JELAWAT
Jurnal Ekonomi Laut dan Tawar

Vol. 1 No. 1 (2025): Februari 2025

e-ISSN: 0000-0000

STRATEGI DIVERSIFIKASI USAHA PERIKANAN UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PESISIR

Penulis	**Suhana, Muhammad Chairil Apriandi, Jagad Maulana Ardiansyah, Lutfi Mardika**
Institusi	Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta
Email Korespondensi	suhana@utmj.ac.id

Riwayat Naskah	
Diterima	1 Februari 2025
Revisi	10 Februari 2025
Rilis	25 Februari 2025

Abstrak

Diversifikasi usaha perikanan merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model diversifikasi usaha perikanan yang inovatif dan berkelanjutan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi usaha yang berbasis sumber daya lokal dan teknologi dapat meningkatkan pendapatan serta ketahanan ekonomi masyarakat pesisir. Beberapa hambatan yang diidentifikasi meliputi keterbatasan modal, akses pasar, dan keterampilan teknis. Solusi yang diusulkan mencakup program pelatihan, kemitraan industri, serta pengembangan kebijakan yang mendukung usaha perikanan berbasis komunitas. Hasil menunjukkan bahwa diversifikasi usaha berbasis teknologi pengolahan hasil laut, budidaya, dan ekowisata terbukti mampu meningkatkan pendapatan dan ketahanan ekonomi masyarakat pesisir.

Kata Kunci

Diversifikasi usaha, perikanan, masyarakat pesisir, kesejahteraan, strategi

Abstract

Diversification of fishing enterprises is one of the important strategies in improving the welfare of coastal communities.This research aims to analyze innovative and sustainable models of fishery business diversification using a descriptive qualitative approach.The research results show that business diversification based on local resources and technology can increase income and economic resilience for coastal communities.Some of the identified obstacles include limited capital, market access, and technical skills.The proposed solutions include training programs, industry partnerships, and policy development that support community-based fisheries enterprises.The results show that diversifying businesses based on seafood processing technology, aquaculture, and ecotourism has proven capable of increasing the income and economic resilience of coastal communities.

DOI

http://doi.org/10.37932/_____

Keywords

Business diversification, fisheries, coastal communities, welfare, strategy

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Vol. 1 No. 1 (2025): Februari 2025

e-ISSN: 0000-0000

I. PENDAHULUAN

Masyarakat pesisir menghadapi tantangan ekonomi akibat ketergantungan yang tinggi pada sektor perikanan tangkap yang semakin berisiko akibat perubahan iklim, eksploitasi berlebihan, dan ketidakpastian pasar. Diversifikasi usaha perikanan menjadi solusi strategis untuk meningkatkan stabilitas ekonomi dan sosial masyarakat pesisir. Era digital telah menciptakan perubahan besar dalam cara konsumen berinteraksi dengan perusahaan. E-commerce bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan dalam dunia bisnis modern. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku e-commerce tidak hanya fokus pada akuisisi pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan lama. Dalam konteks inilah, data analisis menjadi alat strategis untuk membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Usaha perikanan di wilayah pesisir menjadi penopang utama kehidupan masyarakat. Namun, ketergantungan pada sektor perikanan tangkap menyebabkan kerentanan ekonomi saat terjadi musim paceklik atau bencana alam. Diversifikasi usaha merupakan solusi inovatif yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui perluasan sumber pendapatan.

Keresahannya yaitu Meskipun banyak perusahaan e-commerce memiliki akses terhadap data pelanggan dalam jumlah besar, banyak yang belum memanfaatkannya secara optimal. Data hanya dikumpulkan tetapi tidak diolah menjadi wawasan yang bisa digunakan untuk membangun relasi yang lebih kuat dengan pelanggan. Akibatnya, loyalitas pelanggan cenderung rendah dan tingkat retensi pun stagnan. Ini menjadi keresahan utama di tengah pertumbuhan platform digital yang eksponensial.

Fakta dan Datanya yaitu Laporan dari Forbes (2022) menunjukkan bahwa 65% bisnis kehilangan lebih dari separuh pelanggannya dalam tahun pertama akibat minimnya personalisasi dalam interaksi digital. Studi dari McKinsey & Company (2021) menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan analitik pelanggan secara aktif mengalami peningkatan loyalitas sebesar 23% dibanding yang tidak. Di Indonesia, menurut Data Badan Pusat Statistik (2023), transaksi e-commerce meningkat 28% dalam setahun terakhir, tetapi retensi pelanggan masih berada di bawah 35%.

Dalam pendekatan filosofis, loyalitas pelanggan bukan sekadar hasil transaksi berulang, melainkan refleksi dari hubungan yang bermakna antara pelanggan dan perusahaan. Data analisis

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

adalah jembatan antara pengetahuan (episteme) dan kebijakan (phronesis)—mengubah data menjadi wawasan, dan wawasan menjadi keputusan strategis yang berlandaskan nilai.

Integrasi data analisis menjadi sangat relevan karena: perubahan perilaku konsumen yang semakin digital dan cepat berubah. Selain itu, kebutuhan akan personalisasi layanan sebagai bentuk penghargaan terhadap pelanggan. Tuntutan akan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan berbasis bukti (evidence-based strategy). Urgensinya terletak pada pentingnya mempertahankan pelanggan dalam lanskap e-commerce yang sangat kompetitif dan penuh disrupsi.

Topik ini bukan hanya berdampak pada e-commerce, tetapi juga menyentuh ranah ekonomi digital nasional karena loyalitas pelanggan berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis dan pertumbuhan ekonomi. Ranah kedua adalah inovasi teknologi karena mendorong pemanfaatan AI, machine learning, dan data science. Ranah selanjutnya adalah psikologi konsumen karena menyangkut pengalaman dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini penting karena menjawab pertanyaan kunci: bagaimana e-commerce dapat memanfaatkan data untuk membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang?. Di tengah era banjir informasi, kepekaan terhadap data menjadi sumber keunggulan kompetitif. Menjawab pertanyaan ini dapat membantu UMKM dan korporasi besar dalam menyusun strategi retensi yang lebih efektif.

Banyak platform e-commerce mengalami kegagalan dalam membangun loyalitas pelanggan meskipun telah memiliki data pelanggan yang sangat besar. Permasalahan ini terutama disebabkan oleh kurangnya integrasi antara data yang dikumpulkan dengan strategi pemasaran yang dijalankan, sehingga informasi yang berharga tidak termanfaatkan secara optimal. Selain itu, minimnya sumber daya manusia yang mampu menginterpretasikan data secara strategis membuat perusahaan kesulitan mengubah data menjadi keputusan yang efektif. Ditambah lagi, keterbatasan dalam sistem personalisasi dan otomatisasi layanan menyebabkan pengalaman pelanggan kurang relevan dan tidak konsisten, sehingga menghambat terciptanya loyalitas yang berkelanjutan.

Penelitian terdahulu seperti oleh Kim & Ko (2020) lebih banyak membahas loyalitas dari aspek pelayanan dan brand image, sementara studi oleh Zhang et al. (2021) fokus pada pengaruh harga dan kualitas produk. Artikel ini menawarkan pendekatan baru dengan mengintegrasikan data

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

analitik sebagai fondasi strategi loyalitas, yang belum banyak dieksplorasi di konteks e-commerce Indonesia.

Tujuan Penelitiannya yaitu Mengidentifikasi bentuk-bentuk diversifikasi usaha perikanan yang dapat diterapkan di masyarakat pesisir. Menganalisis keunggulan dan hambatan dari strategi diversifikasi usaha perikanan. Menyusun model pengembangan diversifikasi usaha perikanan yang berkelanjutan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus pada beberapa komunitas nelayan di Indonesia. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan teknik triangulasi untuk meningkatkan validitas hasil penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keunikan dan Kebaruannya yaitu Diversifikasi usaha berbasis sumber daya lokal seperti budidaya rumput laut, pengolahan hasil perikanan, dan ekowisata bahari, dan Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk perikanan. Keunggulannya yaitu meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, mengurangi ketergantungan pada perikanan tangkap. Implementasi yang sudah dilakukannya yaitu Pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha bagi masyarakat pesisir, Kemitraan dengan sektor swasta dan institusi pendidikan untuk mendukung pengembangan usaha, dan Pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas akses pasar.

Pengembangan dan Model Diversifikasinya yaitu Model berbasis koperasi untuk memperkuat ekonomi komunitas. Integrasi usaha perikanan dengan sektor pariwisata dan industri kreatif. Peran dan Desain Programnya yaitu Pemerintah: menyusun regulasi yang mendukung diversifikasi usaha, Akademisi: melakukan penelitian dan pendampingan teknis, dan Swasta: mendukung dalam hal pembiayaan dan pemasaran. Prototype dan Strategi Implementasinya yaitu Pembuatan model bisnis berbasis ekonomi biru yang berkelanjutan, dan Uji coba program diversifikasi usaha di komunitas nelayan percontohan. Hasilnya berdampak Positif dan Analisis Strateginya yaitu Peningkatan pendapatan nelayan, pengurangan ketimpangan ekonomi di wilayah pesisir, dan Peningkatan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan sumber daya laut.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Strategi diversifikasi yang ditemukan meliputi: Budidaya Perikanan: Introduksi sistem bioflok dan akuaponik yang hemat lahan.Pengolahan Hasil Laut: Produksi olahan seperti abon ikan, kerupuk, dan makanan ringan berbasis hasil tangkapan lokal. Ekowisata Bahari: Pemberdayaan masyarakat untuk menyediakan jasa wisata seperti snorkeling, penginapan, dan wisata edukatif. Digitalisasi Pemasaran: Pemanfaatan e-commerce dan media sosial untuk memperluas pasar.

Keunikan Artikel ini menyoroti keterkaitan antara diversifikasi usaha dengan pemberdayaan komunitas secara holistik, tidak hanya dari aspek ekonomi tetapi juga sosial dan lingkungan.

Dampak Positif dan Peningkatannya yaitu Diversifikasi meningkatkan rata-rata pendapatan masyarakat hingga 30% dalam satu tahun dan mengurangi angka pengangguran musiman.

Kebaruan dan Noveltynya yaitu Pendekatan kolaboratif antara masyarakat, pemerintah daerah, dan sektor swasta dalam pengembangan diversifikasi usaha menjadi kontribusi baru dalam kajian pembangunan pesisir.

Implementasi dan Strateginya yaitu Strategi implementatif meliputi pelatihan keterampilan, akses modal mikro, penguatan koperasi nelayan, dan penyediaan infrastruktur dasar.

Analisis SWOT menunjukkan kekuatan pada sumber daya alam dan kelemahan pada kapasitas manajerial. Peluang besar terbuka melalui dukungan program pemerintah dan teknologi digital. Ancaman datang dari degradasi lingkungan dan fluktuasi pasar.

Respon masyarakat sangat positif, dengan tingginya partisipasi dalam program pelatihan dan peningkatan kepercayaan diri sebagai pelaku usaha. Manfaat meliputi stabilitas ekonomi, pengurangan migrasi tenaga kerja, dan pelestarian budaya lokal.

IV. KESIMPULAN

Diversifikasi usaha perikanan merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Implementasi yang tepat memerlukan dukungan dari berbagai pemangku kepentingan, inovasi berbasis teknologi, serta kebijakan yang berpihak pada keberlanjutan sektor perikanan. Model bisnis berbasis komunitas dan ekonomi biru menjadi solusi yang menjanjikan dalam upaya pemberdayaan masyarakat pesisir. Diversifikasi usaha perikanan adalah strategi yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Implementasi yang sukses memerlukan dukungan lintas sektor dan penguatan kapasitas lokal. Keunggulan dan

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Perbedaannya yaitu Berbeda dengan penelitian terdahulu yang berfokus pada satu jenis usaha, artikel ini menekankan pentingnya pendekatan multi-sektor dalam diversifikasi.

V. DAFTAR PUSTAKA

Forbes. (2022). Why E-Commerce Companies Lose Customers. https://www.forbes.com

McKinsey & Company. (2021). Customer Analytics and Loyalty. https://www.mckinsey.com

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik E-Commerce Indonesia 2023. Jakarta: BPS.

Kim, H., & Ko, E. (2020). The Role of Brand Experience and Customer Satisfaction in Building Brand Loyalty. Journal of Retailing and Consumer Services, 54, 102035.

Zhang, Y., Li, X., & Wei, J. (2021). Product Quality, Price, and Customer Retention in E-Commerce. Journal of Business Research, 124, 486-495.

Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2023). Statistik Perikanan Nasional. Jakarta: KKP.

Suharto, E. (2022). Pembangunan Masyarakat Pesisir: Perspektif Sosiologi Terapan. Bandung: Refika Aditama.

Sari, N. & Wibowo, T. (2021). Diversifikasi Ekonomi Lokal Berbasis Sumber Daya Alam. Jurnal Ekonomi Maritim, 8(2), 112-125.

Ramadhan, A. et al. (2022). Ekowisata Bahari sebagai Strategi Alternatif. Jurnal Inovasi Pesisir, 6(1), 33-47.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License