

**Prosiding Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis Ke-37
Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.
“Techno Agro-Maritime 5.0: Digital Innovation and Industrial Downstreaming for
Sustainable Blue and Green Economy”
Makassar, 22 Oktober 2025**

**Strategi Usaha Untuk Meningkatkan Jangkauan Pasar Pada UMKM Ikan Bandeng di
Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan**

*Strategic Approaches to Enhance Market Reach of Milkfish-Based MSMEs in Pangkejene
and Islands Regency*

Abdullah^{1*}, Muhammad Ridwan², Ilyas³

^{1,2,3} Agribisnis Perikanan, Bisnis, Politeknik Pertanian Negeri Pangkejene Kepulauan

*Korespondensi: ullahat@gmail.com

Abstrak

Sektor perikanan memegang peranan penting didalam perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor perikanan dan produk nasional yang berasal dari perikanan. Selain itu, dikenal sebagai negeri bahari yang memiliki bentangan perairan yang amat luas disertai dengan kekayaan ekosistem perairan yang melimpah. Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan deskripsi kualitatif menggambarkan dan menganalisis secara mendalam mengenai strategi pengembangan usaha, efektivitas penggunaan analisis SWOT, serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas pemasaran online dan offline. Metodologi yang digunakan bersumber dari data prime dan data sekunder melalui wawancara dan observasi serta melakukan analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor titik koordinat SWOT (0.62 : -1.64). Dengan posisi tersebut, Diversifikasi yang dimaksud dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan produk baru yang masih relevan dengan usaha inti perusahaan, memasuki segmen pasar yang berbeda, atau memperluas jangkauan ke wilayah pemasaran yang lebih luas. Dengan demikian, perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengurangi dampak dari berbagai ancaman eksternal yang ada, menjaga keberlangsungan usaha, dan meningkatkan daya saing di pasar yang dinamis. Dengan strategi ini diharapkan perusahaan tidak hanya bertahan di tengah tekanan lingkungan yang sulit, tetapi juga bisa menemukan peluang-peluang baru yang mungkin sebelumnya tidak terlihat, sehingga dapat berkembang lebih baik di masa depan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, Jangkauan pasar

Abstract

The fisheries sector plays a vital role in the national economy. This is evident from the large number of people whose livelihoods or employment are tied to fisheries, as well as the significant contribution of fishery products to national output. Moreover, Indonesia is recognized as a maritime nation with vast aquatic territories and abundant aquatic ecosystem resources. This study employs a qualitative descriptive research approach. The qualitative descriptive method is used to explore and analyze in depth the business development strategies, the effectiveness of SWOT analysis, and the factors influencing the effectiveness of both online and offline marketing. The methodology is based on primary and secondary data collected through interviews and observations, followed by qualitative data analysis using descriptive and SWOT approaches. The research findings indicate that the SWOT coordinate score is (0.62 : -1.64). Based on this position, the recommended diversification strategy can be implemented by introducing new products that remain aligned with the company's core business, entering different market segments, or expanding reach into broader marketing areas. This approach enables the company to leverage its strengths to mitigate the impact of various external threats, sustain business continuity, and enhance competitiveness in a dynamic market environment. Through this strategy, the company is expected not only to survive under challenging environmental pressures but also to uncover new opportunities that may have previously gone unnoticed, thereby fostering better growth in the future.

Keywords: Development Strategy, SWOT Analysis, Market Reach

PENDAHULUAN

Perikanan adalah salah satu sub sektor pertanian yang cukup pontensial untuk dikembangkan. Hal ini ditunjang oleh kondisi lingkungan, di mana indonesia yang termasuk negara maritime mempunyai kekayaan alam laut wilaya indonesia mempunyai luas sekitar 5.193.250 *km*2yang terdiri atas beberapa pulau kecil dengan jumlah ± 17.508 terbesar dilaut (Sadhiq, 2013). Salah satu kegiatan budidaya yang dilakukan adalah budidaya tambak air payau. Ikan ini telah dimanfaatkan untuk sumber protein hewani bagi masyarakat pesisir maupun komoditas perdagangan dengan harga yang cukup tinggi (Pranoto dkk, 2017).

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan merupakan daerah yang terkenal dengan Budidaya Ikan Bandeng. Mayoritas masyarakat di daerah ini memanfaatkan tambak untuk budidaya ikan bandeng sebagai mata pencarian mereka dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.. Tabel 1. Realisasi Produksi Budidaya Ikan Bandeng di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

Tabel 1. Realisasi produksi budidaya ikan bandeng di Kab. Pangkep

Tahun	Produksi Ikan Bandeng (Ton)
2019	2.560,5
2020	2.348,5
2021	2.537,9
2022	2.530,9
2023	2.551,8

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Kab. Pangkep Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan produksi ikan bandeng tahun 2019 sebanyak 2.560,5 ton, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 sampai 2023 menjadi 2.551,8 ton. Produksi ikan bandeng di Kecamatan Ma’rang dan kecamatan lain lebih banyak dijual dalam bentuk ikan segar. Pengolahan ikan bandeng belum banyak dilakukan padahal ikan bandeng dapat dijadikan produk olahan yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat baik untuk dikonsumsi sendiri maupun untuk dijual sehingga dapat memberikan pendapatan bagi petani. Menurut Suryanti, dkk (2014).

Strategi pemasaran dalam meningkatkan kinerja dari sebuah pelaku UMKM. Strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan untuk membangun dan memperkuat posisi bersaing pada produk dalam industry pasar tertentu. Perkembangan bisnis di Era Globalisasi saat ini dibagi menjadi 2 bisnis yang bisa membantu peningkatan kinerja pasar dari sebuah perusahaan, yaitu strategi pemasaran online dan strategi pemasaran offline. . Pada UMKM Ikan Bandeng melakukan jual beli melalui pemasaran online maupun offline. Serta mereka juga mempunyai beberapa mitra di berbagai daerah untuk memperluas jangkauan pasar mereka agar tidak hanya dikenal di Kota Makassar saja tetapi hingga nasional maupun ke mancanegara.

Dalam mengatasi permasalahan itulah, maka penelitian “Strategi Usaha Untuk Meningkatkan Jangkauan Pasar Pada UMKM Ikan Bandeng di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan” ini sangat diperlukan. Penelitian akan menghasilkan luaran yang dapat dijadikan perangkat untuk kebijakan manajemen usaha UMKM Ikan bandeng yang efektif dan efisien.

BAHAN DAN METODE

Penelitian di laksanakan pada bulan Maret-September tahun 2025 di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan Sulawesi Selatan dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data prier dan sekunder.

Penyajian data yang paling banyak di gunakan dalam penelitian kualitatif adalah berbentuk teks naratif dari catatan lapangan atau file notes. Penyajian data adalah merupakan tahapan untuk

memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan selanjutnya oleh peneliti, untuk dianalisis dan diambil tindakan yang dianggap perlu. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat kumpul data yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan tahap sebagai berikut :

- Melakukan pengelompokkan data yang telah di temukan dan diproses
- Melakukan analisis SWOT
- Setelah melakukan analisis maka memasukkan ke dalam matriks SWOT
- Melakukan analisis strategi dari matriks
- Melakukan rekomendasi strategi yang telah dibuat kepada pemilik usaha

Analisis SWOT menggunakan matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE), dimana IFE ini meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Diva Bandeng merupakan salah satu UMKM yang berada di bidang sektor olahan perikanan. UMKM Diva Bandeng merupakan usaha yang didirikan pada tahun 2011 dan berlokasi di Jl. Poros Jl. Biringkassi, Bowong Cindea, Kec. Bungoro, Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan, Sulawesi Selatan. Awal mula berdirinya usaha ini nilai ikan bandeng di area pangkep menurun tetapi stok ikan bandeng mentah melimpah, sehingga ibu Hj St. Maryam mengajak ibu-ubu melakukan inovasi dengan mengolah ikan bandeng tersebut sehingga memiliki nilai jual yang tinggi dan ikan bandeng mentah tidak terbuang sia-sia.

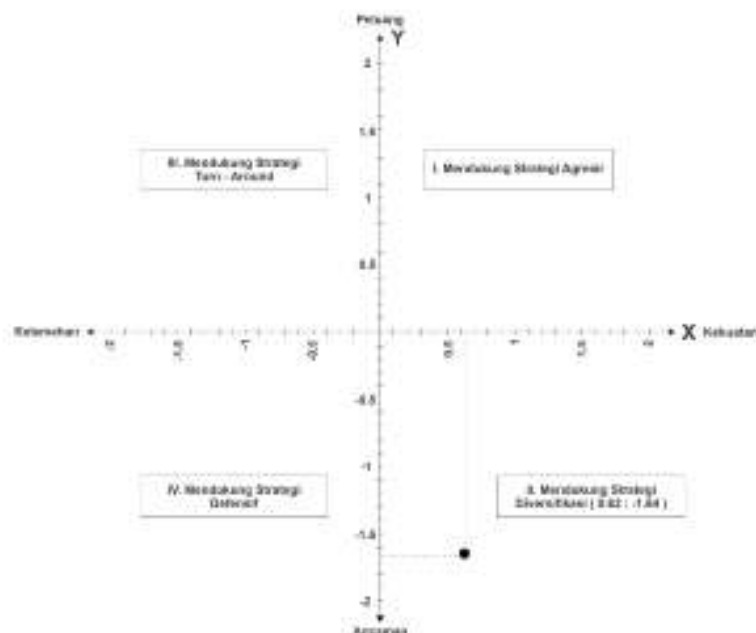
Strategi pemasaran dan pelayanan beserta kualitasnya Diva Bandeng ini memasarkan produknya melalui website. Facebook, Instagram dan whatsapp. Diva Bandeng beroperasi setiap hari dari jam 08.00-18.00 WITA. Baik konsumen offline maupun offline. Diva Bandeng telah memiliki beberapa mitra baik di Sulawesi selatan maupun diluar Sulawesi selatan. Untuk didaerah Sulawesi selatan seperti maros, makassar dll. Sedangkan diluar sulses itu ada di daerah ternate.



Gambar 1. SWOT UMKM Diva Bandeng

Untuk memperoleh gambaran yang lebih fleksibel mengenai analisis SWOT yang telah dilakukan, maka perlu mengguakan table factor-faktor internal dan eksternal usaha yang diajukan dalam betuk kuesioner kepa responden penelitian. Pada kuesioner ini peneliti memilih 1 responden untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Responden tersebut yaitu pemilik usaha ini karena mengetahui dengan pasti hal-hal yang berkaitan engan masalah yang sedang diteliti.

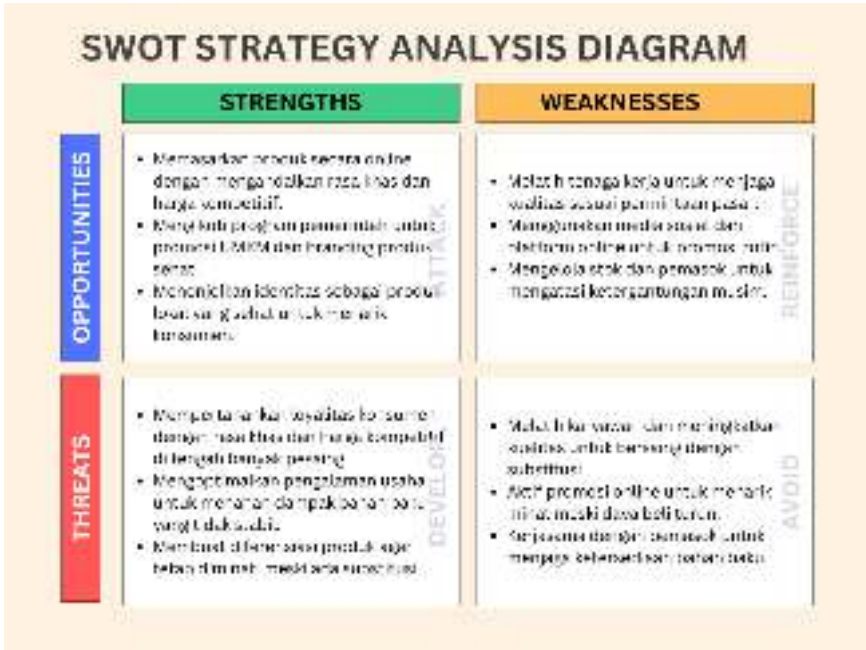
Setelah membuat matrik IFE dan EFE, maka posisi perusahaan berada pada koordinat (0.62: -1,64) Nilai koordinat ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang cukup baik, namun di sisi lain menghadapi kondisi eksternal yang lebih banyak dipenuhi oleh ancaman daripada peluang. Hal ini terlihat dari nilai X yang positif, menandakan bahwa faktor kekuatan perusahaan lebih dominan dibandingkan kelemahannya, serta nilai Y yang negatif, menunjukkan bahwa lingkungan eksternal lebih didominasi oleh ancaman dibandingkan peluang yang tersedia. Sebagaimana yang ditunjukkan pada diagram di bawah ini



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Diva Bandeng

Dengan posisi tersebut, perusahaan berada pada kuadran II dalam matriks strategi, yaitu kuadran yang mendukung penerapan strategi diversifikasi. Strategi ini dipilih karena perusahaan memiliki modal internal yang cukup kuat, seperti kualitas produk, sumber daya manusia, atau jaringan distribusi, yang bisa dimanfaatkan untuk menghadapi tantangan di pasar. Namun, karena lingkungan eksternal tidak terlalu menguntungkan — misalnya adanya persaingan yang ketat, tren pasar yang berubah, kondisi ekonomi yang menekan daya beli konsumen, atau munculnya produk substitusi — perusahaan perlu memperluas cakupan usaha dan tidak bergantung pada satu jenis produk atau pasar saja.

Hasil analisis SWOT dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 3. Analisis SWOT usaha Diva Bandeng

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, usaha bandeng tanpa tulang memiliki kekuatan seperti rasa khas, harga kompetitif, reputasi yang baik, dan pengalaman panjang. Namun masih ada kelemahan berupa kualitas tenaga kerja yang belum optimal, promosi online yang kurang, ketergantungan pada musim, dan belum maksimalnya pemasaran digital.

Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah meningkatnya permintaan produk sehat, dukungan pemerintah untuk UMKM, potensi pasar online, dan meningkatnya minat pada produk lokal. Di sisi lain, perusahaan juga menghadapi ancaman seperti banyaknya pesaing, harga bahan baku yang tidak stabil, produk substitusi, dan daya beli masyarakat yang menurun.

Strategi yang dirumuskan melalui analisis SWOT menunjukkan langkah untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, memperbaiki kelemahan, serta menghadapi ancaman agar usaha dapat terus berkembang dan bersaing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada P3M Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan atas dukungan dana yang telah diberikan dengan nomor kontrak nomor kontrak : 02/PL.22.7.1/SP-PG/2025 sehingga penelitian ini dapat terlaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Serta terima kasih pula penulis ucapkan kepada Pemerintah kabupaten Pangkep atas izinnya sehingga penelitian dapat terlaksanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas. 2023. "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian." *Jurnal Pilar* 14(1): 15– 31.
- Djam, Nurwati, Salzhabila Hariwijaya, and Muhammad Darwis. 2023. "Olahan Tempe Teri Kering Khas Takkalasi Melalui Pelatihan Packaging & Pemasaran Online." 2: 178–85.
- Djauhari, Moch., Rama Abi Kumara, Andini Putri, Yusuf A, Muclis Adi, and Rona Ayu. 2021. "Pendekatan Partisipatif Dalam Memberdayakan Pemasaran Online UMKM Di Kampung Krupuk Sukolilo Surabaya." *Prapanca : Jurnal Abdimas* 1(1): 28–36. doi:10.37826/prapanca.v1i1.134.
- Ekonomi, Jurnal, Manajemen dan Akuntansi, Devi Elyana Febriyanti, Syamsul D Arifin Program Studi, and Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda Surabaya Correspondence. "Neraca Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Melalui Tiktok Dan Instagram Terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty Pada Agen Yuyun Di Lamongan."
- Evita Sarah, Oleh, Sri Supartiningsih, Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Unram, and Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Unram. 2020. 30 Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pemasaran Produk Olahan Berbasis Rumput Laut (Studi Kasus Pada UKM Sasak
- Maiq Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat) Additional Value And Marketing Strategy Analysis Of Seaweed Based Products
- (Case Study of Sasak M.
- Firmansyah, Deri, and Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1(2): 85–114. doi:10.55927/jiph.v1i2.937.
- Firmantika, Nadya Ayu. 2024. "Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Fillet Patin Beku Di PT Delta Mina Perkasa." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 4: 5057–71.
- Ikhwana¹, Andri, and Shinta Ritonga². *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*.
- Islam, Jurnal Ekonomi, Irwilda Mahliza, Ali Husein, Tony Gunawan, Universita Muhammadiyah, Sumatera Utara, and Artikel Info. 2020. 1 Al-Sharf Analisis Strategi Pemasaran Online.
- Sadhik, Ginanjar Adi, Tanti Kustiari, and Abdoel Djamali. 2024. "Strategi Pengembangan Budidaya Perikanan Ikan Nila Kabupaten Jember." *KUNKUN: Journal of Multidisciplinary Research* 1(2): 139–50.
- Sofiyah, Siti. 2017. "Aplikasi Kitosan Sebagai Edible Coating Pada Crabstick Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Selama Penyimpanan Suhu Ruang." <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/575/>.
- Sri Susilawati, Popon, Farhan Hilal, Nahla Aulia Azzahra, and Shafa Luthfiah Nurlaeli. 2022. "Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline Di Era Pandemi Covid-19." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5(3): 1080–83. doi:10.47467/alkharaj.v5i3.1480.
- Waruwu, Marinu. 2023. "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7(1): 2896–2910.
- Wijaya, Hengki. 2014. "Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi)." : 283– 8