

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran adalah salah satu aspek penting dalam pengembangan produk unggulan daerah. Di Indonesia, terdapat beragam produk lokal yang memiliki potensi besar untuk dipasarkan, salah satunya adalah terasi udang rebon dari Selayar. Terasi udang rebon selayar merupakan salah satu produk unggulan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas lokal. Terasi ini tidak hanya dikenal karena cita rasanya yang khas, tetapi juga karena kualitasnya yang dihasilkan dari bahan baku segar dan proses pembuatan tradisional yang telah diwariskan secara turun temurun. Meskipun memiliki keunggulan, tantangan dalam pemasaran produk ini tetap ada, terutama dalam menghadapi persaingan dari produk sejenis yang lebih dikenal di pasar nasional (Hendayani dkk., 2024).

Selayar sebagai salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki sumber daya laut yang melimpah, termasuk udang. Keberadaan terasi udang rebon sebagai produk unggulan daerah ini memberikan peluang untuk meningkatkan perekonomian lokal. Namun, untuk memaksimalkan potensi tersebut, pemasaran produk unggulan daerah tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga mencakup upaya untuk membangun citra dan identitas daerah. Melalui strategi pemasaran yang baik, produk unggulan dapat dipromosikan dengan cara yang menarik, mengedukasi konsumen tentang keunggulan dan manfaatnya serta menciptakan hubungan yang kuat antara produsen dan konsumen (Sulfiana dkk., 2025).

Strategi pemasaran yang efektif menjadi sangat penting. Pemasaran yang baik tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk

memperkuat citra dan identitas terasi udang rebon sebagai produk lokal yang berkualitas. Dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk-produk lokal dan organik, ada peluang besar bagi terasi ini untuk mendapatkan perhatian yang lebih luas. Perkembangan dalam usaha pengolahan terasi udang rebon yang mengalami peningkatan setiap tahunnya, menuntut penggiat usaha lebih bekerja keras (Muh. Bagus Wijaya & Nurul Lathifah, 2024).

Perkembangan produksi terasi udang pada lima tahun terakhir di Kabupaten Kepulauan Selayar dapat digambarkan pada tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Produksi Terasi Udang Pada Usaha Passiana di Lima Tahun Terakhir DiKabupaten Kepulauan Selayar

Tahun	Jumlah Penjualan (kg)	Rata- rata Pertumbuhan (%)
2019	500	-
2020	1.000	100,00
2021	1.500	50,00
2022	1.800	20,00
2023	2.100	16,67
Rata-rata	1.380	37,334

Sumber: Data Penjualan Terasi Kabupaten Selayar 2024.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa produksi terasi pada usaha terasi udang rebon passiana pada lima tahun terakhir dengan jumlah produksi paling banyak terdapat pada tahun 2023 dengan tingkat penjualan sebesar 2.100 dengan rata-rata 16.67%.

Terasi Udang Rebon Passiana juga dimasukkan ke dalam salah satu oleh-oleh (buah tangan) ciri khas selayar. Produk Terasi Udang Rebon Passiana sangat disukai oleh masyarakat karena memiliki aroma dan cita rasa yang khas serta memiliki daya awet yang tinggi. Terasi memiliki bau khas yang tajam dan biasanya

digunakan untuk membuat sambal terasi yang digunakan dalam berbagai resep tradisional Indonesia. Pemasaran Terasi Udang Rebon Passiana mengikut sertakan peran pedagang pengecer atau tingkat pedagang pengumpul sebagai lembaga pemasaran. Terasi yang di produksi ada kalanya dijual langsung ke konsumen. Dari sinilah mereka harus bisa membuat strategi pemasaran untuk tetap bertahan dan merebut pangsa pasar untuk tetap mendapatkan keuntungan (Putra dkk., 2024).

Dari paparan di atas menarik perhatian peneliti untuk meneliti strategi pemasaran yang dipakai oleh pengusaha terasi. Penelitian terkait tentang Strategi Pemasaran dalam usaha Terasi Udang Rebon Passiana masih kurang dilakukan. Oleh karena itu, peneliti tertarik akan meneliti permasalahan di atas dengan mengangkat judul: **“Produksi dan Strategi Pemasaran Terasi Udang Rebon “Passiana” Sebagai Produk Khas Di Kabupaten Kepulauan Selayar (Studi Kasus Pada Usaha Terasi Udang Rebon Passiana)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun Rumusan Masalah Pada Penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana proses produksi terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar?
2. Berapa volume produksi dan pendapatan terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar?
3. Faktor internal dan eksternal apa yang dimiliki oleh usaha terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar?
4. Merumusan strategi pemasaran terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Pada Penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi proses produksi terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar?
2. Menghitung volume produksi dan pendapatan terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar?
3. Menganalisis faktor internal dan eksternal usaha terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar?
4. Merumuskan strategi pemasaran usaha terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar?

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan Pada Penelitian ini, yaitu:

1. Sebagai kontribusi bagi pengusaha terasi terutama mengenai strategi marketing dalam peningkatan hasil penjualan sehingga tercapai sebuah target yang diinginkan.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi terasi udang rebon Passiana untuk meningkatkan usaha.
3. Sebagai pedoman bagi pembaca khususnya masyarakat yang berhubungan dengan penelitian ini.