

**STRATEGI PENJUALAN HASIL TANGKAP IKAN LAUT TERHADAP  
PENINGKATAN PENDAPATAN NELAYAN DI DESA  
DAHARI SELEBAR KECAMATAN TALAWI  
KABUPATEN BATU BARA**

Siti Arbaiyah

Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah<sup>1</sup>

sitiarbaiyah@umnaw.ac.id

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Penjualan Hasil Tangkap Ikan Laut Terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan Di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi penjualan tentang ikan yang telah ditangkap dan kemudian dipasarkan, metode yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Swot. Penelitian ini dilakukan pada pertengahan bulan Mei sampai dengan awal bulan Juni 2022. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa posisi strategi penjualan ikan laut terhadap peningkatan pendapatan nelayan dalam Matriks Posisi SWOT terletak pada kuadran II (0,036; -0,048), sehingga alternatif strategi penjualan ikan laut adalah strategi diversifikasi, yang diperoleh faktor internal bernilai 0,036 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dan untuk faktor eksternal bernilai -0,048 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman, dimana situasi yang diversifikasi adalah situasi yang menunjukkan bahwa penjualan hasil tangkap ikan laut tersebut memiliki kekuatan yang bagus namun harus meningkatkan kekuatan untuk menutupi ancamannya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kata Kunci : *Matriks Swot, Strategi Penjualan, Peningkatan Pendapatan*

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the Sales Strategy of Marine Fish Catches on Increasing Fishermen's Income in Dahari Selebar Village, Talawi District, Batu Bara Regency. . This research was conducted in mid-May to early June 2022. The results in this study indicate that the strategic position of selling marine fish to increasing fishermen's income in the SWOT Position Matrix lies in quadrant II (0.036; -0.048), so that the alternative strategy for selling marine fish is a diversification strategy, the internal factor is obtained with a value of 0.036, which means that this value is the difference between strengths and weaknesses and for external factors it is -0.048, which means that this value is the difference between opportunities and threats, where the diversified situation is a situation that shows that selling fish the sea fish has good strength but must increase strength to cover its threat. The strategy that must be applied in this condition is to use strength to take advantage of long-term opportunities by way of a diversification strategy (product/market).

Keywords: *Swot Matrix, Sales Strategy, Revenue Increase*

## PENDAHULUAN

Wilayah pesisir merupakan suatu wilayah yang mempunyai potensi sumberdaya alam yang cukup besar. Wilayah ini telah mengalami banyak perubahan fungsi untuk dapat memberikan manfaat dan sumbangan yang besar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui peningkatan devisa negara. Wilayah pesisir merupakan wilayah yang terletak antara wilayah daratan dan wilayah lautan. Wilayah pesisir mempunyai fungsi sebagai penyedia sumberdaya alam, penyedia jasa-jasa pendukung kehidupan, penerima limbah dari aktivitas di darat seperti kegiatan permukiman aktivitas perdagangan, perikanan dan kegiatan industri. Sumberdaya alam yang terdapat di wilayah pesisir ialah ekosistem estuari, ekosistem mangrove, ekosistem terumbu karang, ekosistem padang lamun dan sebagainya (Asyiwati dan Akhliyah, 2017). Nelayan adalah profesi mayoritas penduduk negeri ini, Profesi ini sesuai dengan alam Indonesia yang memang agraris dan laut sebagai wilayah terbesar negeri ini. Nelayan merupakan kelompok masyarakat yang mata pencahariannya sebagian besar bersumber dari aktivitas menangkap ikan dan mengumpulkan hasil laut lainnya. Besarnya potensi kelautan ternyata tidak diikuti oleh kesejahteraan masyarakat nelayan. Problem yang terlihat pada kondisi sosial ekonomi nelayan kita sangat jauh berbeda dengan potensi sumber daya alamnya. Dalam kenyataannya kondisi masyarakat nelayan atau masyarakat pesisir merupakan kelompok masyarakat yang relatif

tertinggal secara ekonomi, sosial (khususnya dalam hal akses pendidikan dan layanan kesehatan) dan kultural dibandingkan dengan kelompok masyarakat lain. Potensi hasil tangkapan yang sangat besar, tidak akan meningkatkan pendapatan nelayan apabila tidak didukung kegiatan pemasaran yang tepat dan didukung oleh kebijakan pemerintah dalam pemasaran ikan. Sumber daya perikanan sebenarnya secara potensial dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan taraf hidup dan pendapatan nelayan, namun pada kenyataannya masih cukup banyak nelayan belum mampu meningkatkan pendapatan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai bulan Juni 2022. Variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini ialah variabel bebas seperti *Strength* (kekuatan) ( $X_1$ ), *Weakness* (kelemahan) ( $X_2$ ), *Oppurtunity* (peluang) ( $X_3$ ), *Threats* (ancaman) ( $X_4$ ) dan variabel terikatnya yaitu Strategi Penjualan ( $Y$ ). indikator analisis SWOT terdiri dari *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threaths*.

1. Kekuatan adalah sumberdaya keterampilan, keunggulan-keunggulan lain yang dimiliki oleh nelayan. Kekuatan (*Strength*) indikatornya sebagai berikut :

- a. Ikan yang dijual memiliki kualitas yang baik
  - b. Ikan yang memiliki jenis yang beragam
  - c. Mampu Memasarkan Ikan Dengan Baik
2. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja nelayan. Kelemahan (*Weakness*) indikatornya sebagai berikut:
- a. Kurangnya Promosi Penjualan.
  - b. Ikan Yang Dijual Mudah Busuk.
  - c. Tempat Penjualan Yang Kurang Memadai.
3. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Peluang (*Opportunity*) indikatornya sebagaiberikut:
- a. Ketersediaan Ikan Yang Melimpah.
  - b. Ketersediaan Sarana Pendukung.
  - c. Adanya Pelanggan Tetap.
4. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman (*Threath*) indikatornya adalah sebagai berikut:
- a. Penyimpangan Iklim.
  - b. Persaingan Nelayan Tinggi.
  - c. Hasil tangkapanikan mengalami fluktuasi.

Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis swot untuk menemukan alternatif pengembangan agribisnis penjualan hasil tangkap ikan laut didesa dahari selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara. Metode perumusan strategi potensi pengembangan agribisnis penjualan hasil tangkap ikan laut terhadap peningkatan pendapatan nelayan di desa dahari selebar kecamatan talawi kabupaten batu bara yang mengacu pada teknik perumusan strategi (analisis SWOT), dengan melalui empat tahap analisis yaitu:

1. Tahap pengolahan data (input)
2. Identifikasi variabel
3. Pemberian Bobot Dan Peringkat
4. Matriks SWOT

Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara, dan daftar pertanyaan (kuisisioner).

Teknik dalam analisis data yang digunakan yaitu akan mneliti permasalahannya dalam analisis secara deskriptif kuantitatif seperti analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk merancang strategi pengembangannya. Dengan keempat analisis tersebut diharapkan akan memecahkan permasalahan yang akan diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN Faktor Internal dan Faktor Eksternal dalam Peningkatan Pendapatan Nelayan

Berdasarkan hasil wawancara dengan bantuan kuisisioner dan sesuai dengan beberapa metode yang digunakan, untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada strategi peningkatan pendapatan nelayan. tahap pertama yang dilakukan adalah “tahap pengumpulan data”.

Faktor – faktor internal terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan dari

strategi penjualan ikan . Faktor – faktor eksternal terdiri dari faktor peluang dan ancaman dari strategi peningkatan pendapatan nelayan.

### Analisis dan Formulasi Strategi Peningkatan Pendapatan Nelayan

Setelah mengidentifikasi faktor eksternal apakah termasuk peluang atau ancaman maka dilakukan pembobotan untuk mengetahui nilai penting faktor tersebut dalam peningkatan pendapatan nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara. Adapun tabel perhitungan pembobotan yaitu :

<b>Faktor strategis (Kekuatan)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
Ikan yang dijual memiliki kualitas yang baik	3	0,257	0,771
Ikannya memiliki jenis yang beragam	3	0,241	0,723
Mampu Memasarkan Ikan Dengan Baik	3	0,244	0,732
<b>Faktor Strategis (Kelemahan)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
Kurangnya Promosi Penjualan	3	0,250	0,750
Ikan Yang Dijual Mudah Busuk.	3	0,261	0,783
Tempat Penjualan Yang Kurang Memadai.	3	0,247	0,741

*Sumber: Analisis Data Primer. 2022*

Adapun tabel perhitungan pembobotan dikalikan rating faktor eksternal strategi penjualan terhadap peningkatan pendapatan nelayan di

Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara dapat disajikan pada Tabel Berikut ini:

**Tabel 3. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Strategi Penjualan Ikan Terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan**

<b>Faktorstrategis (Peluang)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
Ketersediaan ikan yang melimpah	3	0,260	0,780
Ketersediaan sarana pendukung	3	0,250	0,750
Adanya pelanggan tetap	3	0,250	0,750
<b>Faktor Strategis (Ancaman)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>

<b>Faktor strategis(Peluang)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
----------------------------------	---------------	--------------	-------------

Penyimpangan iklim	3	0,231	0,693
Persaingan nelayan tinggi	3	0,267	0,801
Hasil tangkapan ikan mengalami fluktuasi	3	0,250	0,750

*Sumber: Analisis Data Primer. 2022*

**Tabel 4. gabungan faktor internal-eksternal strategi penjualan hasil ikan laut terhadap peningkatan pendapatan nelayan**

<b>Faktorstrategis(Kekuatan)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
Ikan yang dijual memiliki kualitas yang baik	3	0,257	0,771
Ikannya memiliki jenis yang beragam	3	0,241	0,723
Mampu Memasarkan Ikan Dengan Baik	3	0,244	0,732
<b>Jumlah</b>			<b>2,226</b>
<b>Faktor Strategis (Kelemahan)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
KurangnyaPromosiPenjualan	3	0,250	0,750
Ikan Yang Dijual Mudah Busuk.	3	0,261	0,783
Tempat Penjualan Yang Kurang Memadai	3	0,247	0,741
<b>Jumlah</b>			<b>2,274</b>
<b>Selisih Kekuatan – Kelemahan</b>			<b>-0,048</b>

Ketersediaan ikan yang melimpah	3	0,260	0,780
Ketersediaan sarana pendukung	3	0,250	0,750
Adanya pelanggan tetap	3	0,250	0,750
Jumlah			2,28
<b>Faktor Strategis (Ancaman)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
Penyimpangan iklim	3	0,231	0,693
Persaingan nelayan tinggi	3	0,267	0,801
Hasil tangkapan ikan mengalami fluktuasi	3	0,250	0,750
Jumlah			2,244
<b>Selisih Peluang–Ancaman</b>			<b>0,036</b>

Sumber: Analisis Data Primer: 2022

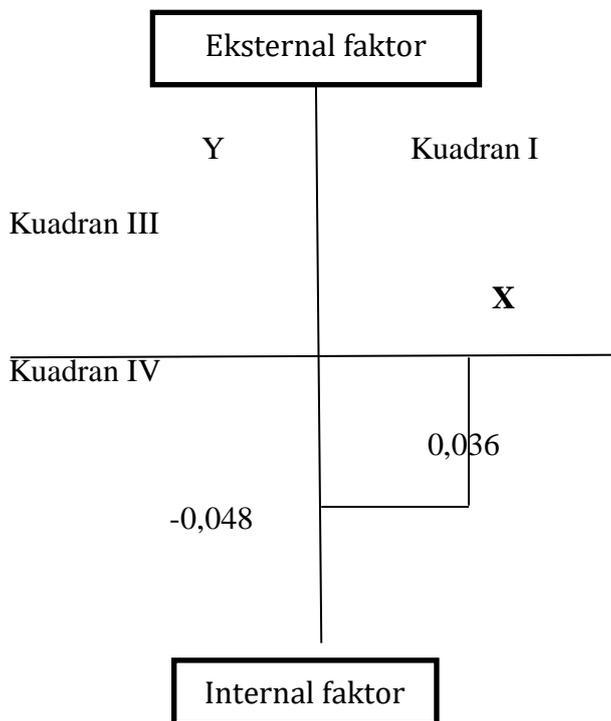
### Formulasi Strategi Penjualan Ikan Terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan

Ada 6 faktor – faktor internal dalam pengembangan agribisnis di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara yaitu ikan yang dijual memiliki kualitas yang baik, ikannya memiliki jenis yang beragam, mampu memasarkan ikan dengan baik ialah faktor kekuatan yang bagus namun masih memiliki ancaman dan kurangnya promosi penjualan, ikan yang dijual mudah busuk, tempat penjualan yang kurang memadai ialah faktor kelemahan yang akan diantisipasi.

Ada 6 faktor – faktor eksternal dalam peningkatan pendapatan nelayan yaitu ketersediaan ikan yang melimpah, ketersediaan sarana pendukung, adanya pelanggan tetap yang merupakan faktor peluang.

Kemudian faktor penyimpangan iklim, persaingan nelayan tinggi, dan hasil tangkapan ikan mengalami fluktuasi yang merupakan faktor ancaman dimana masing-masing dari setiap faktor memiliki nilai rating sebesar 3.

Setelah melakukan perhitungan bobot dari masing – masing faktor internal dan eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan matriks posisi. Matriks ini digunakan untuk melihat posisi strategi peningkatan pendapatannelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten batu bara berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai  $X > 0$  yaitu 0,036 dengan arti kekuatan lebih besar dari kelemahan dan nilai  $Y < 0$  yaitu -0,048 dengan artian peluang lebih kecil dari ancaman. Posisi titik koordinatnya apabila dilihat pada koordinat cartesius berikut ini :



Dari diagram diperoleh strategi peningkatan pendapatan nelayan berada pada kuadran II (strategi diversifikasi). Situasi yang diversifikasi adalah situasi yang menunjukkan bahwa penjualan hasil tangkap ikan laut tersebut memiliki kekuatan yang bagus namun harus meningkatkan kekuatannya untuk menutupi ancamannya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

#### Kuadran II

Penjelasan hasil diatas dari tahap pengumpulan data, ada diperoleh lagi yang lebih spesifik, dengan membuat “tahap analisis”, dimana memanfaatkan semua informasi kedalam model perumusan strategi. Model tersebut adalah matriks SWOT, sehingga beberapa kategori yang muncul yakni strategi SO, strategi ST, strategi WT dapat diperoleh. Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel berikut:

**Tabel 5. Matriks SWOT Strategi Peningkatan Pendapatan Nelayan**

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b>Kekuatan (S)</b></p> <p>1. Ikan yang dijual memiliki kualitas yang baik,                  2. Ikannya memiliki jenis yang beragam,                  3. Mampu memasarkan ikan dengan baik</p>	<p><b>Kelemahan (W)</b></p> <p>1. Kurangnya promosi penjualan,                  2. Ikan yang dijual mudah busuk,                  3. Tempat penjualan yang kurang memadai</p>
<p><b>Peluang (O)</b></p> <p>1. Ketersediaan ikan yang melimpah,                  2. Ketersediaan sarana pendukung,                  3. Adanya pelanggan tetap</p>	<p><b>STRATEGI SO</b></p> <p>1. Menjual ikan dengan kualitas yang baik.                  2. Memperbanyak jenis ikan yang dijual dengan sarana yang mendukung.                  3. Memasarkan ikan dengan metode yang unik agar mendapatkan pelanggan tetap.</p>	<p><b>STRATEGI WO</b></p> <p>1. Meningkatkan promosi penjualan dengan memanfaatkan ikan yang melimpah.                  2. Menjual ikan yang masih segar dengan sarana yang mendukung.                  3. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan tempat penjualan yang baik</p>

Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyimpangan iklim.</li> <li>2. Persaingan nelayan tinggi, dan</li> <li>3. Hasil tangkapan ikan mengalami fluktuasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan persediaan ikan agar ikan tetap tersedia pada saat iklim yang buruk.</li> <li>2. Menambah jenis ikan baru dan melakukan promosi yang lebih baik.</li> <li>3. Mencari distributor ikan lain pada saat tangkapan ikan tidak stabil.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kegiatan promosi yang maksimal.</li> <li>2. Selalu menjual ikan dengan kualitas yang baik dalam keadaan masih segar.</li> <li>3. Mencari lokasi yang strategis pada saat melakukan penjualan ikan.</li> </ol>

Pada “Tahap Pengambilan Keputusan “ berdasarkan hasil pencocokan dari Matriks SWOT strategi penjualan ikan terhadap peningkatan pendapatan nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Baradiperoleh beberapa alternatif strategi yang dilakukan dalam peningkatan pendapatan nelayan sebagai berikut:

1. Strategi SO
  - a. Menjual ikan dengan kualitas yang baik.
  - b. Memperbanyak jenis ikan yang dijual dengan sarana yang mendukung.
  - c. Memasarkan ikan dengan metode yang unik agar mendapatkan pelanggan tetap.
2. Strategi WO
  - a. Meningkatkan promosi penjualan dengan memanfaatkan ikan yang melimpah.

- b. Menjual ikan yang masih segar dengan sarana yang mendukung.
  - c. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan tempat penjualan yang baik
3. Strategi ST
    - a. Melakukan persediaan ikan agar ikan tetap tersedia pada saat iklim yang buruk.
    - b. Menambah jenis ikan baru dan melakukan promosi yang lebih baik.
    - c. Mencari distributor ikan lain pada saat tangkapan ikan tidak stabil.
  4. Strategi WT
    - a. Melakukan kegiatan promosi yang maksimal.
    - b. Selalu menjual ikan dengan kualitas yang baik dalam keadaan masih segar.

- c. Mencari lokasi yang strategis pada saat melakukan penjualan ikan.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Eksternal yang bisa dilakukan nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara yaitu Menjual ikan dengan kualitas yang baik. Memperbanyak jenis ikan yang dijual dengan sarana yang mendukung. Memasarkan ikan dengan metode yang unik agar mendapatkan pelanggan tetap. Meningkatkan promosi penjualan dengan memanfaatkan ikan yang melimpah. Menjual ikan yang masih segar dengan sarana yang mendukung. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan tempat penjualan yang baik.
2. Strategi Internal yang bisa dilakukan oleh nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara yaitu Melakukan persediaan ikan agar ikan tetap tersedia pada saat iklim yang buruk, Menambah jenis ikan baru dan melakukan promosi yang lebih baik, Mencari distributor ikan lain pada saat tangkapan ikan tidak stabil, Melakukan kegiatan promosi yang maksimal, Selalu menjual ikan dengan kualitas yang baik dalam keadaan masih segar dan Mencari lokasi yang strategis pada saat melakukan penjualan ikan.
3. Ada 6 faktor internal dalam pengembangan agribisnis ikan yaitu lokasi tempat ikan yang akan dijual memiliki kualitas yang baik, Ikannya memiliki jenis yang beragam, Mampu Memasarkan Ikan Dengan Baik, Kurangnya Promosi Penjualan, Ikan Yang Dijual Mudah Busuk, Tempat Penjualan Yang Kurang Memadai. Seluruh faktor memiliki rating yang sama sehingga mengindikasikan bahwa strategi internal yang dilakukan nelayan sama rata.
4. Ada 6 faktor eksternal dalam penjualan ikan yaitu tersedianya Ketersediaan Ikan Yang Melimpah, Ketersediaan Sarana Pendukung, Adanya Pelanggan Tetap, Penyimpangan iklim dan Persaingan nelayan tinggi dan Hasil tangkapan ikan mengalami fluktuasi. Seluruh faktor memiliki rating yang sama sehingga mengindikasikan bahwa strategi Eksternal yang dilakukan nelayan sama rata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Thamrin. Dkk. 2017. Manajemen Pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo.

Alyas, Muhamad Raqib, 2017, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan, Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, vol 19 NO 2. Asyiwati, Y. dan L. S. Akhliyah. 2017. Identifikasi Dampak Perubahan Fungsi Ekosistem Pesisir terhadap Lingkungan di Wilayah Pesisir Kecamatan Muara Gembong. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. 14 (1): 1-13.

Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. 2016. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.

Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2015. Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi. Gramedia. Jakarta.

Muhammad fadli. 2018. *Strategi Pemasaran Cucian Mobil Ivan Car Wash Kuala Tungkal dalam meningkatkan penghasilan*, Kuala Tungkal: STAI An-Nadwah.

Kothler, Philip, Armstrong. 2017. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.