk baru untuk kampanye iklan mendatang. Pemasaran produk merupakan upaya yang sulit, terutama mengingat semakin tingginya tingkat persaingan. Untuk tumbuh dan sukses sebagai wirausaha, kita harus mampu membangun perusahaan kita. Setiap perusahaan memiliki kendala internal dan eksternal yang harus diatasi, seperti kurangnya dana, hasil keuangan yang kurang memuaskan, tenaga kerja yang kurang berpengalaman, dan sebagainya. Banyak perusahaan, besar dan kecil, sekarang memahami betapa pentingnya memiliki rencana untuk menghadapi masalah eksternal dan perubahan zaman.

Tabel 1. Pendapatan Usaha Keripik Rumput Laut dari Tahun 2021 – 2024

No	Pendapatan	Tahun
1.	70.000.000	2021
2.	85.000.000	2022
3.	50.500.000	2023
4.	45.000.000	2024

Data: Tim Pengabdian, 2024

Seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas, pendapatan pemilik perusahaan bervariasi setiap tahun. Wawancara dengan penulis dan pemilik perusahaan mengungkap sejumlah masalah yang berkontribusi terhadap penurunan penjualan yang tajam. Penjualan perusahaan keripik rumput laut Ulva meningkat antara tahun 2021 dan 2022, namun penjualan menurun pada tahun 2023 dan 2024 dibandingkan dengan tahun 2022. Berikut adalah beberapa tantangan yang menyebabkan penurunan pendapatan: 1) Lingkungan dan Sosial; Lingkungan memiliki dampak besar terhadap perkembangan perusahaan. Misalnya, peluncuran beberapa produk baru menciptakan ketidakpastian pasar, yang pada gilirannya memengaruhi permintaan barang yang dipasok. Pemberlakuan PPKM (Pembatasan Kegiatan Masyarakat) semakin memperburuk hal ini. 2) Promosi; Perkembangan dipengaruhi oleh pemasaran. Promosi yang gencar diperlukan untuk mencapai hal ini. Namun, hanya gerai Indomaret dan Alfamart Modern di wilayah Kota Palembang yang digunakan untuk pemasaran oleh perusahaan keripik rumput laut Ulva. 3) Manufaktur; Proses pembuatan suatu barang disebut produksi. Namun, perusahaan keripik rumput laut Elha hanya memproduksi keripik sesuai permintaan, terkadang hanya seminggu sekali. Menurut wawancara, fluktuasi pendapatan dan penurunan omzet merupakan beberapa kesulitan yang dihadapi dalam operasi perdagangan dan manufaktur. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemasaran regional yang terbatas pada lokasi dan toko ritel tertentu. Selain itu, tenaga kerja tidak stabil, yang menyebabkan tingginya tingkat pergantian karyawan karena distribusi tenaga kerja yang tidak merata.

Mengelola bisnis merupakan tantangan tersendiri, terutama mengingat semakin ketatnya persaingan. Akibatnya, operasional perdagangan dan produksi menjadi sulit bagi perusahaan keripik rumput laut Ulva lactuva. Selain itu, perusahaan keripik rumput laut Ulva lactuva harus bersaing dengan perusahaan lain agar tetap bertahan, terutama dalam hal harga. Meskipun teknologi modern memiliki dampak besar pada pemasaran, pasarnya masih kecil dan mereka tidak menggunakan pemasaran internet. Mereka hanya mengiklankan produk mereka di Palembang. Mereka mungkin hanya berproduksi sekali setiap tujuh hari. Mereka juga tidak memiliki pesaing untuk keripik rumput laut mereka.

Namun, manajemen yang efisien diperlukan untuk mewujudkan potensi ini sepenuhnya, terutama terkait dengan sumber daya manusia (SDM). Manajemen budidaya keripik rumput laut yang efektif bergantung pada sumber daya manusia yang berpengetahuan dan berdaya saing. Rendahnya kualitas sumber daya manusia di wilayah pesisir yang berprofesi sebagai petani keripik rumput laut merupakan salah satu tantangan dalam budidaya keripik rumput laut, yang menyebabkan kualitas rumput laut yang rendah (Abdullah, 2011). Menurut penelitian lain, kesulitan dalam mengembangkan sumber daya manusia petani masih berkaitan dengan kurangnya keahlian mereka. Inovasi dan

penerimaan teknologi di masa depan dalam pertanian akan sangat terhambat oleh kondisi ini. Dengan penggunaan peralatan produksi non-mekanis, kemampuan petani sebagian besar masih tradisional. Fenomena ini dapat mendorong petani dan pemerintah untuk menyadari pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia yang ada guna meningkatkan produksi keripik rumput laut, baik dari segi kuantitas maupun kualitas (Fatmawati & Wahyudi, 2015).

Selain itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam budidaya keripik rumput laut juga berkaitan langsung dengan kesejahteraan masyarakat. Menanam keripik rumput laut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan, akibatnya, standar hidupnya. Jika petani merasa lebih sejahtera, mereka akan lebih termotivasi untuk menerapkan praktik budidaya yang lebih baik, sehingga menciptakan siklus positif yang berkelanjutan bagi sektor ini. Mengingat besarnya potensi rumput laut di Kota Palembang dan perannya yang signifikan dalam perekonomian daerah, diperlukan upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam pengembangan produksi keripik rumput laut. Kualitas sumber daya manusia dapat diartikan sebagai kemampuan petani dan pemangku kepentingan terkait untuk mengelola dan mengembangkan produksi rumput laut secara efisien dan inovatif, dengan memanfaatkan secara optimal pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang tersedia.

Dalam buku mereka Manajemen Sumber Daya Manusia, (Priyono & Darma, 2016) menegaskan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia sangat penting untuk meningkatkan produktivitas di tempat kerja, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada kekayaan. Tujuan pengembangan sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi manajemen organisasi. Oleh karena itu, kemampuan organisasi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing meningkat seiring dengan kualitas sumber daya manusianya. Menurut penelitian oleh (Putra et al., 2023), bisnis akan merasa lebih mudah untuk menyelesaikan berbagai tugas, termasuk meningkatkan produktivitas kerja, terutama di sektor manufaktur, jika mereka memiliki sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Fondasi pengembangan produksi yang efektif, yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing bisnis, adalah kualitas sumber daya manusia, bukan hanya komponen pendukung. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia bagi pertumbuhan manufaktur keripik rumput laut di Kota Palembang, diperlukan strategi yang menyeluruh dan terpadu. Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan berguna untuk penelitian ilmiah, membantu pertumbuhan industri rumput laut yang berkelanjutan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di wilayah pesisir. Selain itu, diharapkan implementasi hasil penelitian ini dapat menciptakan sinergi antara peningkatan kapasitas sumber daya manusia dengan produktivitas berkelanjutan, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kekuatan utama meliputi ketersediaan tenaga kerja, memanfaatkan potensi sumber daya lokal, harga produk terjangkau dan biaya produksi rendah. Kelemahan yang dihadapi adalah teknologi yang masih sederhana, keterbatasan modal, kualitas SDM yang rendah, dan produk yang kurang tahan lama. Peluang eksternal antara lain meningkatnya permintaan pasar, dukungan pemerintah, pangsa pasar yang luas, meningkatnya minat terhadap camilan sehat. Sedangkan ancaman meliputi kelangkaan bahan baku, fluktuasi harga, ketergantungan pada kondisi cuaca dan adanya pesaing baru. Strategi pengembangan yang dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT berada pada kuadran I (strategi agresif), dengan alternatif strategi meliputi: peningkatan kapasitas produksi, inovasi produk dan varian rasa, optimalisasi promosi dan branding, serta pemanfaatan program dukungan pemerintah. Diharapkan strategi ini dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan agroindustri Ulva-Q ke depan (Apriliani, 2025). Usaha produksi kue pada kelompok wanita tani ayu tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal berdasarkan hasil analisis matriks skor total yang didapatkan dari analisis matriks IFE yaitu 2,83. Sedangkan skor total yang didapatkan dari matriks EFE yaitu 2,68. Adapun alternatif strategi yang dapat diggunakan yaitu memberikan pelatihan dan penyuluhan manajemen produksi (Suparyana et al., 2020).

Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection adapun strategi yang harus dilakukan oleh usaha ini yaitu memberikan pendampingan dan pembinaan tentang bagaimana modal yang dibutuhkan usaha, memperoleh dana, mengelolah modal yang terbatas untuk memeperoleh agar mendapatkan manfaat maksimal. Industri baju bayi belum mempunyai pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana melakukan manajemen keuangan yang baik yang mempunyai dampak terhadap pengelolahan dan Perolehan (Suparwo et al., 2018). Home industry fiisa group jika dilihat dari faktor

internal dan faktor eksternal adapun strategi yang baik dipakai yaitu dengan meningkatkan modal, memperluas daerah pemasaran, pelatihan manajemen, menanfaatkan modal, mengeluarkan varian rasa yang baru, pangsa pasar di perluas, kualitas produk dipertahankan, sering melakukan kegiatan promosi, menjalankan kerjasama dengan pedagang lain, untuk memperlancar produksi maka diperlukan adanya pengoptimalan alat teknologi (Asminar et al., 2020). Hal serupa dari Hasil penelitian Usaha Industri Keripik (Studi UD. Lemo Sukses Sejati Kecamatan Kalisusu Buton Utara) dilihat dari aspek pasar/pemasaran dari tahun ketahun mengalami peningkatakan setiap tahun, dilihat dari aspek keuangan UD. Lemo Sukses Sejati mengunakan modal sendiri, dilihat dari aspek teknis/produksi mencapai 100 sampai 200 bungkus perhari, dilihat dari aspek SDM dan manajemen sudah baik di mana setiap karyawan di tempatkan pada skil yang di kuasai oleh karyawan. Hasil analisis SWOT strategi yang baik dipakai yaitu defferensiasi, oleh sebab itu alternatif strategi bersaing yang baik dipakai adalah SO (Chaerani & Nurjannah, 2020).

Hasil dari penelitian Usaha Industri Keripik (Studi UD. Lemo Sukses Sejati Kecamatan Kalisusu Buton Utara) dilihat dari aspek pasar/pemasaran dari tahun ketahun mengalami peningkatakan setiap tahun, dilihat dari aspek keuangan UD. Lemo Sukses Sejati mengunakan modal sendiri, dilihat dari aspek teknis/produksi mencapai 100 sampai 200 bungkus perhari, dilihat dari aspek SDM dan manajemen sudah baik di mana setiap karyawan di tempatkan pada skil yang di kuasai oleh karyawan. Hasil analisis SWOT strategi yang baik dipakai yaitu defferensiasi, oleh sebab itu alternatif strategi bersaing yang baik dipakai adalah SO Chaerani, (Chaerani & Nurjannah, 2020). Manajemen hubungan pelanggan merupakan sebuah pendekatan baru dalam mengelola hubungan korporasi dan pelanggan pada level bisnis sehingga dapat memaksimumkan komunikasi, pemasaran melalui pengelolaan database konsumen dengan menggunakan teknologi Customer relation management (CRM) mulai dari sistem operasi hingga transaksi, menganalisis siapa pelanggan yang paling potensial, frekuensi pembelian, tempat pembelian, customer profitability, trend analysis, segmentation prospensity modeling dan sebagainya yang disebut dengan analytical CRM. CRM akan fokus pada tiga komponen, yaitu, pelanggan, hubungan, dan manajemen. CRM mempunyai tiga tipe program, yaitu continuity marketing, one to one marketing dan partnering program. Ketiga program tersebut mempunyai bentuk yang berbeda-beda yakni untuk pemakai akhir, pelanggan distributor, atau pelanggan business to business (Sembiring et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Palembang, salah satu daerah penghasil keripik rumput laut di Provinsi Sumatera Selatan. Dinas Koperasi dan UMKM Palembang menyelenggarakan pelatihan ini pada tanggal 15 April 2025. Penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus merupakan metodologi yang digunakan, yang berupaya mendeskripsikan peristiwa secara tepat dan metodis. Penelitian kualitatif menekankan kualitas dan hubungan antar aktivitas sambil mendeskripsikan fenomena yang terjadi secara alamiah maupun buatan (Nurhawani & Nurhawani, 2019). Hanya situasi dunia nyata yang dideskripsikan dalam penelitian deskriptif ini; tidak ada variabel yang dimanipulasi (Azizah, 2023). Tiga metode utama digunakan untuk mengumpulkan data: dokumentasi, wawancara, dan observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas di lokasi penelitian (Harahap et al., 2024). Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dan data sekunder diperoleh dari organisasi terkait (Sufiyanto & Hefni, 2020). Foto, berita, dan laporan terkait merupakan contoh dokumentasi sebagai teknik bantu (Sembiring et al., 2019). Metode kualitatif deskriptif, seperti pengumpulan data, reduksi, penyajian, dan pengambilan kesimpulan, digunakan dalam analisis data (Kase et al., 2023). Tahap awal adalah pengumpulan data lapangan melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi. Melalui peringkasan dan penyaringan informasi berdasarkan fokus penelitian, langkah reduksi bertujuan untuk menyederhanakan data yang terkumpul. Para peneliti lebih mampu memahami permasalahan dan melakukan penelitian lebih lanjut berkat penyajian data. Untuk menjamin ketepatan interpretasi data, tahap terakhir melibatkan pembuatan inferensi dan konfirmasi data. Jika ditemukan kesalahan, kesalahan tersebut diperbaiki di lapangan untuk memberikan respons yang lebih tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perusahaan keripik rumput laut ini merupakan usaha rumahan di Palembang, Sumatera Selatan, menurut studi yang dilakukan terkait hal tersebut. Kesimpulan studi dan informasi yang dikumpulkan dari wawancara dengan pemilik perusahaan keripik rumput laut di Palembang, Sumatera Selatan, menunjukkan bahwa terdapat empat strategi yang diterapkan dalam pertumbuhan bisnis keripik rumput laut: strategi lokasi, penetapan harga, pemasaran, dan produk. Strategi adalah rencana untuk mencapai keunggulan pasar, (Klain Hog Yam, 2020).Perusahaan keripik rumput laut dapat tumbuh dan bersaing dengan para pesaing dengan menggunakan empat hal ini.

Metode Pembuatan Keripik Rumput Laut

Bahan-bahan dicampur, kemudian diratakan, dicincang, digoreng, dan dikemas untuk membuat keripik rumput laut Fuijah. Peralatan dan perlengkapan berikut dibutuhkan untuk membuat keripik rumput laut Ulva: 1) Alat; a. Wajan, b. Kuas, c. Wadah, d. Timbangan, e. Blender, f. Mixer, g. Pemipih atau penggiling, 2) Bahan; a. Satu kilogram tepung terigu, b. lima ratus gram rumput laut, c. satu bungkus Masako, d. satu kilogram saus balado atau karamel sesuai selera, e. tepung maizena sesuai selera, dan f. minyak goreng sesuai selera. 3) Proses pembuatan; Buat perekatnya terlebih dahulu, lalu adonan untuk keripik rumput laut. Adonan ini bisa dibuat dengan menambahkan minyak goreng secukupnya ke dalam wadah berisi pati secukupnya. Agar adonan keripik tidak terlalu encer, usahakan untuk tidak membuatnya terlalu encer.

Membuat keripik rumput laut: a) Bersihkan dan timbang rumput laut, lalu kukus hingga lunak; b) Masukkan tepung terigu dan masako ke dalam mangkuk setelah rumput laut diblender hingga halus; c) Aduk hingga rata; d) Pipihkan adonan dengan menggunakan penggilas adonan; e) Potong-potong adonan setelah dipipihkan; f) Pipihkan kembali adonan, lalu lapisi seluruhnya dengan perekat; g) Giling adonan hingga membentuk potongan kecil; h0 Potong adonan menjadi potongan-potongan kecil setelah digiling; i)Potong-potong adonan menjadi potongan-potongan kecil dan pipihkan kembali; j) Panaskan minyak goreng dan tunggu hingga mendidih setelah dipipihkan; k) Masukkan adonan yang sudah dipipihkan setelah mendidih; l) Angkat adonan dan biarkan dingin setelah berubah warna menjadi merah tua; m) Setelah dingin, balurkan bumbu pedas secara merata; n) Keripik siap disajikan, dimakan, dan dikemas.



Gambar 1. Foto Kegiatan pelatihan SDM Menganalisis mengenai Keripik Rumput Laut
Sumber: *Tim Pengabdian, 2024*

Gambar 1 merupakan Hasil dari produksi rumput laut yang yang diolah dengan cara digoreng atau dipanggang, kemudian diberi bumbu atau rempah-rempah untuk meningkatkan rasa.



Gambar 2. Produksi Keripik Rumput Laut yang Siap dijual atau di produksikan di Toko-toko, Minimarket dan pasar tradisional.

Industri keripik rumput laut menggunakan strategi berikut: 1) Strategi produk; Calon pelanggan diberikan tester sebagai bagian dari rencana produk, yang akan mendorong mereka untuk membeli. Dengan mendeskripsikan keripik rumput laut yang telah mereka konsumsi, mereka juga akan mempromosikan produk secara halus. Pelanggan juga dapat langsung melihat produknya karena kemasannya transparan. Orang-orang dapat mengenali keripik rumput laut dari kejauhan berkat warna cerah pada labelnya. Selain itu, keripik rumput lautnya menarik secara visual dan tipis, yang menambah kelezatannya dan menarik minat pelanggan. 2) Strategi harga; Harga keripik diubah untuk mencerminkan kondisi ekonomi lokal sebagai bagian dari rencana penetapan harga. Selain itu, harga pasar sejalan dengan keunggulan industri keripik rumput laut. 3) Strategi promosi Iklan langsung dari rumah ke rumah dan menawarkan barang tambahan eksklusif kepada pelanggan yang memesan dalam jumlah besar adalah dua strategi promosi utama yang digunakan (Iklan penjualan). 4) Strategi tempat; Memastikan lokasi mudah diakses oleh pelanggan adalah tujuan dari strategi lokasi yang digunakan. Selain itu, pemilik bisnis menjual barang konsinyasi di peritel populer seperti Alfamart, Alfamidi, dan Indomaret.

(Musfar, 2020) menegaskan bahwa bauran pemasaran perusahaan merupakan instrumen ampuh yang dapat dikelola untuk memengaruhi reaksi pasar sasaran. Memahami bauran pemasaran dan mengetahui cara mengoptimalkan pendapatan juga dapat menjamin profitabilitas. Perkembangan perusahaan keripik rumput laut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. (Santoso, 2021) mendefinisikan pengembangan bisnis sebagai cara metodis untuk melacak prospek pengembangan bisnis dan mempersiapkan diri menghadapi peluang pertumbuhan. Kekuatan (produk lezat dengan manfaat kesehatan, komunikasi dan hubungan yang baik antara karyawan dan pemilik bisnis, harga yang bervariasi, peralatan pemrosesan canggih, dan izin usaha) dan kelemahan (kurangnya promosi dan iklan yang teratur, kurangnya catatan keuangan akuntansi, dan terbatasnya wilayah pemasaran) merupakan dua faktor internal utama dalam industri keripik rumput laut.

Pengaruh eksternal terbagi dalam dua kategori: ancaman (persaingan dari produk lain, jaringan pemasaran yang lebih luas, dan persaingan yang lebih ketat untuk alat pemasaran) dan peluang (tidak ada pesaing yang menjual produk serupa, ketersediaan bahan baku, dan dukungan pemerintah daerah). Menurut analisis faktor internal, produk yang lezat dan menyehatkan merupakan kekuatan terbesar. Matriks tersebut tidak hanya menyoroti keunggulan perusahaan keripik rumput laut, tetapi juga kelemahan terbesarnya: ruang pemasaran yang terbatas. Menurut studi faktor eksternal, industri keripik rumput laut memiliki potensi terbesar karena ketersediaan bahan baku. Kemajuan teknologi informasi merupakan kekuatan eksternal yang paling berbahaya.

IFAS (Internal Analysis Summary) memberikan perusahaan keripik rumput laut skor kekuatan total sebesar 2,38 dan skor kelemahan total sebesar 0,66 berdasarkan pemeriksaan elemen internal dan eksternalnya. Berdasarkan diagram Cartesian analisis SWOT, perusahaan keripik rumput laut berada

pada kuadran 1 (satu), yang merupakan strategi agresif atau strategi pertumbuhan, sebagaimana ditunjukkan oleh EFAS (External Analysis Summary) yang menghasilkan skor peluang total sebesar 2,59 dan skor ancaman total sebesar 1,28. Ketika sebuah bisnis siap untuk berekspansi dengan beberapa tujuan, ia mengadopsi rencana agresif, yang juga dikenal sebagai strategi pertumbuhan. Strategi pertumbuhan mencakup sejumlah strategi bisnis, termasuk:

1. Pertumbuhan Konsentrasi

   Strategi perusahaan yang dikenal sebagai "pertumbuhan konsentrasi" atau "pertumbuhan pasar" berkonsentrasi pada satu produk atau bisnis layanan atau sejumlah terbatas item terkait.

   a. Strategi Integrasi Vertikal

      Ketika sebuah perusahaan pindah ke lokasi yang mendukung pasokan bahan baku atau mengirimkan barang lebih dekat ke klien, ini dikenal sebagai integrasi vertikal.

   b. Strategi Diversifikasi

      Strategi Diverisifikasi merupakan perusahan menghasilkan produk yang berbeda dari semula

   c. Strategi Agresif

      Strategi Agresif adalah strategi dalam berinvestasi yang mengacu pada gaya manajemen portofolio yang mencoba memaksimalkan keuntungan dengan mengambil tingkat resiko relatif lebih tinggi.

   Dari ketiga strategi tersebut, strategi agresif yang paling tepat untuk diterapkan pada bisnis keripik rumput laut.

2. Pertumbuhan Terkonsentrasi

   Strategi bisnis yang dikenal sebagai "pertumbuhan terkonsentrasi" atau "pertumbuhan pasar" berfokus pada satu produk atau layanan atau sejumlah kecil produk terkait.

Menurut penelitian (Kasih & P, 2021), bisnis dapat memperluas pasar mereka melalui peningkatan kualitas produk, inovasi produk, penjualan produk, retensi dan pertumbuhan pelanggan, serta kolaborasi eksternal untuk meningkatkan tingkat operasional dan mencapai pertumbuhan yang pesat. Selain itu, rencana pertumbuhan juga mencakup pemanfaatan peluang dengan meningkatkan kualitas dan volume produk yang ada, menurut penelitian (Sinaga et al., 2020).

PEMBAHASAN

1. *Analisis Kapabilitas Sumber Daya Manusia*

Analisis kapabilitas sumber daya manusia dalam produksi keripik rumput laut menunjukkan bahwa: 1) Tenaga kerja yang terlibat dalam produksi keripik rumput laut memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai dalam proses produksi. 2) Namun, masih terdapat beberapa kekurangan dalam hal pelatihan dan pengembangan keterampilan, sehingga perlu dilakukan pelatihan dan pengembangan keterampilan untuk meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia.

2. *Model Manajemen Sumber Daya Manusia*

Model manajemen sumber daya manusia yang dapat diterapkan dalam produksi keripik rumput laut adalah: 1) Pengembangan sistem pelatihan dan pengembangan keterampilan untuk meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia. 2) Penerapan sistem insentif dan penghargaan untuk meningkatkan motivasi dan kinerja tenaga kerja.

3. *Analisis Manajemen Ekonomi dan Bisnis*

Analisis manajemen ekonomi dan bisnis dalam produksi keripik rumput laut menunjukkan bahwa: 1) Biaya produksi keripik rumput laut relatif tinggi karena biaya bahan baku dan tenaga kerja yang tinggi. 2) Namun, harga jual keripik rumput laut juga relatif tinggi karena permintaan yang tinggi dan kualitas produk yang baik.

4. *Model Manajemen Ekonomi dan Bisnis*

Model manajemen ekonomi dan bisnis yang dapat diterapkan dalam produksi keripik rumput laut adalah: 1) Pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pendapatan. 2) Penerapan sistem manajemen biaya yang efektif untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi.

Dengan demikian, analisis kapabilitas dan model manajemen sumber daya manusia, manajemen ekonomi dan bisnis dapat membantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi keripik rumput laut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian yang memengaruhi strategi pengembangan Perusahaan Keripik Rumput Laut, kekuatan internal perusahaan (produk lezat dengan manfaat kesehatan, beragam harga, kemajuan dalam alat pengolahan, sertifikat izin usaha sudah ada, dan hubungan karyawan dan pemilik bisnis yang mapan) dan kelemahan (kurangnya promosi dan iklan teratur, catatan akuntansi yang tidak akurat, dan area pemasaran terbatas) adalah sebagai berikut. Peluang (bahan baku yang tersedia, kurangnya pesaing untuk produk yang sama, dukungan pemerintah daerah) dan bahaya (meningkatnya persaingan untuk alat pemasaran dan jaringan pemasaran pesaing yang lebih luas) muncul dari penyebab eksternal. Strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi lokasi adalah empat P yang digunakan dalam Analisis Model Manajemen Kemampuan dan Sumber Daya Manusia, Manajemen Ekonomi dan Bisnis dalam Produksi Keripik Rumput Laut di Palembang, menurut hasil kajian. Menurut hasil analisis, pendekatan agresif adalah yang terbaik untuk industri keripik rumput laut Kota Palembang. Menggunakan berbagai taktik, yaitu berfokus pada satu produk atau bisnis jasa atau sejumlah kecil barang terkait, dikenal sebagai pertumbuhan konsentrasi atau pertumbuhan pasar. Berdasarkan temuan studi, Perusahaan Keripik Rumput Laut Kota Palembang harus terus memperluas jangkauan pemasarannya untuk menyaingi produk pesaing sambil tetap mempertahankan keunggulan rasa dan kesehatan mereka. Perusahaan-perusahaan di Palembang yang menjual keripik rumput laut sedang meningkatkan pemasaran mereka untuk meningkatkan kesadaran, terutama di media sosial.

REKOMENDASI

Perlunya Pelatihan Teknis Produksi Rumput Laut untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi dan pengembangan keterampilan manajemen untuk pengusaha lokal agar dapat mengelola usaha dengan lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, A. A. (2011). Teknik Budidaya Rumput Laut (Kappaphycus alvarezii) dengan Metode Rakit Apung di Dsa Tanjung, Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur Technique Culture of Sea Weed (Kappaphycus alvarezii) with Flouting Raft Method in Tanjung Village, Saronggi Su. *Jurnal Ilmiah Perikanan Dan Kelautan*, *3*(1). http://repository.unair.ac.id/id/eprint/134819

Apriliani, A. (2025). *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Rumput Laut (Studi kasus pada Agroindustri Keripik Rumput Laut Ulva-Q di Desa Bagolo Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran*. http://repository.unigal.ac.id:8080/handle/123456789/7421

Asminar, Vera, A. A., & Asnawati, I. (2020). Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group. *Jurnal Agri Sains*, *04*(2), 107–93. https://doi.org/10.36355/jas.v4i2.420.

Azizah, E. (2023). Eksistensi Metode Dakwah Konvensional Pada Era Modern. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, *9*(3).

Chaerani, S. N., & Nurjannah, J. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Industri Keripik (Studi UD. Lemo Sukses Sejati Kecamatan Kulisusu Buton Utara). *Jurnala Administrasi Bisnis*, *05*(1), 212–199. https://doi.org/10.52423/bujab.v5i1.12630

Fatmawati, I., & Wahyudi, D. (2015). Potensi rumput laut di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pertanian Cemara*, *12*(1).

Harahap, K., Sari, M., & Sari, S. P. (2024). Analisis Pemanfaatan Teknologi Dalam Pembelajarandi Kelas III SD Darul Maaref School Foundation. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, *7*(1), 434–438. http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp

Kase, A. D., Sukiatni, D. S., & Kusumandari, R. (2023). Resiliensi remaja korban kekerasan seksual di Kabupaten Timor Tengah Selatan: Analisis Model Miles dan Huberman. *INNER: Journal of*

Psychological Research, *3*(2), 301–311. https://aksiologi.org/index.php/inner/article/view/1261
Kasih, Y., & P, C. A. (2021). Startegi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kotab Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *05*(1), 116–103. https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5504.
Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran ,Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran* (01 ed.). Media Sains Indonesia.
Nurhawani, J., & Nurhawani, M. J. (2019). Eksistensi Bahasa Arab dan Problematika Pembelajarannya di Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional USM*, *2*(1), 214–221.
Priyono, P., & Darma, U. B. (2016). *Buku manajemen sumber daya manusia*. Penerbit Zifatama.
Putra, M. H., Umiyati, S., & Prihatiningtyas, S. (2023). Pengaruh Kualitas SDM dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi PT. Kerta Rajasa Raya. *Journal Of Accounting and Business*, 72–86.
Sembiring, M. J., Fattah, A., & Wahyudi, S. (2019). *Kapabilitas Manajemen Hubungan Pelanggan Offline to Online Sebagai Pondasi Pemberdayaan Pengrajin Hasil Olahan Ikan Laut Masyarakat Pesisir Jawa Timur*. http://eprints.ubhara.ac.id/id/eprint/535
Sinaga, O., Dewi, R. K., & Antara, M. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Garam Rakyat di Desa Kusamba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, *04*(1), 110–96. https://doi.org/10.14710/agrsicionomics.v4i1.6081
Sufiyanto, M. I., & Hefni, M. (2020). Analisis penggunaan praktikum sederhana untuk meningkatkan keterampilan proses sains Di SDN Durbuk III pamekasan tahun pelajaran 2019/2020. *EDUPROXIMA (Jurnal Ilmiah Pendidikan Ipa)*, *3*(1), 1–17. https://doi.org/10.29100/eduproxima.v3i1.1848
Suparwo, A., Suhendi, H., Rachman, R., Arifin, T., & Shobary, M. N. (2018). Strategi Pengembangan usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection. *Jurnal Abdimas BSI*, *01*(02), 214–208. https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i2.3734.g2484.
Suparyana, P. K. S., Sukanteri, N. P., & Septiadi. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Produksi Kue Pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, *04*(01), 59–46. https://doi.org/10.32585/ags.v4i1.844.