



**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI OLAHAN  
BUAH PIDADA (*SONNERATIA CASEOLARIS*) DI PULAU  
SANTEN, KABUPATEN BANYUWANGI**

*Development Strategy of Mangrove Apple fruit (*Sonneratia caseolaris*)  
Agroindustry in Santen Island, Banyuwangi Regency*

**Dini Nafisatul Mutmainah<sup>1</sup>, Ahmad Haris Hasanuddin Slamet<sup>2</sup>, Kirana  
Kusumaningrum<sup>3</sup>, Dian Kumaila Dewi<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen Agroindustri, Jurusan Manajemen Agribisnis,  
Politeknik Negeri Jember, Jl. Sekolahan No.1, Cangkring, Sidokare, Kec. Sidoarjo,  
Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, 61214, Indonesia  
e-mail: dini.nafisatul@polije.ac.id

DOI: 10.33830/fsj.v2i1.3700.2022

Diterima: 30 Sept 2022, Diperbaiki: 18 Nov 2022, Disetujui: 15 Des 2022

**ABSTRACT**

*Mangrove fruit or known as pidada fruit has great potential to be used as a variety of processed products. The high nutritional content of pidada fruit makes it have more added value as a processed product. This study aimed to analyze the strategy for developing processed products from pidada fruit. The data used in this study consisted of primary data and secondary data. The method used to formulate a development strategy is SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Primary data consisted of direct observation of the potential of pidada fruit on Santen Island and data from interviews with related parties. While secondary data consisted of supporting sources from the web and journal articles. The SWOT method was used to analyze internal and external factors in product development. Based on the SWOT analysis, the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix obtained a value of 2,682 and the External Factor Evaluation (EFE) matrix obtained a total value of 3,000. This showed that the development of the pidada fruit processed agro-industry has great potential in its development. Meanwhile the strategies that can be applied are intense market penetration, market development, and product development.*

**Keywords :** *agroindustry development strategy, pidada fruit processing, santen island, banyuwangi regency, SWOT*

### ABSTRAK

*Buah mangrove atau yang dikenal dengan buah pidada memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan sebagai berbagai produk olahan. Kandungan gizi yang cukup tinggi pada buah pidada menjadikannya memiliki nilai tambah lebih sebagai produk olahan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis strategi pengembangan produk olahan dari buah pidada. Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan yaitu SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). Data primer terdiri atas pengamatan secara langsung potensi buah pidada di Pulau Santen dan data hasil wawancara dengan pihak terkait. Sementara data sekunder terdiri atas sumber-sumber penunjang dari web maupun artikel jurnal. Metode SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam pengembangan produk. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh nilai matriks Internal Factor Evaluation (IFE) sebesar 2,682 dan matriks External Factor Evaluation (EFE) diperoleh total nilai sebesar 3,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengembangan agroindustri olahan buah pidada memiliki potensi besar dalam pengembangannya. Sementara itu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan intensif penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.*

**Kata Kunci :** *strategi pengembangan agroindustri, pengolahan buah pidada, Pulau Santen, Kabupaten Banyuwangi, SWOT*

---

### PENDAHULUAN

Hutan mangrove merupakan salah satu bentuk ekosistem hutan yang unik dan khas. Salah satu hutan mangrove yang ada di Indonesia adalah di Pulau Santen, Banyuwangi (Gambar 1). Hutan mangrove memiliki nilai ekonomis dan ekologis yang tinggi, tetapi sangat rentan terhadap kerusakan apabila kurang bijaksana dalam mempertahankan, melestarikan dan pengelolannya (Waryono & Didit, 2002). Buah mangrove dari jenis pidada (*Sonneratia caseolaris*) banyak ditemui di daerah perairan payau, ciri-ciri buah ini yaitu pada bagian dasarnya terbungkus kelopak bunga berbentuk bola, dan ujung buah tersebut bertangkai. Buah tersebut tidak beracun dan langsung dapat dimakan, namun memiliki rasa yang asam dan aroma yang khas yang menjadi daya tarik buah tersebut (Rajis, Desmelati, & Leksono, 2017). Daging buah pidada memiliki kandungan gizi yang tinggi. Kandungan gizi daging buah pidada terdapat vitamin A 221,97 IU, vitamin B 5,04 mg, vitamin B2 7,65 mg dan vitamin C 56,74 mg per 100 g (Manalu, Salamah, & Komari, 2011). buah pidada juga berpotensi

memiliki sifat anti-mikroba (Ahmad et al., 2018). Selain itu, buah pidada juga bisa diolah menjadi produk olahan, seperti sirup dan pudding (Basyuni *et al.*, 2019). Di sisi lain, kesadaran masyarakat khususnya masyarakat lokal di Pulau Santen masih kurang dalam mengetahui pembudidayaan dan pengolahan produk berbahan dasar buah pidada seperti sirup buah pidada yang dapat dijadikan sebagai peluang bisnis.



Gambar 1. Hutan Mangrove Pulau Santen.

Ruiz-Matute *et al.* (2010) menyatakan bahwa pemanfaatan buah mangrove yang demikian perlu dimaksimalkan dan diintensifkan sebagai peluang bisnis masyarakat sekitar sekaligus sebagai upaya pelestarian hutan mangrove. Pemanfaatan buah mangrove mempunyai peran yang sangat strategis dalam rangka pelestarian hutan mangrove. Buah *Sonneratia caseolaris* telah banyak diolah untuk dijadikan beberapa produk pangan seperti jenang, dodol, selai dan sirup. Produk sirup lebih banyak disukai mengingat iklim tropis di Indonesia yang memungkinkan orang lebih memilih minuman segar daripada makanan manis. Sirup merupakan produk tradisional berbentuk cairan kental yang diperoleh dari pemanasan bubur buah. Sirup yang menggunakan bahan baku buah pidada ini sudah diproduksi di beberapa daerah pesisir, namun produksi sirup tersebut masih tingkat industri rumah tangga (Prabowo, 2018). Gambar 2 merupakan gambaran produk olahan dari buah pidada (Priyono, Ilminingtyas, Mohson, Yuliani, & Hakim, 2010).

Rasa asam yang terdapat pada buah pidada membuat masyarakat jarang mengkonsumsi buah tersebut secara langsung, sehingga informasi pengolahan buah

tersebut masih sangat terbatas. Penggunaan bahan tambahan makanan seperti gula berfungsi sebagai pengawet bertujuan untuk menghambat atau menghentikan aktivitas mikroba seperti bakteri, kapang, khamir, sehingga dapat meningkatkan daya simpan suatu produk olahan, meningkatkan cita rasa, warna, menstabilkan dan memperbaiki tekstur, sebagai zat pengental atau penstabil, anti lengket, mencegah perubahan warna, memperkaya vitamin, mineral dan lain-lain (Rosyada, Anwari, & Muflihati, 2018).



Gambar 2. Produk olahan dari buah pidada (Anonymous, 2017).

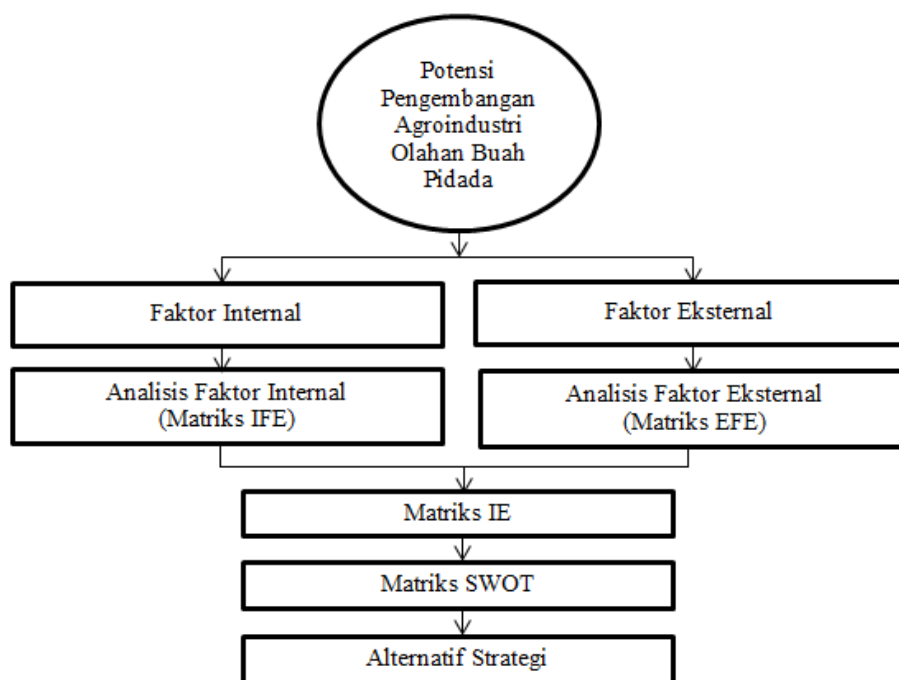
Penelitian ini bertujuan sebagai peluang bisnis produk makanan dan minuman berbahan dasar buah pidada. Melalui upaya ini, diharapkan banyak pihak yang peduli terhadap pelestarian hutan mangrove sekaligus menjadikan buah mangrove sebagai sumber pendapatan substitusi mereka. Metode analisis strategi pengembangan yang digunakan yaitu SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Metode SWOT menjadi metode yang cukup tepat untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam pengembangan produk. Penelitian menggunakan Analisa SWOT telah dilakukan untuk berbagai produk pangan untuk melihat aspek-aspek seperti potensi dan strategi. Contohnya adalah studi kasus pada sistem pangan di daerah utara Kanada (Lemay, Radcliffe, Bysouth, & Spring, 2021) dan strategi pengembangan untuk fortifikasi produk pangan berbasis nabati (Carvalho & Vasconcelos, 2013). Penelitian potensi suatu produk dengan analisis SWOT juga pernah dilakukan pada industri olahan kulit buah naga (Slamet, Mutmainah, Rizqullah, & Apriani, 2022) dan jamu jawa tradisional (Mutmainah, Slamet, Dewi, & Diniyah, 2022). Selanjutnya mengacu pada faktor-faktor internal-eksternal, diperoleh strategi pengembangan usaha berbasis buah mangrove (Sukmawati & Syafriah, 2018; Nuary, 2016). Analisis SWOT tidak hanya digunakan untuk menyusun strategi, melainkan banyak digunakan dalam

penyusunan perencanaan bisnis yang bertujuan untuk menyusun strategi jangka panjang, sehingga arah dan tujuan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan serta semua perubahannya dalam menghadapi pesaing. Pada akhirnya, hutan mangrove akan menjadi hutan produksi yang perlu mendapat perhatian dan dukungan dari Pemerintah dan berbagai pihak yang peduli terhadap fungsi dan keberadaan hutan mangrove. Beberapa penelitian hutan mangrove yang sebelumnya telah dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dalam menentukan strategi pengembangan yang mengacu pada faktor internal-eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SWOT menjadi metode yang cukup efektif dalam perumusan strategi pengembangan produk (Evalia, Sa'id, & Suryana, 2012).

## **METODE**

Penentuan lokasi penelitian dilakukan di Pulau Santen, dengan alamat Desa Karangrejo Lingkungan Karanganom, Kecamatan Banyuwangi Kota, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan April 2021 di Pulau Santen, Banyuwangi. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer berupa data yang diambil melalui *interview* secara langsung dengan pakar. Data sekunder meliputi data pemanfaatan buah pidada di Kabupaten Banyuwangi serta studi literatur.

Noor (2017) menjelaskan bahwa populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu dipilih secara sengaja melalui pertimbangan sampel yang telah diuji coba dengan menggunakan data. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini diantara lain, 1) Iswanto, S.Pd. selaku Kepala Bagian Pengembangan dan Pengelolaan Destinasi Wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, 2) Sunarto selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata di Pulau Santen Banyuwangi, dan 3) Muhammad Dzulkifli, S.Pd., M.Sc. selaku Dosen Pariwisata di Politeknik Negeri Jember. Dengan demikian dapat diketahui potensi dan jumlah buah pidada yang akan tersedia. Kerangka pemikiran penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Pengembangan agroindustri buah pidada yang dikaji dalam penelitian ini yaitu pengolahan buah pidada menjadi sirup. Data primer dan data sekunder yang diperoleh dijadikan acuan dalam pengembangan agroindustri buah pidada. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Analisis penentuan strategi pengembangan agroindustri buah pidada digunakan untuk menggali faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) di Pulau Santen yang dilakukan melalui pendekatan *survey* melalui observasi secara langsung dan pengkajian data primer maupun sekunder. Hasil tersebut kemudian diolah dengan menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*) untuk mendapatkan rumusan strategi pengembangan agroindustri buah pidada.

### Analisis SWOT

#### **Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*)**

Penentuan Faktor Strategi Internal menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*), menggunakan Metode David (2016). Tabel matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks IFE dan Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan ( <i>Strengths</i> )			
S1			
S2			
S3			
Sn			
Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )			
W1			
W2			
W3			
Wn			
Total			
Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang ( <i>Opportunities</i> )			
O1			
O2			
O3			
On			
Ancaman ( <i>Thearts</i> )			
T1			
T2			
T3			
Tn			
Total			

Sumber : David (2016).

### **Matriks IE (*Internal Eksternal*)**

Setelah IFE dan EFE ditemukan maka matriks IE dapat ditentukan. Penentuan matriks IE menggunakan metode David (2009). Gambar 4 merupakan matriks IE yang digunakan.

		Total Nilai IFE yang dibobotkan		
		Kuat 3,00-4,00	Rata-rata 2,00-2,99	Lemah 1,00-2,99
Total Nilai EFE yang dibobotkan	Tinggi 3,00-4,00	<b>I</b> <i>Grow and Build</i>	<b>II</b> <i>Grow and Build</i>	<b>III</b> <i>Hold and Maintain</i>
	Sedang 2,00-2,99	<b>IV</b> <i>Grow and Build</i>	<b>V</b> <i>Hold and Maintain</i>	<b>VI</b> <i>Harvest or Divest</i>
	Rendah 1,00-1,99	<b>VII</b> <i>Hold and Maintain</i>	<b>VIII</b> <i>Harvest or Divest</i>	<b>IX</b> <i>Harvest or Divest</i>

Gambar 4. Matriks IE (David, 2009)

### Matriks SWOT

Setelah melakukan analisa matriks IFE dan EFE, analisis SWOT dilakukan. Pembuatan matriks SWOT merujuk pada metode David (2009). Tabel Matriks SWOT dapat dilihat di Tabel 4.

Tabel 4. Matriks SWOT

IFE \ EFE	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	<i>Opportunities (O)</i>	<b>Strategi S-O</b>
<i>Threats (T)</i>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>

Sumber : David (2009).



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menurut David (2009), identifikasi strategi pengembangan agroindustri olahan buah pidada yang telah diberikan rata-rata nilai bobot, kemudian dilanjutkan dengan pemberian rata-rata penilaian *rating* pada masing-masing faktor internal dan internal. Hasil analisis Matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Faktor Strategi Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

No.	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>Kekuatan (Strengths)</b>				
1.	Kandungan antioksidan cukup tinggi	0,157	4	0,628
2.	Menggunakan bahan baku buah pidada	0,148	4	0,592
3.	Bahan baku melimpah	0,134	4	0,536
<b>Total</b>		<b>0,439</b>		<b>1,756</b>
<b>Kelemahan (Weaknesses)</b>				
1.	Produk kurang dikenal di pasaran	0,176	1	0,176
2.	Memiliki rasa yang asam	0,193	2	0,386
3.	Bahan baku kurang familiar	0,182	2	0,364
<b>Total</b>		<b>0,551</b>		<b>0,926</b>
<b>Total Tertimbang</b>		<b>1,00</b>		<b>2,682</b>

Tabel 6. Faktor Strategi Eksternal (Peluang dan Ancaman)

No.	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
1.	Tingkat kebutuhan dipasar cukup tinggi	0,137	3	0,411
2.	Belum banyak yang memasarkan produk dengan bahan baku buah pidada	0,112	3	0,336
3.	Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pengolahan buah pidada	0,109	3	0,327
4.	Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk bergizi meningkat	0,101	3	0,303
<b>Total</b>		<b>0,459</b>		<b>1,377</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>				
1.	Banyak produk kompetitor yang serupa namun berbeda bahan baku yang telah menguasai pasar	0,276	3	0,828
2.	Produk serupa milik kompetitor dengan bahan baku berbeda namun memiliki cita rasa familiar	0,265	3	0,795
<b>Total</b>		<b>0,541</b>		<b>1,623</b>
<b>Total Tertimbang</b>		<b>1,00</b>		<b>3,000</b>

Nilai bobot dan *rating* diperoleh dari analisis perbandingan berpasangan dari semua *expert* yang telah direkapitulasikan. Total tertimbang untuk bobot dipastikan bernilai 1,00 (David, 2009), dan total tertimbang untuk skor sebesar 2,682 diperoleh dari penjumlahan bobot x *rating* dari faktor internal kekuatan dan kelemahan dan total tertimbang untuk skor sebesar 3,000 diperoleh dari penjumlahan bobot x *rating* dari faktor eksternal peluang dan ancaman, yang digunakan sebagai acuan titik kondisi internal pada strategi pengembangan agroindustri buah pidada. Perhitungan analisis Matriks IFE dan Matriks EFE menunjukkan bahwa kemampuan strategi pengembangan agroindustri buah pidada dalam memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal serta mengantisipasi kelemahan internal dan ancaman eksternal dengan cukup baik.

### **Matriks IE**

David (2009) menjelaskan bahwa matriks IFE dan matriks EFE yang telah diberikan bobot dan peringkat serta telah memiliki skor rata-rata tertimbang akan digabung pada matriks IE. Skor bobot IFE pada sumbu X dan skor bobot EFE pada sumbu Y. Faktor IFE merupakan alat formulasi strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut. Faktor EFE membantu para penyusun strategi untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan. Matriks ini disusun untuk menentukan seberapa baik perusahaan dalam merespon peluang dan ancaman yang dihadapi. Matriks IE tersebut bermanfaat untuk mengetahui posisi perusahaan, sehingga dapat digunakan untuk menetapkan strategi yang sesuai untuk perusahaan. Total skor IFE 2,682 dan total skor EFE 3,000 menetapkan bahwa Agroindustri olahan buah pidada terletak pada sel II yaitu **Tumbuh dan Membangun** (*Grow and Build*). Berdasarkan analisis dari Matriks IFE dan Matriks EFE dapat diketahui posisi perusahaan dari Matriks IE. Matriks IE dapat dilihat di tabel 7.

Tabel 7. Posisi Perusahaan menggunakan matriks IE

		Total Nilai IFE yang dibobotkan		
		Kuat 3,00-4,00	Rata-rata 2,00-2,99	Lemah 1,00-2,99
Total Nilai EFE yang dibobotkan	Tinggi 3,00-4,00	I	II	III
	Sedang 2,00-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,00-1,99	VII	VIII	IX

Posisi pada matriks IE tersebut menunjukkan bahwa Agroindustri olahan buah pidada berada pada posisi internal dan eksternal yang **kuat** yaitu dalam sel II, di mana telah ditunjukkan oleh hasil analisis IFE dan EFE. Strategi yang cocok dalam sel II tersebut adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) (Setyorini, Effendi, & Santoso, 2016).

#### **Analisis SWOT dan Grand Strategy Pengembangan Agroindustri Buah Pidada**

Rangkuti (2013) menjelaskan bahwa, analisis SWOT merupakan upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal terkait peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan lain. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

Rangkuti (2013) menjelaskan bahwa Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threat*) dapat menghasilkan empat kolom kemungkinan alternatif strategi. Strategi tersebut yaitu SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), ST (kekuatan-ancaman) dan WT (kelemahan-ancaman). Berdasarkan hasil dari identifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan agroindustri buah pidada di Pulau Santen

Banyuwangi diperoleh sembilan alternatif strategi pengembangan berdasarkan analisis posisi yang ditunjukkan di Tabel 8.

Tabel 8. Matriks SWOT

<b>INTERNAL</b>	<b>STRENGTH (S) :</b> 1. Kandungan antioksidan cukup tinggi 2. Menggunakan bahan baku buah pidada 3. Bahan baku melimpah	<b>WEAKNESS (W) :</b> 1. Produk kurang dikenal di pasaran 2. Memiliki rasa yang asam 3. Bahan baku kurang familiar
<b>EKSTERNAL</b>		
<b>OPPORTUNITY (O) :</b> 1. Tingkat kebutuhan dipasar cukup tinggi 2. Belum banyak yang memasarkan produk dengan bahan baku buah pidada/pidada 3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pengolahan buah pidada/pidada 4. Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk bergizi meningkat	<b>STRATEGI (SO) :</b> 1. Melakukan pengenalan produk melalui media <i>e-commerce</i> yang menarik. (S2, S3, O2) 2. Melakukan pengenalan produk melalui edukasi pada wisatawan Pulau Santen. (S1, S2, S3, O3, O3)	<b>STRATEGI (WO) :</b> 1. Menggencarkan promosi produk pada event - event agroindustri (W1, O3, O4) 2. Berinovasi dalam pengembangan produk dan pemasaran (W1, W2, W3, O2) 3. Melakukan edukasi sosial terkait pentingnya memanfaatkan potensi lokal. (S3, O3, O4)
<b>THREAT (T) :</b> 1. Banyak produk kompetitor yang serupa namun berbeda bahan baku yang telah menguasai pasar 2. Produk serupa milik kompetitor dengan bahan baku berbeda namun memiliki cita rasa familiar	<b>STRATEGI (ST) :</b> 1. Memberikan promo akhir bulan kepada konsumen (S2, T2) 2. Melakukan edukasi sosial tentang manfaat dan kandungan buah pidada (S1, T1)	<b>STRATEGI (WT) :</b> 1. Melakukan analisa pemasaran dengan matang (W1, T1) 2. Membuat <i>outlet</i> penjualan di Pulau Santen. (W3, T2)

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan pengembangan agroindustri buah pidada di Pulau Santen, Kabupaten Banyuwangi layak untuk dikembangkan. Hal ini sesuai dengan analisis matriks IFE dan EFE pengembangan agroindustri buah pidada berada pada posisi internal dan eksternal yang kuat. Kekuatan internal terbesar dari buah pidada yaitu kandungan antioksidan cukup tinggi. Sementara peluang terbesar dari pengembangan agroindustri buah pidada yaitu tingkat kebutuhan dipasar cukup tinggi. Berdasarkan analisis SWOT strategi pengembangan yang dapat diterapkan terdiri atas, melakukan pengenalan produk melalui media *e-commerce* yang menarik, pengenalan produk melalui edukasi pada wisatawan Pulau Santen, menggencarkan promosi produk pada berbagai acara agroindustri, berinovasi dalam pengembangan produk dan pemasaran, melakukan

edukasi sosial terkait pentingnya memanfaatkan potensi lokal, memberikan promo akhir bulan kepada konsumen, melakukan edukasi sosial tentang manfaat dan kandungan buah pidada, melakukan analisa pemasaran dengan matang, dan membuat *outlet* penjualan di Pulau Santen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, I., Ambarwati, N. S. S., Lukman, A., Masruhim, M. A., Rijai, L., & Mun'Im, A. (2018). In vitro antimicrobial activity evaluation of mangrove fruit (*Sonneratia caseolaris* L.) extract. *Pharmacognosy Journal*, 10(3), 598–601. <https://doi.org/10.5530/pj.2018.3.98>
- Anonymous. (2017). Keripik, jus dan lulur mangrove untuk pelestarian alam. Diakses Oktober 11, 2022, dari Lembaga Penerbitan dan Penyiaran Karakter Universitas Sulawesi Barat website: <https://karakterunsulbar.com/2017/05/24/keripik-jus-dan-lulur-mangrove-untuk-pelestarian-alam2/>
- Basyuni, M., Siagian, Y. S., Wati, R., Putri, L. A. P., Yusraini, E., & Lesmana, I. (2019). Fruit nutrition content, hedonic test, and processed products of pidada (*Sonneratia caseolaris*). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 251(1). Institute of Physics Publishing. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/251/1/012042>
- Carvalho, S. M. P., & Vasconcelos, M. W. (2013). Producing more with less: Strategies and novel technologies for plant-based food biofortification. *Food Research International*, Vol. 54, pp. 961–971. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2012.12.021>
- David, F. R. (2009). *Manajemen strategis: konsep* (Vol. 1). Penerbit Salemba.
- David, Fred R., & David, F. R. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, Global Edition* (16th ed.). Pearson Education.
- Evalia, N. A., Sa'id, E. G., & Suryana, R. N. (2012). Strategi pengembangan agroindustri dan peningkatan nilai tambah gambir di kabupaten lima puluh kota sumatera barat. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 9(3), 173–182.
- Lemay, M. A., Radcliffe, J., Bysouth, D., & Spring, A. (2021). Northern food systems in transition: The role of the emerging agri-food industry in the northwest territories (Canada) food system. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.661538>
- Manalu, R. D. E., Salamah, E., & Komari. (2011). *Kadar beberapa vitamin pada buah pedada (Sonneratia caseolaris) dan hasil olahannya* (Skripsi). IPB University.
- Mutmainah, D. N., Slamet, A. H. H., Dewi, D. K., & Diniyah, N. (2022). Strategi pengembangan jamu jawa tradisional CV. Santoso di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Food Scientia : Journal of Food Science and Technology*, 2(1), 48–72. <https://doi.org/10.33830/fsj.v2i1.2844.2022>

- Noor, S. (2017). Penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran daihatsu luxio di malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang). *Jurnal Intekna: Informasi Teknik Dan Niaga*, 14(2). Retrieved from <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/181>
- Nuary, N. S. (2016). Strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SWOT pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 2(1), 30–42.
- Prabowo, R. E. (2018). Peluang bisnis kuliner buah mangrove. *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call for Papers Unisbank*. Semarang: Universitas Stikubank.
- Priyono, A., Ilminingtyas, D., Mohson, Yuliani, L. S., & Hakim, T. L. (2010). *Beragam Produk Olahan Berbahan Dasar Mangrove* (1st ed.). Semarang: KeSEMaT.
- Rajis, Desmelati, & Leksono, T. (2017). Pemanfaatan buah mangrove pedada (*Sonneratia caseolaris*) sebagai pembuatan sirup terhadap penerimaan konsumen. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 22(1), 51–50.
- Rangkuti, F. (2013). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (7th ed). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyada, A., Anwari, M. S., & Muflihati. (2018). Pemanfaatan tumbuhan mangrove oleh masyarakat desa bakau besar laut kecamatan Sungai Pinyuh Kabupaten Mempawah. *Jurnal Hutan Lestari*, 6(1), 62–70. <https://doi.org/10.26418/jhl.v6i1.23869>
- Ruiz-Matute, A. I., Soria, A. C., Sanz, M. L., & Martínez-Castro, I. (2010). Characterization of traditional Spanish edible plant syrups based on carbohydrate GC-MS analysis. *Journal of Food Composition and Analysis*, 23(3), 260–263. <https://doi.org/10.1016/J.JFCA.2009.08.017>
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Slamet, A. H. H., Mutmainah, D. N., Rizqullah, R., & Apriani, F. (2022). Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan industri olahan kulit buah naga di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Food Scientia: Journal of Food Science and Technology*, 2(1), 20–47. <https://doi.org/10.33830/fsj.v2i1.2686.2022>
- Sukmawati, D. A., & Syafrial. (2018). Analisis nilai tambah gula kelapa dan strategi pengembangan pada agroindustri kecap cap “SRK” di Kabupaten Pacitan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 2(1), 29–40. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.01.4>
- Waryono, T., & Didit, E. Y. (2002). Restorasi ekologi hutan mangrove. Studi kasus DKI jakarta. *Seminar Nasional Mangrove “Konservasi Dan Rehabilitasi Mangrove Sebagai Upaya Pemulihan Ekosistem Hutan Mangrove DKI Jakarta. Hotel Borobudur (Vol. 21)*.