



OPTIMALISASI TARGET PASAR DAN DIVERSIFIKASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING IKAN BANDENG DI KABUPATEN BARRU

Nur Dwiana Sari Saudi*¹⁾, Fitriwati Djam`an¹⁾, dan Kasmiasi Thamrin²⁾

*e-mail: nurdwianasari@fe.unhas.ac.id.

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10. Tamalanrea. Makassar. Indonesia.

²⁾ Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan. Universitas Hasanuddin.

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10. Tamalanrea. Makassar. Indonesia.

Diserahkan tanggal 14 November 2025, disetujui tanggal 28 Februari 2026

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk ikan bandeng di Kabupaten Barru melalui strategi optimalisasi target pasar dan diversifikasi produk. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah terbatasnya akses pasar, rendahnya inovasi produk olahan, dan kurangnya keterampilan manajerial serta pemasaran. Solusi yang ditawarkan meliputi pelatihan pengolahan ikan bandeng menjadi produk bernilai tambah seperti bandeng presto, bandeng tanpa tulang, abon tulang, dan nugget, serta pelatihan digital marketing dan pengemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan mitra, diversifikasi produk yang siap dipasarkan, serta peningkatan pendapatan. Program ini diharapkan mampu mendorong kemandirian usaha dan keberlanjutan ekonomi masyarakat pesisir.

Kata kunci: Ikan Bandeng, diversifikasi produk, pemasaran, pemberdayaan masyarakat.

ABSTRACT

This community service program aims to enhance the competitiveness of milkfish products in Barru Regency through market targeting optimization strategies and product diversification. The main challenges faced by the partners include limited market access, low innovation in processed products, and a lack of managerial and marketing skills. The proposed solutions consist of training in processing milkfish into value-added products such as bandeng presto (pressure-cooked milkfish), boneless milkfish, bone floss, and nuggets, as well as training in digital marketing and product packaging. The results of the program show improved skills among partners, diversified products ready for market, and increased income. This program is expected to foster business independence and support the sustainable economy of coastal communities.

Keywords: Milkfish (*Chanos chanos*), product diversification, marketing, coastal community empowerment.

PENDAHULUAN

Kabupaten Barru merupakan salah satu daerah pesisir di Provinsi Sulawesi Selatan

yang memiliki potensi besar dalam sektor perikanan, khususnya budidaya ikan bandeng (*Chanos chanos*). Kondisi geografis yang



strategis di pesisir barat serta ketersediaan ekosistem perairan payau menjadikan daerah ini sebagai sentra produksi bandeng yang penting. Namun demikian, potensi produksi yang besar tidak serta-merta berbanding lurus dengan daya saing produk. Permasalahan keterbatasan akses pasar, minimnya diversifikasi produk, serta rendahnya penguasaan teknologi pengolahan menyebabkan produk bandeng Barru masih kalah bersaing dengan daerah lain seperti Sidoarjo, Gresik, dan Jawa Timur (BPS Kabupaten Barru, 2017).

Teori pengembangan daya saing daerah menekankan pentingnya strategi berbasis potensi lokal yang dikombinasikan dengan inovasi. Porter (1990) menegaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu daerah dapat tercipta melalui inovasi produk, efisiensi produksi, serta pemanfaatan jaringan pasar yang luas. Dalam konteks Barru, inovasi pengolahan bandeng menjadi produk bernilai tambah seperti bandeng duri lunak (bandeng presto), abon, nugget, bandeng tanpa tulang, maupun kerupuk ikan bandeng (stick bandeng), merupakan kunci dalam meningkatkan nilai jual sekaligus memperluas target pasar.

Selain inovasi produk, faktor manajemen usaha dan pemasaran digital menjadi tantangan tersendiri. Soekartawi (2006) menyebutkan bahwa keberhasilan usaha kecil menengah (UKM) sangat bergantung pada efisiensi biaya, manajemen distribusi, serta strategi promosi. Banyak kelompok pembudidaya di Barru yang masih mengandalkan pasar lokal

dengan sistem distribusi sederhana. Kondisi ini membuat daya saing rendah ketika berhadapan dengan pesaing yang memiliki teknologi pengolahan maju serta akses distribusi nasional.

Pendekatan pengembangan usaha berbasis masyarakat (*community-based enterprise development*) juga relevan diterapkan. Pomeroy dan Meryl (1994) menyatakan bahwa pengelolaan perikanan skala kecil akan lebih berkelanjutan bila melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal dalam proses produksi, pengolahan, hingga pemasaran. Dengan demikian, program pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, pendampingan, serta integrasi teknologi modern dapat menjadi jalan keluar untuk meningkatkan kualitas produk bandeng di Barru.

Adapun tujuan utama pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat ini adalah menyusun strategi optimalisasi target pasar dan diversifikasi produk olahan bandeng untuk meningkatkan daya saing. Kajian dilakukan melalui analisis situasi, identifikasi permasalahan mitra, penyusunan solusi berbasis inovasi, serta pengujian kelayakan usaha dengan pendekatan analisis finansial. Dengan strategi yang tepat, Kabupaten Barru berpotensi menjadi pusat industri bandeng olahan yang unggul dan berdaya saing tinggi, baik di tingkat regional maupun nasional (Rahim dan Hastuti, 2007; Widodo dan Suadi, 2006).

METODE PELAKSANAAN

Program dilaksanakan melalui lima tahapan utama. Pertama, dilakukan analisis situasi dan identifikasi masalah mitra melalui survei dan FGD untuk memetakan potensi serta kendala usaha. Kedua, peningkatan kapasitas mitra melalui pelatihan dan pendampingan pengolahan bandeng, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Ketiga, inovasi dan diversifikasi produk dengan mengembangkan olahan bernilai tambah seperti bandeng presto, bandeng tanpa tulang, abon tulang, stick bandeng, dan nugget, serta perbaikan kemasan dan branding. Keempat, penerapan strategi pemasaran digital dan perluasan akses pasar melalui media sosial, marketplace, dan jaringan distribusi modern. Kelima, monitoring dan evaluasi untuk menilai keberhasilan, serta penyusunan rencana keberlanjutan dengan memperkuat kerja sama antar-mitra, pemerintah daerah, dan sektor swasta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program menghasilkan peningkatan keterampilan mitra dalam mengolah bandeng menjadi produk bernilai tambah seperti bandeng presto, abon, bandeng tanpa tulang, stick bandeng, dan nugget. Strategi pemasaran digital mulai diterapkan, sehingga jangkauan pasar meluas dari lokal ke regional. Dari sisi finansial, usaha menunjukkan hasil positif dengan laba Rp7 juta, ROI 38,89%, dan R/C ratio 1,39 yang menandakan usaha layak dikembangkan. Diversifikasi produk dan pe-

nguatan branding meningkatkan citra dan daya saing produk bandeng Barru. Selain itu, program berhasil memberdayakan perempuan pesisir dan menerapkan prinsip zero waste yang mendukung keberlanjutan usaha. Berikut adalah tahapan dan metode yang akan digunakan dalam pelaksanaan program ini:

A. Sosialisasi dan Penyuluhan.

Sosialisasi dan penyuluhan berperan penting sebagai sarana transfer pengetahuan, peningkatan kesadaran, dan motivasi mitra (Gambar 1). Kegiatan ini memperkenalkan inovasi produk, pengemasan modern, serta strategi pemasaran digital (Gambar 2). Hasilnya, mitra lebih memahami pentingnya diversifikasi dan siap beradaptasi dengan kebutuhan pasar, sehingga usaha bandeng menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan.

B. Pelatihan Teknis Pengolahan.

Pelatihan teknis pengolahan bertujuan meningkatkan keterampilan mitra dalam mengolah bandeng menjadi produk bernilai tambah seperti bandeng presto, bandeng tanpa tulang, abon tulang, stick bandeng, dan nugget (Gambar 3). Dengan metode praktik langsung, mitra mampu memahami proses produksi secara higienis dan mandiri (Gambar 4). Hasilnya, mereka tidak lagi hanya menjual bandeng segar, tetapi juga mampu menghasilkan produk olahan dengan kemasan menarik, nilai jual lebih tinggi, serta daya saing yang lebih kuat di pasar.

Nur Dwiana Sari Saudi, Fitriwati Djam'an, dan Kasmiati Thamrin: Optimalisasi Target Pasar dan Diversifikasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Ikan Bandeng di Kabupaten Barru.



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat.



Gambar 2. Penyuluhan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.



Gambar 3. Pelatihan Teknis Pengolahan Ikan Bandeng.



Gambar 4. Pelatihan Teknis Pengolahan Ikan Bandeng Tanpa Tulang.

C. Pengemasan Produk.

Tahap pengemasan produk merupakan bagian penting untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk olahan bandeng. Melalui program ini, mitra dilatih menggunakan kemasan yang higienis, praktis, dan berdesain modern agar sesuai dengan standar pasar (Gambar 5). Analisis menunjukkan bahwa ke-

masan tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga memperkuat identitas merek dan memperluas akses ke pasar modern (Gambar 6). Dengan pengemasan yang lebih baik, produk bandeng Barru menjadi lebih kompetitif, memiliki citra profesional, dan siap bersaing di pasar regional maupun nasional.



Gambar 5. Pelatihan Teknis Pengemasan Produk Olahan Ikan Bandeng.

Nur Dwiana Sari Saudi, Fitriwati Djaman, dan Kasmiati Thamrin: Optimalisasi Target Pasar dan Diversifikasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Ikan Bandeng di Kabupaten Barru.



Gambar 6. Label Kemasan Berbagai Produk Ikan Bandeng.

D. Pelatihan Pemasaran Digital.

Pelatihan pemasaran digital bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui pelatihan ini, mitra diperkenalkan pada penggunaan media sosial, marketplace, dan strategi promosi online yang efektif (Gambar 7). Hasilnya, mitra mampu

memasarkan produk olahan bandeng tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga menjangkau konsumen regional dengan biaya promosi yang lebih efisien. Penerapan pemasaran digital terbukti meningkatkan visibilitas produk, memperkuat merek, serta mendorong peningkatan penjualan.



Gambar 7. Pelatihan/ Penyuluhan Teknik Pemasaran Digital Produk Ikan Bandeng.

E. Luaran Produk.

Program pengabdian ini menghasilkan beberapa luaran utama, antara lain: meningkatnya keterampilan mitra dalam pengolahan

ikan bandeng menjadi produk bernilai tambah seperti bandeng presto (Gambar 8A), bandeng tanpa tulang (Gambar 8B), abon tulang, stick bandeng (Gambar 8C), dan nugget (Gambar

8D); tersedianya desain kemasan modern yang higienis dan menarik; terbentuknya merek/brand lokal yang memperkuat identitas

produk; serta kemampuan mitra dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 8. Produk Olahan Ikan Bandeng yang telah dikemas dan diberi Merek. (A) Ikan Bandeng Duri Lunak (Bandeng Presto); (B) Ikan Bandeng Tanpa Tulang; (C) Kerupuk Ikan Bandeng (Stick Bandeng); (D) Nugget Bandeng.

Program pengabdian ini menghasilkan beberapa luaran utama, baik dalam bentuk peningkatan kapasitas mitra maupun produk nyata. Dari sisi keterampilan, mitra kini mampu mengolah ikan bandeng menjadi beragam produk bernilai tambah seperti bandeng presto, bandeng tanpa tulang, abon tulang, stick bandeng, dan nugget. Produk-produk tersebut telah melalui uji coba rasa, daya tahan, dan standar higienitas sehingga layak dipasarkan.

Selain itu, program juga melahirkan inovasi dalam kemasan produk. Desain kemasan modern yang higienis dan menarik telah dikembangkan untuk setiap jenis olahan, lengkap dengan label informasi gizi, komposisi, serta merek lokal yang memperkuat identitas produk (Gambar 9). Dengan pengeemasan ini, produk tidak hanya lebih aman dan tahan lama, tetapi juga memiliki daya tarik

visual yang sesuai dengan standar pasar modern.

Dari sisi pemasaran, mitra telah dibekali keterampilan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya. Produk bandeng olahan kini tidak lagi terbatas pada pasar lokal, tetapi mulai diperkenalkan di pasar regional melalui promosi daring, marketplace (Gambar 10A), dan media sosial baik media cetak (Gambar 10B) maupun media online (Gambar 10C). Hal ini meningkatkan visibilitas, memperluas jaringan konsumen, serta mendorong pertumbuhan penjualan.

Secara keseluruhan, luaran pengabdian berupa produk inovatif, kemasan modern, serta strategi pemasaran digital menjadi bukti nyata bahwa program ini tidak hanya menghasilkan peningkatan kapasitas, tetapi juga menciptakan produk konkret yang siap bersaing di pasar yang lebih luas.

Nur Dwiana Sari Saudi, Fitriwati Djaman, dan Kasmiati Thamrin: Optimalisasi Target Pasar dan Diversifikasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Ikan Bandeng di Kabupaten Barru.



Gambar 9. Diversifikasi Produk Ikan Bandeng dengan Desain Kemasan Modern yang Higienis dan Menarik.



Gambar 10. Publikasi Inovasi Produk Ikan Bandeng di Kabupaten Barru. (A) Poster Diversifikasi; (B) Publikasi di Media Cetak; (C) Publikasi melalui Media Online.

SIMPULAN

- Program pendampingan pelaksanaan di-diversifikasi produk dan pemanfaatan digital marketing bagi masyarakat berhasil meningkatkan daya saing produk ikan bandeng dan meningkatkan pendapatan masyarakat pesisir di Kabupaten Barru.
- Analisis kelayakan usaha menunjukkan bahwa usaha olahan bandeng layak dikembangkan dengan ROI yang cukup tinggi dan rasio R/C lebih dari satu. Hal ini

menegaskan bahwa diversifikasi produk merupakan strategi efektif dalam mendorong penguatan ekonomi masyarakat pesisir.

- Program ini berhasil memberdayakan kelompok perempuan pesisir, meningkatkan kesadaran akan pentingnya kualitas produk, serta menanamkan prinsip kewirausahaan. Selain itu, pemanfaatan limbah produksi dengan prinsip *zero waste* turut mendukung keberlanjutan usaha.
- Strategi optimalisasi target pasar dan diversifikasi produk dapat menjadi model pengembangan ekonomi lokal berbasis perikanan. Model ini tidak hanya relevan di Kabupaten Barru, tetapi juga dapat direplikasi di daerah pesisir lain yang memiliki potensi serupa.
- Dalam jangka panjang keberlanjutan program perlu dijaga melalui kerja sama lintas sektor, dukungan pemerintah daerah, serta penguatan kapasitas kelembagaan mitra. Dengan sinergi tersebut, Kabupaten Barru berpotensi menjadi pusat produksi bandeng olahan yang unggul di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PPMU-PPUPIK) LP2M Universitas Hasanuddin dapat terlaksana berkat dukungan dari LP2M Unhas, mitra pembudidaya dan pengolah ikan

bandeng di Kabupaten Barru, pemerintah daerah setempat, serta seluruh tim pelaksana yang telah memberikan tenaga, pikiran, dan waktu. Kami menyampaikan terima kasih atas partisipasi dan kerja sama semua pihak, sehingga program ini berjalan dengan baik dan diharapkan memberi manfaat nyata bagi peningkatan daya saing produk ikan bandeng serta pengembangan ekonomi masyarakat pesisir.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Barru. (2017). Kabupaten Barru dalam Angka. Badan Pusat Statistik.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Pomeroy, R.S., & Meryl, W.J. (1994). *Fisheries Co-Management and Small-Scale Fisheries: A Policy Brief*. Manila: ICLARM.
- Rahim, A., & Hastuti, E. (2007). *Pengantar Teori Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Soekartawi. (2006). *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI Press.
- Sondik, L. (2013). *Pengantar Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widodo, J., & Suadi. (2006). *Pengelolaan Sumberdaya Perikanan Laut*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.