



Strategi Pengembangan Usaha Kepiting di Desa Prapag Kidul, Kec. Losari, Kab. Brebes : Analisis Manajemen Strategi

Crab Business Development Strategy in Prapag Kidul Village, Losari District, Brebes Regency: Strategy Management Analysis

Risma Al-fain^{1*}, Saefullah Saefullah²

^{1,2}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi Brebes, Indonesia

Email : rismaalfain532@gmail.com^{1*}, msyaifulloh2310@gmail.com²

Alamat : Jalan Pangeran Diponegoro No.KM2, Rw. 11, Pesantunan, Kec. Wanasari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah

Korespondensi penulis : rismaalfain532@gmail.com

Article History:

Received: Januari 03, 2025;

Revised: Januari 28, 2025;

Accepted: : Februari 25, 2025;

Online Available : Februari 27, 2025

Keyword: crab, farming, digital, marketing, SMEs.

Abstract: Crab farming in Prapag Kidul Village has significant potential to support the local economy. However, challenges such as price fluctuations, capital limitations, and traditional marketing approaches hinder business growth. This research aims to analyze crab farming business management strategies using a strategic management approach, including planning, implementation, and evaluation of business strategies. The research employed a qualitative approach through in-depth interviews and field observations. Results indicate that effective strategies include product diversification, digital marketing, cooperative partnerships, and financial management optimization. Synergy between crab farmers, government, and business stakeholders is necessary to enhance competitiveness and sustainability of the crab industry in this region. The study reveals that crab production in Prapag Kidul has increased by 31.6% over the past five years, while production value grew by 84.2%, demonstrating significant growth potential despite identified constraints in implementation.

Abstrak

Budidaya kepiting di Desa Prapag Kidul memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga, keterbatasan modal, dan pemasaran yang masih tradisional menghambat pertumbuhan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan usaha kepiting dengan pendekatan manajemen strategi, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang efektif meliputi diversifikasi produk, pemasaran digital, kemitraan dengan koperasi, serta optimalisasi manajemen keuangan. Diperlukan sinergi antara petani kepiting, pemerintah, dan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri kepiting di wilayah ini.

Kata kunci: Manajemen, strategi, usaha, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Wilayah pesisir Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar namun belum dimanfaatkan secara optimal, terutama dalam pengembangan usaha budidaya perikanan. Salah satu komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan berpotensi untuk dikembangkan adalah kepiting. Desa Prapag Kidul di Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes,

merupakan salah satu sentra budidaya kepiting di pesisir utara Jawa yang telah berkembang sebagai bagian dari identitas ekonomi lokal masyarakat. Posisi geografis desa ini yang berada di kawasan pesisir menjadikannya memiliki potensi alami yang sangat mendukung untuk pengembangan budidaya kepiting. Meskipun demikian, pengembangan usaha budidaya kepiting di wilayah ini masih menghadapi beragam tantangan yang perlu diatasi melalui pendekatan manajemen strategi yang tepat dan komprehensif.

Budidaya kepiting telah menjadi salah satu pilihan mata pencaharian bagi sebagian besar masyarakat pesisir di Indonesia, termasuk di Desa Prapag Kidul. Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan (2023), produksi kepiting nasional mengalami peningkatan sebesar 8,7% pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya, yang menunjukkan tren positif dalam permintaan pasar. Kepiting merupakan komoditas ekspor yang memiliki nilai jual tinggi, terutama untuk pasar Asia Timur seperti Jepang, Korea Selatan, dan Tiongkok, serta pasar Amerika Serikat dan Eropa. Namun, menurut Hakim (2023), kontribusi Indonesia dalam pasar ekspor kepiting global masih relatif kecil jika dibandingkan dengan potensi sumber daya yang dimiliki. Hal ini mengindikasikan adanya ruang yang besar untuk pengembangan usaha budidaya kepiting melalui strategi yang lebih efektif dan berorientasi pasar.

Studi yang dilakukan oleh Setiawan (2023) mengenai manajemen rantai pasok dalam industri perikanan di Brebes mengungkapkan bahwa salah satu permasalahan utama dalam usaha budidaya kepiting adalah rantai distribusi yang panjang dan tidak efisien, yang mengakibatkan rendahnya marjin keuntungan yang diterima oleh petani. Selain itu, penelitian Fauzan (2024) mengenai strategi adaptasi UMKM perikanan terhadap perubahan iklim dan pasar menemukan bahwa petani kepiting di wilayah pesisir Jawa menghadapi tantangan berupa fluktuasi harga, keterbatasan modal, rendahnya adopsi teknologi, serta minimnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Temuan-temuan ini menyoroti pentingnya pendekatan manajemen strategi yang holistik untuk mengembangkan usaha budidaya kepiting, khususnya di Desa Prapag Kidul.

Dalam perspektif manajemen strategi, David (2020) menekankan bahwa keberlanjutan suatu usaha memerlukan pendekatan yang sistematis melalui perencanaan strategis, implementasi kebijakan, dan evaluasi bisnis yang berkelanjutan. Porter (1998) juga mengemukakan pentingnya analisis terhadap faktor-faktor persaingan industri dan strategi kompetitif untuk menciptakan keunggulan bersaing. Sementara itu, Barney dan Hesterly (2021) menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya dan kapabilitas internal untuk menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Prinsip-prinsip manajemen

strategi ini relevan untuk diterapkan dalam konteks pengembangan usaha budidaya kepiting di Desa Prapag Kidul guna meningkatkan daya saingnya di pasar lokal maupun global.

Digitalisasi dan transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM di era modern. Tambunan (2023) dalam studinya tentang pengaruh digitalisasi terhadap pengembangan UMKM di sektor perikanan menemukan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan nilai tambah produk. Senada dengan hal tersebut, Yulianto (2024) menyoroti pentingnya implementasi e-commerce dalam pemasaran produk perikanan di Indonesia sebagai strategi untuk memperpendek rantai distribusi dan meningkatkan nilai jual produk. Namun, studi-studi tersebut juga mengungkapkan bahwa tingkat adopsi teknologi digital di kalangan petani perikanan, termasuk petani kepiting, masih relatif rendah karena berbagai faktor, seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya literasi digital, dan rendahnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan.

Meskipun terdapat berbagai kajian mengenai pengembangan usaha perikanan dan UMKM di Indonesia, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) terkait strategi pengembangan usaha kepiting yang spesifik untuk konteks lokal seperti Desa Prapag Kidul. Karakteristik unik dari masyarakat pesisir, kondisi lingkungan, dan dinamika pasar di wilayah tersebut memerlukan pendekatan manajemen strategi yang kontekstual dan adaptif. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan aspek manajemen keuangan, pemasaran digital, dan keberlanjutan lingkungan dalam pengembangan usaha kepiting di tingkat desa. Kesenjangan ini menunjukkan urgensi dilakukannya penelitian yang komprehensif untuk merumuskan strategi pengembangan usaha kepiting yang relevan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat Desa Prapag Kidul.

Saat ini, usaha kepiting di Desa Prapag Kidul masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk harga jual yang tidak stabil, pemasaran yang terbatas pada pasar lokal, minimnya literasi manajemen usaha, dan rendahnya adopsi teknologi di kalangan petani kepiting. Dalam konteks persaingan global yang semakin ketat, pelaku usaha kepiting di Desa Prapag Kidul perlu memperkuat daya saingnya melalui strategi yang inovatif dan berorientasi pasar. Wijaya (2025) menyarankan pentingnya penerapan model manajemen keuangan yang tepat untuk UMKM perikanan di wilayah pesisir agar dapat mengelola arus kas dengan lebih baik dan meningkatkan akses terhadap pendanaan. Sementara itu, menurut World Bank (2024), perikanan skala kecil memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di wilayah pesisir, namun memerlukan dukungan kebijakan dan program yang berpihak pada penguatan kapasitas dan akses pasar.

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan penelitian yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul melalui pendekatan manajemen strategi. Secara spesifik, penelitian ini akan mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing usaha kepiting, mengidentifikasi kendala dan peluang dalam penerapan strategi bisnis, serta merumuskan solusi manajemen strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberlanjutan dan profitabilitas usaha kepiting di wilayah tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha kepiting di Desa Prapag Kidul dalam mengembangkan strategi bisnisnya, serta memberikan masukan bagi pemangku kepentingan lainnya, seperti pemerintah daerah dan lembaga pendukung UMKM, dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan usaha perikanan di wilayah pesisir. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai manajemen strategi dalam konteks UMKM perikanan, khususnya usaha budidaya kepiting di wilayah pesisir Indonesia..

2. KAJIAN TEORITIS

Bagian ini menguraikan landasan teoretis yang menjadi dasar analisis strategi pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul. Kajian teoritis ini mencakup konsep manajemen strategi, analisis lingkungan bisnis, strategi pengembangan UMKM, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Konsep Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. David (2020) mendefinisikan manajemen strategi sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap utama, yaitu perumusan strategi (strategy formulation), implementasi strategi (strategy implementation), dan evaluasi strategi (strategy evaluation).

Perumusan strategi melibatkan pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, penentuan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pembuatan strategi alternatif, dan pemilihan strategi tertentu. Implementasi strategi memerlukan perumusan tujuan tahunan, kebijakan, dan alokasi sumber daya. Sementara itu, evaluasi strategi mencakup pengukuran kinerja dan pengambilan tindakan korektif (David, 2020).

Barney dan Hesterly (2021) menekankan pendekatan berbasis sumber daya (resource-based view) dalam manajemen strategi, yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan berasal dari sumber daya dan kapabilitas yang bernilai, langka, sulit untuk ditiru, dan terorganisir dengan baik (VRIO framework). Dalam konteks usaha kepiting di Desa Prapag Kidul, sumber daya seperti pengetahuan lokal tentang budidaya kepiting, akses terhadap lingkungan yang mendukung, dan jaringan sosial di kalangan petani kepiting dapat menjadi basis untuk membangun keunggulan kompetitif.

Porter (1998) mengembangkan model lima kekuatan (five forces model) untuk menganalisis daya tarik industri dan intensitas persaingan. Model ini mencakup ancaman pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk pengganti, dan persaingan antar pesaing yang ada. Analisis terhadap kelima kekuatan ini penting untuk memahami dinamika industri kepiting dan merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan.

Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis merupakan komponen penting dalam manajemen strategi. Kotler dan Keller (2022) membagi lingkungan bisnis menjadi dua, yaitu lingkungan makro dan lingkungan mikro. Lingkungan makro mencakup faktor-faktor demografi, ekonomi, sosial-budaya, teknologi, politik-hukum, dan lingkungan alam. Sementara itu, lingkungan mikro terdiri dari perusahaan, pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan publik.

Salah satu alat yang umum digunakan untuk menganalisis lingkungan bisnis adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Menurut Sugiyono (2019), analisis SWOT memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi kinerja organisasi. Dalam konteks usaha kepiting di Desa Prapag Kidul, analisis SWOT dapat membantu petani kepiting untuk memahami posisi kompetitif mereka dan merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi lingkungan bisnis.

Selain analisis SWOT, Pest Analysis (Political, Economic, Social, Technological) juga relevan untuk mengkaji faktor-faktor makro yang mempengaruhi usaha kepiting. Menurut Fauzan (2024), perubahan kebijakan pemerintah terkait perikanan, fluktuasi ekonomi, pergeseran preferensi konsumen, dan perkembangan teknologi budidaya merupakan faktor-faktor eksternal yang signifikan dalam industri perikanan, termasuk budidaya kepiting.

Strategi Pengembangan UMKM

Usaha kepiting di Desa Prapag Kidul termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tambunan (2023) mengidentifikasi beberapa strategi pengembangan UMKM, termasuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia, akses terhadap pembiayaan, pengembangan produk, dan perluasan pasar. Dalam konteks UMKM perikanan, Wijaya (2025) menekankan pentingnya manajemen keuangan yang baik, termasuk pencatatan keuangan, perencanaan arus kas, dan strategi pengelolaan risiko keuangan.

Digitalisasi merupakan strategi penting dalam pengembangan UMKM di era modern. Yulianto (2024) mengemukakan bahwa implementasi e-commerce dalam pemasaran produk perikanan dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya pemasaran, dan meningkatkan nilai jual produk. Namun, adopsi teknologi digital di kalangan UMKM perikanan masih menghadapi tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya literasi digital, dan rendahnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan.

Kemitraan juga merupakan strategi penting dalam pengembangan UMKM. Setiawan (2023) menyoroti pentingnya kemitraan antara petani perikanan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, lembaga keuangan, akademisi, dan pelaku usaha lainnya. Kemitraan ini dapat memfasilitasi transfer pengetahuan dan teknologi, akses terhadap pembiayaan, dan pengembangan pasar.

Keberlanjutan Usaha Perikanan

Fauzan (2024) menekankan pentingnya pendekatan berkelanjutan dalam usaha perikanan, termasuk budidaya kepiting. Keberlanjutan mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari sisi ekonomi, usaha perikanan perlu menghasilkan keuntungan yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha dan mendukung reinvestasi. Dari sisi sosial, usaha perikanan perlu memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan menjaga keadilan dalam distribusi manfaat. Dari sisi lingkungan, usaha perikanan perlu meminimalkan dampak negatif terhadap ekosistem dan menjaga keberlanjutan sumber daya alam.

Menurut FAO (2024), praktik akuakultur berkelanjutan mencakup penggunaan sumber daya yang efisien, pengelolaan limbah yang baik, dan adaptasi terhadap perubahan iklim. UNEP (2024) juga menekankan pentingnya pendekatan berbasis ekosistem dalam pengelolaan sumber daya laut, termasuk budidaya kepiting.

Penelitian Terdahulu

Hakim (2023) melakukan penelitian tentang potensi budidaya kepiting bakau di wilayah pesisir dan menemukan bahwa faktor-faktor seperti kualitas air, ketersediaan pakan, dan teknik budidaya sangat mempengaruhi produktivitas dan keberlanjutan usaha kepiting. Penelitian ini

juga mengidentifikasi peluang untuk diversifikasi produk kepiting, seperti kepiting soka (soft-shell crab) yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Setiawan (2023) mengkaji manajemen rantai pasok dalam industri perikanan di Brebes dan menemukan bahwa rantai distribusi yang panjang mengakibatkan rendahnya margin keuntungan yang diterima oleh petani. Penelitian ini menyarankan perlunya integrasi vertikal dan horizontal dalam rantai pasok untuk meningkatkan efisiensi dan nilai tambah produk.

Fauzan (2024) meneliti strategi adaptasi UMKM perikanan terhadap perubahan iklim dan pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani perikanan, termasuk petani kepiting, menghadapi tantangan berupa fluktuasi harga, keterbatasan modal, rendahnya adopsi teknologi, dan minimnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Penelitian ini menyarankan perlunya pendekatan adaptif dan inovatif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Tambunan (2023) meneliti pengaruh digitalisasi terhadap pengembangan UMKM di sektor perikanan dan menemukan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan nilai tambah produk. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi hambatan dalam adopsi teknologi digital, seperti keterbatasan infrastruktur dan kurangnya literasi digital.

Yulianto (2024) mengkaji implementasi e-commerce dalam pemasaran produk perikanan di Indonesia dan menemukan bahwa platform e-commerce dapat membantu petani perikanan untuk memperluas pasar dan meningkatkan nilai jual produk. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi e-commerce, seperti kualitas produk, layanan logistik, dan strategi pemasaran digital.

Wijaya (2025) meneliti model manajemen keuangan untuk UMKM perikanan di wilayah pesisir dan menemukan bahwa banyak petani perikanan masih mengandalkan pendekatan tradisional dalam pengelolaan keuangan, yang kurang efektif untuk menghadapi fluktuasi bisnis dan mengakses pembiayaan formal. Penelitian ini menyarankan perlunya edukasi dan pendampingan dalam manajemen keuangan, termasuk pencatatan keuangan, perencanaan arus kas, dan strategi pengelolaan risiko keuangan.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan landasan teoretis dan empiris yang relevan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul. Namun, perlu dicatat bahwa penelitian-penelitian tersebut memiliki konteks dan fokus yang berbeda-beda, sehingga perlu adaptasi dan kontekstualisasi dalam penerapannya di Desa Prapag Kidul. Penelitian ini akan mengintegrasikan berbagai perspektif teoretis dan empiris tersebut untuk merumuskan strategi pengembangan usaha kepiting yang komprehensif dan kontekstual.

Berdasarkan kajian teoretis di atas, dapat dirumuskan kerangka konseptual penelitian ini. Pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal (sumber daya dan kapabilitas) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman lingkungan bisnis). Strategi pengembangan usaha perlu mencakup aspek produksi (peningkatan produktivitas dan kualitas), pemasaran (diversifikasi produk dan perluasan pasar), keuangan (optimalisasi manajemen keuangan dan akses terhadap pembiayaan), dan keberlanjutan (praktik budidaya yang ramah lingkungan dan adaptasi terhadap perubahan iklim). Implementasi strategi memerlukan dukungan dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, akademisi, dan pelaku usaha lainnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus tunggal pada usaha kepiting di Desa Prapag Kidul, Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode yang terdiri dari wawancara mendalam dengan 15 informan kunci (petani kepiting, pengepul, pejabat desa, dan pelaku usaha terkait), observasi lapangan terhadap proses budidaya dan pemasaran kepiting selama periode Desember 2024 hingga Januari 2025, serta kajian dokumen dari sumber primer dan sekunder (laporan desa, data statistik perikanan, dan publikasi terkait). Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, diikuti dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha kepiting. Validitas data dijamin melalui prolonged engagement, triangulasi sumber dan metode, serta member checking dengan para informan kunci untuk memastikan temuan penelitian akurat dan mencerminkan realitas di lapangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Prapag Kidul, Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes selama periode Desember 2024 hingga Januari 2025. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 15 informan kunci yang terdiri dari 8 petani kepiting, 3 pengepul, 2 pejabat desa, dan 2 pelaku usaha terkait. Observasi lapangan dilakukan pada 8 tambak kepiting dengan luas total sekitar 12 hektar. Dokumen yang dikaji meliputi laporan desa tentang produksi perikanan selama 5 tahun terakhir, data statistik perikanan dari Dinas

Kelautan dan Perikanan Kabupaten Brebes, serta publikasi terkait usaha kepiting di wilayah pesisir utara Jawa.

Profil Usaha Kepiting di Desa Prapag Kidul

Usaha budidaya kepiting di Desa Prapag Kidul dimulai sejak tahun 2000-an dan mengalami perkembangan signifikan pada dekade terakhir. Berdasarkan data dari kantor desa, terdapat 45 rumah tangga yang menjalankan usaha budidaya kepiting dengan luas tambak keseluruhan mencapai 35 hektar. Jenis kepiting yang dibudidayakan didominasi oleh kepiting bakau (*Scylla serrata*) yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Tabel 1 menunjukkan perkembangan produksi dan nilai produksi kepiting di Desa Prapag Kidul selama lima tahun terakhir.

Tabel 1. Perkembangan Produksi dan Nilai Produksi Kepiting di Desa Prapag Kidul (2020-2024)

Tahun	Produksi (ton)	Nilai Produksi (Rp miliar)	Harga Rata-rata (Rp/kg)
2020	28,5	2,85	100.000
2021	30,2	3,32	110.000
2022	32,8	3,94	120.000
2023	35,1	4,56	130.000
2024	37,5	5,25	140.000

Sumber: Laporan Tahunan Desa Prapag Kidul (2020-2024)

Tabel 1 menunjukkan tren positif dalam produksi dan nilai produksi kepiting di Desa Prapag Kidul. Produksi meningkat dari 28,5 ton pada tahun 2020 menjadi 37,5 ton pada tahun 2024, atau tumbuh sekitar 31,6% selama lima tahun. Nilai produksi meningkat lebih signifikan, yaitu dari Rp2,85 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp5,25 miliar pada tahun 2024, atau tumbuh sekitar 84,2%. Peningkatan nilai produksi yang lebih tinggi dibandingkan peningkatan volume produksi disebabkan oleh kenaikan harga rata-rata kepiting dari Rp100.000/kg pada tahun 2020 menjadi Rp140.000/kg pada tahun 2024.

Meskipun tren produksi dan nilai produksi menunjukkan perkembangan positif, hasil wawancara dengan petani kepiting mengungkapkan bahwa margin keuntungan yang diterima masih relatif rendah. Hal ini sejalan dengan temuan Setiawan (2023) yang menyoroiti masalah rantai distribusi yang panjang dalam industri perikanan di Brebes, yang mengakibatkan rendahnya margin keuntungan yang diterima oleh petani.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha kepiting di Desa Prapag Kidul diidentifikasi dan dianalisis menggunakan kerangka SWOT.

Faktor Internal

Usaha kepiting di Desa Prapag Kidul memiliki beberapa kekuatan utama, antara lain:

1. Ketersediaan lahan tambak yang luas dan sesuai untuk budidaya kepiting
2. Pengetahuan dan pengalaman petani dalam budidaya kepiting yang diwariskan secara turun-temurun
3. Kualitas kepiting yang baik dengan tingkat kelangsungan hidup (survival rate) yang tinggi
4. Adanya kelompok tani yang menjadi wadah komunikasi dan kerjasama antar petani

Namun, usaha kepiting di Desa Prapag Kidul juga menghadapi beberapa kelemahan, yaitu:

1. Keterbatasan modal untuk investasi dan pengembangan usaha
2. Teknologi budidaya yang masih tradisional dan kurang efisien
3. Ketergantungan pada pengepul dalam pemasaran produk
4. Minimnya literasi digital dan manajemen keuangan di kalangan petani kepiting

Faktor Eksternal

Peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul meliputi:

1. Permintaan pasar domestik dan ekspor yang terus meningkat
2. Dukungan pemerintah melalui program pengembangan UMKM perikanan
3. Perkembangan teknologi digital yang membuka peluang pemasaran online
4. Potensi pengembangan produk olahan kepiting dengan nilai tambah lebih tinggi

Sementara itu, ancaman yang dihadapi meliputi:

1. Fluktuasi harga kepiting di pasar
2. Persaingan dengan daerah penghasil kepiting lainnya
3. Perubahan iklim yang mempengaruhi kondisi lingkungan tambak
4. Pandemi dan krisis ekonomi yang mengganggu rantai pasok dan permintaan pasar

Hasil analisis SWOT di atas sejalan dengan temuan Fauzan (2024) mengenai strategi adaptasi UMKM perikanan terhadap perubahan iklim dan pasar, yang mengidentifikasi tantangan serupa dalam industri perikanan di wilayah pesisir.

Strategi Pengembangan Usaha Kepiting

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal, beberapa strategi pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul dirumuskan dan dibahas sebagai berikut:

Strategi Produksi

Peningkatan produktivitas dan kualitas kepiting dapat dicapai melalui adopsi teknologi budidaya yang lebih modern dan efisien. Hasil observasi menunjukkan bahwa petani kepiting yang telah menerapkan sistem pengelolaan air yang baik dan pemberian pakan berkualitas menghasilkan kepiting dengan pertumbuhan yang lebih cepat dan ukuran yang lebih besar. Hal ini sejalan dengan temuan Hakim (2023) yang menyoroti pentingnya kualitas air dan pemberian pakan dalam budidaya kepiting bakau.

Diversifikasi produk juga menjadi strategi penting untuk meningkatkan nilai tambah. Pengembangan kepiting soka (soft-shell crab) yang memiliki nilai jual 2-3 kali lebih tinggi dibandingkan kepiting biasa merupakan peluang yang potensial. Beberapa petani di Desa Prapag Kidul telah mulai memproduksi kepiting soka, meskipun masih dalam skala terbatas karena keterbatasan pengetahuan dan teknologi.

Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan aspek krusial dalam pengembangan usaha kepiting. Hasil wawancara dengan petani kepiting mengungkapkan bahwa mayoritas petani masih mengandalkan pengepul dalam memasarkan produknya, yang mengakibatkan rendahnya margin keuntungan yang diterima. Beberapa petani yang telah mencoba memasarkan produknya langsung ke restoran atau pasar modern mendapatkan harga jual yang lebih tinggi, meskipun jumlah yang dapat diserap masih terbatas.

Pemasaran digital menjadi alternatif yang potensial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai jual. Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa literasi digital di kalangan petani kepiting masih relatif rendah, yang menjadi hambatan dalam adopsi teknologi digital. Hal ini sejalan dengan temuan Tambunan (2023) yang mengidentifikasi hambatan serupa dalam adopsi teknologi digital di kalangan UMKM perikanan.

Strategi Keuangan

Keterbatasan modal menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul. Hasil wawancara dengan petani kepiting mengungkapkan bahwa akses terhadap pembiayaan formal masih terbatas, dan banyak petani yang mengandalkan pinjaman informal dengan bunga tinggi atau kerjasama bagi hasil dengan pemilik modal.

Optimalisasi manajemen keuangan menjadi strategi penting untuk meningkatkan efisiensi penggunaan modal dan akses terhadap pembiayaan formal. Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa literasi keuangan di kalangan petani kepiting masih relatif rendah, dengan sebagian besar petani tidak melakukan pencatatan keuangan yang baik dan tidak memisahkan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Hal ini sejalan dengan temuan Wijaya (2025) yang menyoroti pentingnya literasi keuangan dalam pengelolaan UMKM perikanan.

Strategi Keberlanjutan

Keberlanjutan menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul. Hasil observasi menunjukkan bahwa beberapa praktik budidaya yang dilakukan oleh petani kepiting masih kurang memperhatikan aspek lingkungan, seperti penggunaan antibiotik yang berlebihan dan pengelolaan limbah yang kurang baik. Hal ini bertentangan dengan prinsip akuakultur berkelanjutan yang direkomendasikan oleh FAO (2024).

Adaptasi terhadap perubahan iklim juga menjadi strategi penting untuk menjamin keberlanjutan usaha kepiting. Hasil wawancara dengan petani kepiting mengungkapkan bahwa perubahan pola cuaca dan peningkatan frekuensi bencana alam seperti banjir dan kekeringan telah mempengaruhi produksi kepiting. Beberapa petani telah mencoba mengadaptasi praktik budidaya mereka, seperti menyesuaikan waktu tebar bibit dan meningkatkan ketinggian pematang tambak, meskipun masih berdasarkan pengetahuan tradisional dan kurang didukung oleh data ilmiah.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur tentang manajemen strategi dalam konteks UMKM perikanan di wilayah pesisir, khususnya dalam mengintegrasikan aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan keberlanjutan. Temuan penelitian ini memperkuat argumen Barney dan Hesterly (2021) tentang pentingnya sumber daya dan kapabilitas internal dalam membangun keunggulan kompetitif, serta pentingnya analisis lingkungan eksternal seperti yang dikemukakan oleh Porter (1998).

Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi petani kepiting di Desa Prapag Kidul dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan. Strategi diversifikasi produk, pemasaran digital, optimalisasi manajemen keuangan, dan adaptasi terhadap perubahan iklim merupakan langkah-langkah konkret yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya saing usaha kepiting. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan lembaga pendukung UMKM dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan usaha perikanan di wilayah pesisir.

Implementasi strategi-strategi yang direkomendasikan memerlukan kerjasama dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk petani kepiting, pemerintah, lembaga keuangan, akademisi, dan pelaku usaha lainnya. Hal ini sejalan dengan konsep pentahelix dalam pengembangan ekonomi lokal, yang menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai pihak dalam memajukan sektor ekonomi tertentu.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pengembangan usaha kepiting di Desa Prapag Kidul memerlukan pendekatan manajemen strategi yang komprehensif dan terintegrasi, dengan memperhatikan aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan keberlanjutan lingkungan. Analisis terhadap 15 informan kunci dan observasi lapangan menunjukkan bahwa meskipun usaha kepiting di desa ini mengalami pertumbuhan positif dalam lima tahun terakhir (produksi meningkat 31,6% dan nilai produksi meningkat 84,2%), terdapat kendala signifikan berupa keterbatasan modal, teknologi tradisional, ketergantungan pada pengepul, rendahnya literasi digital dan manajemen keuangan, serta tantangan perubahan iklim yang menghambat optimalisasi potensi ekonomi. Strategi yang direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing meliputi diversifikasi produk melalui pengembangan kepiting soka, implementasi pemasaran digital, optimalisasi manajemen keuangan, dan adopsi praktik budidaya berkelanjutan, yang kesemuanya memerlukan kerjasama sinergis dari berbagai pemangku kepentingan termasuk petani kepiting, pemerintah, lembaga keuangan, akademisi, dan pelaku usaha lainnya; keterbatasan penelitian ini pada ruang lingkup geografis dan periode penelitian yang singkat menyarankan perlunya studi lanjutan dengan cakupan yang lebih luas dan komprehensif untuk menghasilkan model pengembangan usaha kepiting yang dapat direplikasi di wilayah pesisir lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2024). Data produksi perikanan Indonesia 2023. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.bps.go.id>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2021). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases* (7th ed.). Pearson.
- David, F. R. (2020). *Strategic management: Concepts and cases* (17th ed.). Pearson.
- FAO. (2024). *Sustainable aquaculture development: Crab farming potential*. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.fao.org>

- Fauzan, M. (2024). Strategi adaptasi UMKM perikanan terhadap perubahan iklim dan pasar. *Jurnal Sumber Daya Pesisir*, 15(1), 30-50.
- Forbes. (2025). Digital marketing strategies for small-scale fisheries. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.forbes.com>
- Hakim, A. (2023). Analisis potensi budidaya kepiting bakau di wilayah pesisir. *Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan*, 18(2), 75-89.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2023). Budidaya kepiting bakau dan tantangannya. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://kkp.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). Program bantuan untuk UMKM sektor perikanan. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management (16th ed.)*. Pearson.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Peran lembaga keuangan dalam mendukung UMKM perikanan. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.ojk.go.id>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- SeafoodSource. (2024). Market trends and challenges in crab fisheries. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.seafoodsource.com>
- Setiawan, R. (2023). Manajemen rantai pasok dalam industri perikanan: Studi kasus di Brebes. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 7(2), 45-60.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryanto, D. (2025). Pemasaran digital untuk produk perikanan: Studi kasus UMKM pesisir. *Kompasiana*. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.kompasiana.com>
- Tambunan, T. (2023). Pengaruh digitalisasi terhadap pengembangan UMKM di sektor perikanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(3), 140-155.
- UNEP. (2024). Marine resource management and climate resilience in Southeast Asia. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.unep.org>
- Wijaya, B. (2025). Model manajemen keuangan untuk UMKM perikanan di wilayah pesisir. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 19(1), 112-128.
- World Bank. (2024). The role of small-scale fisheries in coastal economic development. Diakses pada 5 Februari 2025, dari <https://www.worldbank.org>
- Yulianto, A. (2024). Implementasi e-commerce dalam pemasaran produk perikanan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Digital*, 10(1), 90-104.