



## Analisis Manajemen Strategis UMKM Pengolah Asin Jambal Roti dengan Metode Analisis PESTEL pada UMKM Jambal Roti Bu Encum

Nana Prihatna<sup>1</sup>, Salsabila<sup>2</sup>, Upin Fatiyah<sup>3</sup>, Daud Syaefurohman<sup>4</sup>, Rian Nur Vidiansyah<sup>5</sup>, Yusrillah Ahlul Firdaus<sup>6</sup>, Resna Deliana<sup>7</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti

<sup>2</sup>Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti

e-mail : [nanaprihatna24@gmail.com](mailto:nanaprihatna24@gmail.com)<sup>1</sup>, [shalsabila2811@gmail.com](mailto:shalsabila2811@gmail.com)<sup>2</sup>, [upinfatiyahf05@gmail.com](mailto:upinfatiyahf05@gmail.com)<sup>3</sup>, [dauds10@gmail.com](mailto:dauds10@gmail.com)<sup>4</sup>, [ryannurvidiansyah@gmail.com](mailto:ryannurvidiansyah@gmail.com)<sup>5</sup>, [yusrillah2002@gmail.com](mailto:yusrillah2002@gmail.com)<sup>6</sup>, [delianaresna22@gmail.com](mailto:delianaresna22@gmail.com)<sup>7</sup>

<p>Article history Received : 2 Oktober 2025 Revised : 6 Oktober 2025 Accepted : 12 Oktober 2025</p> <p>Kata Kunci: <i>Manajemen Strategis, UMKM; Jambal Roti; PESTEL; Analisis Eksternal;</i></p> <p>Keywords: <i>Strategic Management; UMKM, Jambal Roti; PESTEL; External Analysis;</i></p>	<p><b>Abstrak</b></p> <p><i>Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Jambal Roti Bu Encum yang berlokasi di Jalan Sinaraga Blok Makam Jongor Batu RT 06 RW 07 Pangandaran, Kabupaten Pangandaran, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kegiatan penelitian berlangsung pada tanggal 13 - 15 Juni 2025. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam terkait tantangan dan peluang yang dihadapi dalam industri pengolahan ikan asin. Pendekatan yang digunakan adalah analisis PESTEL, yang membagi faktor eksternal ke dalam enam aspek utama, yaitu: politik, ekonomi, sosial, teknologi, ekologi, dan hukum. Setiap aspek dianalisis guna menentukan dampaknya terhadap strategi bisnis dan keberlangsungan operasional UMKM Jambal Roti Bu Encum.</i></p> <p><b>Abstract</b></p> <p><i>This research was conducted on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Jambal Roti Bu Encum located at Jalan Sinaraga Blok Makam Jongor Batu RT 06 RW 07 Pangandaran, Pangandaran Regency, West Java Province, Indonesia. The research activities took place on June 13 to 15, 2025. The purpose of this research is to identify external factors that influence the sustainability of the business. This research provides in-depth insights related to the challenges and opportunities faced in the salted fish processing industry. The approach used is PESTEL analysis, which divides external factors into six main aspects, namely: political, economic, social, technological, ecological, and legal. Each aspect is analyzed to determine its impact on the business strategy and operational sustainability of SMEs Jambal Roti Bu Encum..</i></p>
	© 2025 Some rights reserved





## PENDAHULUAN

Kabupaten Pangandaran merupakan salah satu tempat tujuan wisata baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang terletak di Selatan Jawa Barat. Kabupaten Pangandaran memiliki ciri khas dibidang kuliner yaitu Ikan Asin Jambal Roti. Wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Pangandaran sering kali menjadikan Ikan Asin Jambal Roti ini sebagai oleh-oleh, sehingga permintaan untuk Ikan Asin Jambal Roti ini sangat tinggi dan terus menerus.

Ikan Asin Jambal Roti merupakan ikan ciri khas dari Pangandaran yang dibuat salah satunya dari Ikan Manyung atau Ikan Arius Thallasinus. Ikan asin jambal roti adalah produk yang dihasilkan dari pengolahan ikan manyung (Arius thallasinus). Nama jambal roti diambil dari sifat dagingnya yang mudah hancur setelah digoreng, mirip dengan roti panggang, yang memiliki aroma yang khas. Kualitas aroma dan tekstur dari jambal roti dipengaruhi oleh proses pengolahannya yang meliputi penggaraman, fermentasi, pengeringan, dan penyimpanan. □ Proses fermentasi menjadi penentu utama cita rasa khas Jambal Roti karena peran mikroorganisme dalam pembentukannya (Mutaqin, Suryani, & Hidayat, 2021).

Analisis PESTEL adalah suatu pendekatan dalam pemasaran yang berfungsi sebagai alat untuk menilai suatu bisnis. Persepsi masyarakat terhadap strategi pemasaran juga dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial dan budaya (Fam, Waller, & Erdogan, 2018). PESTEL digunakan untuk menilai berbagai faktor eksternal sebelum merumuskan

strategi bisnis (Islam, 2017). Dalam analisis PESTEL, ada enam komponen dari lingkungan eksternal yang diperhatikan: 1) Faktor Politik, yang menganalisis pengaruh kebijakan pemerintah terhadap perusahaan dan merknya. 2) Faktor Ekonomi, mencakup aspek seperti pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, inflasi, suku bunga, pendapatan masyarakat, dan tingkat pengangguran. 3) Faktor Sosial, yang berkaitan dengan demografi, budaya, pangsa pasar, tren, populasi, norma, dan perilaku masyarakat, yang sangat penting saat menargetkan produk kepada segmen konsumen tertentu. Faktor ini juga mempengaruhi kemampuan menarik tenaga kerja lokal serta memahami kesiapan mereka untuk bekerja dalam kondisi tertentu. 4) Faktor Teknologi, yang berkaitan dengan kemajuan inovasi dalam teknologi yang dapat berdampak positif atau negatif pada operasional industri dan bisnis. 5) Faktor Lingkungan, yang merujuk pada elemen alami yang dapat mempengaruhi industri, seperti cuaca, kondisi geografi, dan perubahan iklim yang berdampak pada perusahaan. Faktor ini dapat digunakan untuk merancang strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). 6) Faktor Hukum, yang berhubungan dengan regulasi dan undang-undang tertentu yang mempengaruhi iklim usaha, seperti undang-undang tentang hak paten dan peraturan kesehatan serta keselamatan kerja.

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu "Analisis





Manajemen Strategis UMKM Pengolah Asin Jambal Roti dengan Metode Analisis PESTEL pada UMKM Jambal Roti Bu Encum".

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam terkait tantangan dan peluang yang dihadapi dalam industri pengolahan ikan asin. Pendekatan yang digunakan adalah analisis PESTEL, yang membagi faktor eksternal ke dalam enam aspek utama, yaitu: politik, ekonomi, sosial, teknologi, ekologi, dan hukum. Setiap aspek dianalisis guna menentukan dampaknya terhadap strategi bisnis dan keberlangsungan operasional UMKM Jambal Roti Bu Encum.

Jenis data yang digunakan dalam penentuan sumber data penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dengan cara melakukan observasi dan wawancara kepada Bu Encum sebagai pemilik UMKM Jambal Roti ini serta data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan. Metode wawancara dan observasi tersebut akan digunakan untuk mengumpulkan data.

## **METODE PELAKSANAAN**

Penelitian ini dilakukan di salah satu lokasi yang berada di Jl.Sinaraga, Desa Pangandaran kabupaten Pangandaran, Jawa Barat, Indonesia yaitu pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Jambal Roti Bu Encum yang berlangsung pada tanggal 13 - 15 Juni 2025.

Penelitian ini mengkaji mengenai Ikan Jambal Roti di UMKM yang di Kelola oleh Bu Encum sendiri sebagai owner yang dibina oleh dinas terkait sejak tahun 2014 dengan memperhatikan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Penelitian ini memberikan wawasan tentang tantangan dan peluang yang dihadapi dalam industri pengolahan ikan asin.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategis pada UMKM Pengolah Asin Jambal Roti Bu Encum dengan menggunakan pendekatan analisis PESTEL. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang menurut Creswell (2013) bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara komprehensif faktor-faktor eksternal yang memengaruhi strategi bisnis UMKM.

Analisis PESTEL sendiri mencakup enam dimensi utama, yaitu politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum, yang menurut Johnson, Scholes, dan Whittington (2008) merupakan kerangka kerja penting dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal yang dapat memengaruhi arah strategis suatu organisasi.

Faktor-faktor eksternal yang dianalisis melalui pendekatan PESTEL dapat memengaruhi operasi dan strategi bisnis

UMKM secara signifikan. Untuk memahami pengaruh tersebut, penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber aslinya melalui observasi dan wawancara dengan pengelola UMKM Pengolah Asin Jambal Roti di Pangandaran. Menurut Sugiyono (2019:193), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan kuesioner.





Sementara itu, data sekunder merupakan data yang telah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain, seperti dokumen, laporan, atau publikasi yang relevan. William M.K. Trochim menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh orang lain untuk tujuan berbeda, namun dapat digunakan kembali dalam penelitian baru.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap

pengelola UMKM Jambal Roti Bu Encum, diperoleh temuan bahwa faktor-faktor eksternal yang dianalisis melalui pendekatan PESTEL memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi dan operasional usaha.

### A. *Political* (Politik)

Faktor politik memainkan peran penting dalam menentukan arah dan keberlangsungan operasional UMKM, termasuk UMKM Jambal Roti Bu Encum. Stabilitas politik, regulasi pemerintah, kebijakan impor, dan dukungan terhadap UMKM menjadi elemen kunci yang memengaruhi strategi bisnis.

#### 1. Stabilitas Politik

Stabilitas politik di Indonesia menjadi fondasi kelangsungan Ketidakpastian mengganggu penting usaha politik rantai bagi kecil. dapat pasokan, memengaruhi harga bahan baku, serta menurunkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal. Menurut Edward III dalam teori implementasi kebijakan, dimensi stabilitas politik termasuk dalam faktor lingkungan yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan kebijakan publik.

Metode observasi dan wawancara digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data, baik untuk memperoleh informasi langsung dari lapangan maupun untuk memperkuat temuan melalui sumber pendukung lainnya.

Dalam hal ini, UMKM Bu Encum memerlukan lingkungan politik yang kondusif agar dapat menjalankan operasional secara berkelanjutan.

#### 2. Regulasi Pemerintah

Kebijakan pemerintah terkait perizinan dan regulasi industri pengolahan makanan sangat menentukan keberhasilan UMKM. UMKM Bu Encum telah memiliki Izin Usaha Berbasis Risiko (NIB-RBA), Izin Edar PIRT dan telah memenuhi standar keamanan pangan melalui sertifikasi halal dan pencantuman informasi nilai gizi pada kemasan.

#### 3. Kebijakan Impor

Kebijakan impor bahan baku juga berdampak pada ketersediaan dan harga bahan baku ikan manyung. Kebijakan impor yang ketat dapat memberikan keuntungan bagi produsen lokal seperti UMKM Bu Encum karena mengurangi persaingan dari produk luar negeri. Hal ini mendukung pandangan bahwa kebijakan proteksionis dapat menjadi strategi pemerintah dalam memperkuat sektor UMKM domestik (Khoirul Anam, 2019).

#### 4. Dukungan UMKM

Pemerintah melalui dinas terkait telah menunjukkan komitmen dalam





mendukung pengembangan UMKM. UMKM Bu Encum, misalnya, telah mendapatkan pembinaan sejak tahun 2014 melalui pelatihan dan pendampingan usaha. Program-program ini membantu pelaku UMKM meningkatkan kapasitas produksi, inovasi produk, dan daya saing di pasar lokal maupun nasional. Namun, seperti yang disoroti dalam laporan Kompas, konsistensi dan keberlanjutan dukungan ini masih menjadi tantangan karena seringkali terjebak dalam kepentingan politik jangka pendek. Menurut Gede Diva dalam kajiannya tentang peran pemerintah, dukungan yang berkelanjutan dan terstruktur sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Faktor politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen strategis dan operasional UMKM Jambal Roti Bu Encum. Stabilitas politik yang terjaga memungkinkan kelangsungan usaha berjalan tanpa gangguan berarti, sementara regulasi yang jelas dan konsisten memperkuat kepercayaan konsumen melalui standar keamanan produk. Selain itu, kebijakan impor yang mendukung produksi lokal memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM, dan adanya dukungan pemerintah melalui pembinaan dan pelatihan memperkuat kapasitas serta daya saing usaha. Namun demikian, konsistensi dan keberlanjutan dari dukungan tersebut perlu dijaga agar UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga

mampu berkembang dalam iklim bisnis yang semakin kompetitif.

## B. **Economis (Ekonomi)**

Faktor ekonomi merupakan salah satu elemen penting yang memengaruhi keberlangsungan dan strategi bisnis UMKM. Dalam konteks UMKM Jambal Roti Bu Encum, terdapat empat indikator utama yang relevan, yaitu pertumbuhan ekonomi, inflasi dan harga bahan baku, upah minimum, serta fluktuasi nilai tukar rupiah.

### 1. **Pertumbuhan Ekonomi**

Pertumbuhan ekonomi yang positif berdampak langsung terhadap peningkatan daya beli masyarakat. Ketika pendapatan masyarakat meningkat, permintaan terhadap produk konsumsi seperti ikan asin jambal roti juga cenderung naik. Menurut Tambunan (2012), pertumbuhan ekonomi yang stabil menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM karena memperluas pasar dan meningkatkan potensi pendapatan. Hal ini menjadi peluang bagi UMKM Bu Encum untuk memperluas distribusi dan meningkatkan volume produksi.

### 2. **Inflasi & Harga Bahan Baku**

Inflasi yang tinggi dapat menyebabkan kenaikan harga bahan baku, seperti ikan manyung, garam, dan bahan kemasan. Kenaikan ini berdampak pada biaya produksi dan dapat menurunkan margin keuntungan. Oleh karena itu, UMKM perlu mengelola biaya secara efisien. Sukirno (2016) menyatakan bahwa inflasi yang tidak





terkendali dapat mengganggu stabilitas usaha kecil karena mereka memiliki keterbatasan dalam melakukan penyesuaian harga secara cepat.

### 3. Upah Minimum

Kebijakan kenaikan upah minimum juga memengaruhi struktur biaya UMKM. Meskipun bertujuan meningkatkan kesejahteraan pekerja, kenaikan ini dapat menambah beban biaya operasional. UMKM Bu Encum perlu menyesuaikan strategi manajerial, seperti efisiensi tenaga kerja atau diversifikasi produk, agar tetap menjaga profitabilitas. Menurut Nugroho (2020), UMKM harus mampu menyeimbangkan antara kepatuhan terhadap regulasi ketenagakerjaan dan efisiensi operasional agar tetap kompetitif

### 4. Kurs Rupiah

Fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing dapat memengaruhi biaya impor bahan baku tambahan atau peralatan produksi. Kenaikan nilai tukar dapat meningkatkan biaya produksi secara keseluruhan. Oleh karena itu, UMKM perlu mempertimbangkan strategi pengadaan lokal atau substitusi bahan baku. Sadono Sukirno (2015) menekankan bahwa nilai tukar yang

tidak stabil dapat menciptakan ketidakpastian dalam perencanaan usaha, terutama bagi pelaku usaha kecil yang bergantung pada bahan baku impor.

Faktor ekonomi memiliki pengaruh yang kompleks dan langsung terhadap keberlangsungan dan strategi usaha UMKM Jambal Roti Bu Encum. Pertumbuhan ekonomi yang stabil memberikan peluang ekspansi pasar dan peningkatan produksi. Namun demikian, tekanan dari inflasi, kenaikan harga bahan baku, serta kenaikan upah minimum menuntut efisiensi manajerial dan kontrol biaya yang cermat. Selain itu, fluktuasi nilai tukar rupiah menghadirkan tantangan dalam pengadaan bahan baku atau alat produksi, yang menuntut fleksibilitas dalam strategi pengadaan dan adaptasi terhadap dinamika pasar. Ini terkait dengan penerapan pengendalian risiko agar kinerja organisasi menjadi lebih efektif dan efisien, sekaligus mampu meminimalkan risiko operasional (Prihatna et al., 2023). Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk menerapkan strategi bisnis yang responsif dan adaptif terhadap perubahan kondisi ekonomi guna menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha.

## C. Social (Sosial)

### 1. Perubahan Gaya Hidup

Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi pergeseran gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat urban dan generasi muda. Munculnya tren serba cepat, mobilitas tinggi, serta gaya hidup praktis

menimbulkan dampak terhadap pola konsumsi.

- a. Gaya hidup praktis mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk yang mudah dan cepat diolah. Oleh karena itu, UMKM Bu Encum perlu menyesuaikan produknya dalam





bentuk kemasan instan dan siap saji guna memenuhi ekspektasi konsumen yang mengutamakan kepraktisan.

- b. Tren konsumsi digital dan budaya makanan berbasis daring menyebabkan perubahan signifikan dalam cara konsumen mengenal dan memilih produk. Konsumen kini lebih terpapar pada informasi melalui media sosial, sehingga UMKM Bu Encum perlu mengembangkan strategi promosi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk.
- c. Urbanisasi memengaruhi preferensi konsumen yang tinggal di wilayah perkotaan, di mana terdapat kecenderungan lebih besar terhadap produk dalam kemasan kecil, higienis, dan berlabel. Menyikapi hal ini, UMKM Bu Encum perlu melakukan inovasi pada desain kemasan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan standar pasar urban.

Dalam implikasi Strategis UMKM Bu Encum perlu melakukan inovasi kemasan dan branding, seperti penggunaan vacuum pack, desain modern namun tetap menampilkan identitas lokal. Promosi digital seperti lewat Instagram, TikTok, dan *e-commerce* lokal menjadi penting untuk menjangkau pasar generasi muda.

## 2. Kesadaran Kesehatan

Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya kesehatan berdampak pada preferensi makanan. Masyarakat mulai menghindari makanan dengan kadar garam tinggi, bahan pengawet buatan, serta makanan yang tidak diketahui asal-usulnya.

- a. Kecenderungan konsumen untuk memilih makanan sehat menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap produk dengan kandungan garam yang rendah. Oleh karena itu, UMKM Bu Encum perlu melakukan edukasi kepada konsumen bahwa produk jambal roti yang dipasarkan diproses secara alami tanpa menggunakan bahan pengawet kimia.
- b. Tingginya kebutuhan akan transparansi informasi produk menuntut pelaku UMKM untuk menyediakan informasi yang jelas terkait proses produksi serta bahan baku yang digunakan. Sebagai respons terhadap hal ini, UMKM Bu Encum diharapkan mencantumkan informasi nilai gizi dan metode pengolahan pada kemasan produknya.
- c. Preferensi terhadap makanan lokal dan organik memberikan peluang besar bagi produk tradisional seperti asin jambal roti Bu Encum, yang diolah secara alami dan berasal dari sumber lokal. Kondisi ini dapat dimanfaatkan untuk memperluas



pangsa pasar dan memperkuat nilai jual produk.

Dalam implikasi Strategis UMKM harus melakukan edukasi melalui label dan media sosial bahwa produk mereka tidak menggunakan bahan kimia tambahan. Selain itu, dapat dipertimbangkan untuk menciptakan varian "*light salted*" bagi konsumen *sensitive*.

### 3. Preferensi Lokal

Preferensi masyarakat terhadap produk lokal dan budaya kuliner tradisional masih kuat, terutama di wilayah seperti Pangandaran yang memiliki identitas gastronomi tersendiri. Ini menjadi peluang untuk mempertahankan eksistensi produk khas seperti asin jambal roti.

- a. Loyalitas terhadap rasa tradisional menunjukkan bahwa produk yang mempertahankan cita rasa autentik lebih mudah diterima oleh konsumen lokal maupun wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi UMKM Bu Encum untuk terus menjaga dan mengedepankan keaslian rasa sebagai nilai jual utama produknya.
- b. Dukungan terhadap produk lokal menjadi peluang yang signifikan, mengingat konsumen cenderung

### 4. Integrasi Strategi Sosial dalam Manajemen UMKM

Ketiga elemen sosial tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling terkait dan harus direspons secara holistik. UMKM Bu Encum dapat menyusun strategi sosial adaptif sebagai berikut :

- a. Strategi inovasi kemasan dan branding diterapkan sebagai bentuk respons

memilih produk yang berasal dari produsen lokal, khususnya apabila dikaitkan dengan identitas daerah seperti oleh-oleh khas Pangandaran. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh UMKM Bu Encum untuk memperkuat citra produk sebagai representasi kuliner lokal.

- c. Kebiasaan konsumsi secara komunal membuka potensi pasar yang luas, karena produk asin kerap dijadikan hidangan pelengkap dalam kegiatan keluarga, acara hajatan, maupun perayaan hari-hari besar keagamaan. Dengan demikian, UMKM Bu Encum dapat mengembangkan strategi pemasaran yang menyesuaikan dengan momen-momen komunal tersebut.

Dalam implikasi Strategis, Strategi diferensiasi berbasis budaya lokal penting dipertahankan. UMKM Bu Encum dapat menonjolkan cerita warisan resep keluarga, bahan baku lokal, dan keterkaitan budaya dalam promosi produknya. Hal ini juga memperkuat posisi produk sebagai bagian dari identitas kuliner Pangandaran.

terhadap perubahan gaya hidup masyarakat serta preferensi konsumen urban yang semakin mengarah pada pola konsumsi digital dan visual.

- b. Strategi edukasi produk sehat dijalankan untuk menjawab meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya pola makan sehat, dengan menekankan





keunggulan produk yang diolah secara alami dan bebas bahan pengawet kimia.

- c. Strategi pelestarian identitas lokal dilakukan guna memenuhi kebutuhan konsumen akan produk-produk yang merepresentasikan kekayaan tradisi dan kearifan lokal, sekaligus memperkuat daya saing produk

#### D. Technological (Teknologi)

Faktor teknologi mewakili cara bisnis dan industri menggunakan teknologi. Ini melibatkan menjalankan bisnis atau memproduksi dan menjual barang dan jasa. Bisnis yang mengikuti perkembangan teknologi mungkin menggunakannya untuk membuat dan menyempurnakan rencana mereka. Dalam penelitian pada hari Sabtu, 14 Juni 2025 di salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Pangandaran yaitu Ikan Jambal Roti bu Encum yang beralamat di Jalan Sirnaraga Blok Makam Jongor Batu RT06 RW 07 Pangandaran terdapat beberapa elemen-elemen yang termasuk dalam faktor teknologi sebagai berikut :

##### 1. Digitalisasi Pemesanan

Bu Encum salah satu pemilik UMKM ikan asin jambal roti di Pangandaran, tidak hanya menjual ikan asin jambal roti saja, tetapi juga menjual berbagai olahan ikan yang diolah menjadi beberapa variasi yang bisa dinikmati atau dijadikan salah satu oleh-oleh khas Pangandaran bagi wisatawan yang berkunjung ke Pangandaran. Bu Encum menjual hasil olahannya dengan cara offline tetapi seiring perkembangan teknologi Bu Encum memanfaatkan kemajuan teknologi

sebagai bagian dari kekayaan kuliner daerah.

Dengan mengintegrasikan strategi berbasis sosial ini ke dalam manajemen operasional dan pemasaran, UMKM Bu Encum dapat mempertahankan daya saingnya dalam industri makanan tradisional yang menghadapi tantangan modernisasi.

dengan melakukan penjualan ikan jambal roti secara online.

Produk Bu Encum dapat dipesan melalui berbagai platform media sosial yaitu aplikasi WhatsApp dan dikirim melalui kurir JNE, sehingga konsumen dari luar Pangandaran tetap bisa membeli meski tidak berkunjung langsung ke tempat bu Encum. Penjualan online ini terbukti efektif, terutama saat wisatawan sepi, karena pesanan tetap masuk lewat media sosial tersebut. Selain itu, sistem pembayaran dan pengelolaan pesanan menjadi lebih mudah dan efisien dengan adanya digitalisasi pemesanan.

##### 2. Otomatisasi Dapur

Proses produksi ikan jambal roti Bu Encum masih didominasi oleh cara tradisional, mulai dari pemotongan ikan, penggaraman, pengeringan, hingga pengemasan. Dalam tahap pengeringan ikan dibantu dengan alat spinner untuk mempercepat pengeringan. Namun, ada inovasi pada aspek pengemasan, yaitu penggunaan kemasan vakum (*vacuum pack*) yang membuat produk lebih tahan lama dan tidak mudah berbau amis. Pengemasan modern ini merupakan salah satu bentuk penerapan teknologi sederhana untuk menjaga kualitas produk selama pengiriman





jarak jauh. Untuk otomasi penuh seperti penggunaan mesin otomatis dalam proses produksi utama.

### 3. Media Sosial

Promosi dan pemasaran produk Bu Encum sangat aktif dilakukan melalui media sosial seperti *WhatsApp*. Media sosial digunakan untuk memperkenalkan produk, menginformasikan promo, serta membangun komunikasi dengan pelanggan. Strategi ini efektif memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, karena pelanggan dapat dengan mudah melihat produk dan melakukan pemesanan kapan saja. Media sosial juga membantu membangun UMKM Bu Encum sebagai oleh-oleh khas Pangandaran yang terpercaya.

Dengan memanfaatkan teknologi melalui digitalisasi pemesanan, otomatisasi dapur, dan media sosial, Bu Encum dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki pengalaman pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Ini akan membantu bisnis ikan jambal roti Bu Encum untuk tetap kompetitif dan relevan di pasar yang terus berkembang.

## E. Environmental (Lingkungan)

### 1. Kesadaran Lingkungan

Ibu Encum selaku UMKM pengolahan ikan jambal roti di Pantai Pangandaran menunjukkan perhatian yang serius terhadap lingkungan. Mereka memanfaatkan limbah dan menerapkan metode pengolahan yang lebih modern. Namun, diperlukan dukungan sistematis

dengan menyediakan fasilitas yang lebih baik serta peraturan sanitasi untuk menghasilkan produk yang tidak hanya enak dan bernilai ekonomi, tetapi juga aman dan mendukung lingkungan.

### 2. Sampah Makanan

Sampah makanan seperti kepala ikan, jeroan selama ini tidak dibuang begitu saja tetapi diolah menjadi produk kuliner bernilai tambahan seperti abon ikan jambal roti.

### 3. Bahan Baku Berkelanjutan

Bahan pokok yang digunakan adalah ikan Manyung (*Arius Thalassinus*) dan Kadukang (*Hexanemachthys sagor*), yang memiliki daging yang besar dan tebal, dipilih karena memberikan rasa unik pada jambal roti. Bahan baku ini di pasok oleh pemasok kepada Ibu Encum selaku UMKM, kemudian apabila adaya perubahan musim pemasok tetap megusahakan mencari ikan tersebut kepada para nelayan sehingga kebutuhan bahan baku Ibu Encum tercukupi.

## F. Legal (Hukum)

Dalam menjalankan usaha pengolahan ikan laut, aspek legal menjadi pilar penting yang memastikan keberlangsungan dan penerimaan produk di pasar. UMKM yang patuh terhadap regulasi tidak hanya menghindari risiko hukum, tetapi juga membuka peluang lebih luas, seperti kemitraan dagang, distribusi di pasar modern, dan potensi ekspor. Berikut adalah beberapa poin kunci dalam aspek legal yang harus diperhatikan oleh UMKM pengolahan ikan laut seperti Abon Jambal Roti Bu Encum :

### 1. Perizinan Usaha dan Legalitas Produk

UMKM wajib mengantongi Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS (*Online Single Submission*). Selain itu, jika produk akan diedarkan secara luas, pelaku usaha harus memperoleh izin edar yang sesuai, yaitu:

- Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) untuk usaha berskala kecil-menengah, yang dapat dicek di alamat : <https://sppirt.pom.go.id/cek-sppirt>
- Atau izin BPOM MD untuk produk yang dijual secara nasional atau ekspor.

Pada kemasan produk Abon Jambal Roti Bu Encum, tercantum dengan jelas nomor PIRT: 2023218010339-30 yang terbit tanggal 19 Mei 2025 dan berlaku sampai dengan 19 Mei 2030.



Legalitas Produk

### 2. Sertifikasi Halal dan Labelisasi

Sesuai dengan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, UMKM wajib mengajukan sertifikat halal untuk produk olahan ikan laut, terutama jika ditujukan bagi konsumen Muslim. Label kemasan juga harus memuat informasi yang lengkap dan benar, seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, berat bersih, dan kode produksi.

Pada produk Abon Ikan Jambal Roti Bu Encum nomor Sertifikat Halal yang tercantum pada kemasan yaitu dengan

nomor Sertifikat Halal : ID32110000511900522 dan setelah dilakukan pengecekan pada alamat : <https://bpjph.halal.go.id/> nomor tersebut terdaftar untuk tiga produk sekaligus yaitu Abon Ikan Jambal Roti, Aneka Ikan Asin dan Ikan Asin Jambal Roti dimana ketiganya tercatat sebagai produk milik Ibu Encum Mintarsih.



Gambar 2 Sertifikasi Halal dan Labelisasi

### 3. Keamanan dan Higienitas Pangan

Mengacu pada Peraturan BPOM dan Kementerian Kesehatan, UMKM pengolahan ikan laut harus menerapkan prinsip Good Manufacturing Practices (GMP) atau Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB). Ini mencakup :

- Higienitas tempat dan alat produksi,
- Pemisahan antara bahan mentah dan olahan,
- Penggunaan bahan tambahan pangan yang sesuai regulasi.

### 4. Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP) Hasil Perikanan

Menurut Surat Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan Nomor 90 Tahun 2021 tentang Standar Pelayanan Lingkup Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan pada Lampiran Bab I menyebutkan bahwa Sertifikat Kelayakan Pengolahan yang selanjutnya disingkat SKP adalah sertifikat

yang diberikan kepada Pelaku usaha terhadap setiap unit pengolahan ikan yang telah menerapkan cara pengolahan ikan yang baik dan memenuhi persyaratan prosedur operasi standar sanitasi. Pada UMKM Abon Ikan Jambal Roti Bu Encum, nomor SKP yang tercantum pada kemasan yaitu No 34442/32/SKP/LN/XI/2024 dan ini berarti proses pengolahan ikan jambal roti telah sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.



#### 5. Ketentuan Ketenagakerjaan

UMKM yang mempekerjakan tenaga kerja harus memenuhi ketentuan dalam UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, termasuk memberikan upah minimum, jam kerja yang sesuai, serta jaminan BPJS Ketenagakerjaan. Kepatuhan terhadap hukum ini penting untuk menjaga stabilitas operasional dan menghindari sengketa industrial.

Pemilik Abon Ikan Jambal Roti Bu Encum tidak mempunyai pegawai tetap, proses pembayaran upah diberikan setelah ada proses pengolahan produk dengan tarif yang adil untuk pegawai yang satu dan pegawai yang lainnya sesuai kinerja

yang telah dilakukan, membeli bahan baku ikan dengan harga sama pada setiap pemasok, menjual dengan harga yang sama antara satu konsumen dengan konsumen yang lainnya dan tidak membedakan harga, tidak meningkatkan harga ketika permintaan meningkat.

#### 6. Peraturan Perlindungan Konsumen

UMKM juga wajib mematuhi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan tidak memberikan informasi menyesatkan pada kemasan, menjaga mutu produk, dan bertanggung jawab atas keluhan konsumen. Hal ini dapat terlihat pada kemasan produk Abon Ikan Jambal Roti Bu Encum yang mencantumkan dengan jelas dan rinci informasi perizinan, komposisi bahan, informasi nilai gizi dan informasi tanggal kadaluarsa.

Aspek legal dalam pengolahan ikan laut bagi UMKM Abon Ikan Jambal Roti Bu Encum bukan sekadar kewajiban administratif, tetapi juga bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Kepatuhan terhadap regulasi membuka akses terhadap pasar yang lebih luas, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat daya saing usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM Abon Ikan Jambal Roti Bu Encum perlu terus memperbarui pemahaman terhadap kebijakan pemerintah dan melakukan penyesuaian proses bisnis agar selalu berada dalam koridor hukum yang berlaku.

#### KESIMPULAN



Berdasarkan hasil analisis PESTEL, terdapat sejumlah faktor eksternal yang secara signifikan memengaruhi keberlangsungan dan strategi bisnis UMKM Jambal Roti Bu Encum.

Pada aspek politik, kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM—seperti pelatihan, subsidi, dan pengawasan terhadap keamanan pangan—merupakan peluang strategis bagi UMKM Bu Encum untuk meningkatkan kualitas serta legalitas produk. Meskipun demikian, potensi tantangan tetap ada, khususnya apabila terdapat regulasi baru yang dapat memberatkan pelaku usaha mikro dan kecil.

Dari sisi ekonomi, permintaan terhadap produk ikan asin jambal roti tetap tinggi karena posisinya sebagai oleh-oleh khas Pangandaran. Akan tetapi, fluktuasi harga bahan baku dan penurunan daya beli masyarakat akibat inflasi dapat berdampak negatif terhadap keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi efisiensi serta diversifikasi produk guna menjaga stabilitas operasional.

Aspek sosial menunjukkan bahwa perubahan gaya hidup konsumen yang cenderung memilih makanan sehat dan praktis menjadi tantangan sekaligus peluang. Upaya edukasi mengenai proses produksi alami serta inovasi dalam kemasan yang modern diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk.

Selain itu, budaya konsumsi komunal dan loyalitas terhadap cita rasa tradisional merupakan nilai tambah yang patut dipertahankan.

Dalam aspek teknologi, kemajuan teknologi digital memberikan kemudahan dalam hal promosi dan distribusi produk melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Oleh sebab itu, adaptasi terhadap tren digital marketing dan sistem penjualan daring menjadi hal yang krusial untuk memperluas jangkauan pasar.

Faktor lingkungan (*ekologi*) juga berpengaruh, mengingat kondisi cuaca dan musim secara langsung memengaruhi proses pengeringan ikan. Dengan demikian, penerapan teknologi pengeringan ramah lingkungan dan pengelolaan limbah produksi menjadi langkah penting dalam menjaga keberlanjutan usaha sekaligus memperhatikan aspek kelestarian lingkungan.

Adapun pada aspek hukum, kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku, seperti pencantuman label gizi, pengurusan izin edar, dan sertifikasi halal, merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan konsumen. UMKM Bu Encum perlu terus memperkuat legalitas usaha agar mampu bersaing secara sehat di pasar yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, analisis PESTEL menunjukkan bahwa UMKM Bu Encum memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan apabila mampu





menyesuaikan diri dengan dinamika lingkungan eksternal serta mengoptimalkan setiap peluang yang ada. Dengan strategi yang adaptif dan berorientasi keberlanjutan, UMKM ini dapat memperkuat daya saingnya di tengah persaingan pasar yang kian ketat.

## DAFTAR PUSAKA

### Buku

- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Arifin, Z. (2008). *Dasar-dasar penulisan karya ilmiah* (Edisi ke-7). Bumi Aksara.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy: Text and cases* (8th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi teori pengantar*. RajaGrafindo Persada.
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES.

### Disertasi/Tesis/Skripsi

- Anam, K. (2019). *Pengaruh kebijakan proteksionisme terhadap daya saing UMKM di Indonesia* (Skripsi, Universitas Negeri Semarang).
- Diva, G. (2021). *Peran pemerintah dalam pengembangan UMKM di era globalisasi* (Tesis, Universitas Udayana).
- Hidayat, M. (2020). *Analisis strategi inovasi produk UMKM berbasis teknologi digital* (Disertasi, Universitas Brawijaya).
- Lestari, R. (2022). *Pengaruh perubahan gaya hidup terhadap strategi pemasaran UMKM makanan tradisional* (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Nugroho, A. (2020). *Strategi UMKM dalam menghadapi kenaikan upah minimum regional* (Tesis, Universitas Gadjah Mada).
- Permata Sari, I. (2023). *Efektivitas kebijakan publik terhadap UMKM di Jawa Barat* (Skripsi, Universitas Padjadjaran).
- Ramadhani, F. (2021). *Pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran UMKM di era digital* (Tesis, Universitas Indonesia).

### Jurnal

- Fam, K. S., Waller, D. S., & Erdogan, B. Z. (2018). The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products. *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 537–555.
- Islam, M. S. (2017). PESTEL analysis as a strategic tool for decision making.





*International Journal of Business and Management Invention*, 6(6), 17–21.

- Mutaqin, A., Suryani, E., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh proses fermentasi terhadap mutu ikan asin jambal roti. *Jurnal Teknologi Hasil Perikanan*, 14(2), 89–96.
- Prasetyo, A. R., & Sutopo, W. (2020). Strategi digitalisasi UMKM dalam menghadapi era industri 4.0. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 18(2), 45–52.
- Prihatna, N., Nidar, S. R., Anwar, M., & Herwany, A. (2023). Maximizing

efficiency and profit through productive asset management and risk control. *Economic Annals-XXI*, 204(7–8), 50–56.

<https://doi.org/10.21003/ea.V204-07>

- Trochim, W. M. K. (2006). The research methods knowledge base. *Journal of Research Methodology*, 2(1), 1–12.
- Wibowo, A., & Sari, D. (2021). Pengaruh media sosial terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 12–20