

ANALISIS KETAHANAN USAHA PENGOLAHAN PETIS IKAN DI DESA PASONGSONGAN KABUPATEN SUMENEP DALAM ASPEK PEMASARAN

Oleh:

Ubait Syauqi¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Kec.Kamal, Kab.Bangkalan, Jawa Timur (69162)

Korespondensi Penulis: 220721100097@student.trunojoyo.ac.id

Abstract Marketing strategy for fish paste products in Pasongsongan Village, Sumenep Regency. The majority of Pasongsongan residents have fish paste processing businesses which are capable of producing various kinds of processed fish paste. Therefore, the aim of this research is to find out what marketing strategies are carried out by fish paste processing businesses in Pasongsongan Village, Sumenep Regency. In this article the author uses qualitative descriptive methods, observation and interviews to manage primary and secondary data. The results of this research found several obstacles or problems that often occur in fish paste businesses in Pasongsongan Village, Sumenep, such as: lack of marketing strategies to promote their products so that sales income cannot increase. Recommendations that need to be made are that fish petis processing businesses in Pasongsongan village should promote their products more and improve their marketing strategies, with the right targets so that turnover always increases and does not disappoint customers, this is the petis business actors who Those in Pasongsongan village can take advantage of today's technological advances, such as being promoted through e-commerce, where in the future those who will be able to buy the products will not only be people around Pasongsongan but can also be experienced by people who are far away from Pasongsongan village.

ANALISIS KETAHANAN USAHA PENGOLAHAN PETIS IKAN DI DESA PASONGSONGAN KABUPATEN SUMENEP DALAM ASPEK PEMASARAN

Keywords: *Business Resilience Strategy, Marketing Strategy, Fish Petis in Pasongsongan Village.*

Abstrak. Strategi pemasaran pada produk petis ikan di Desa Pasongsongan Kabupaten Sumenep. Yang mana mayoritas penduduk pasongsongan tersebut memiliki usaha pengolahan petis ikan yang mampu memproduksi berbagai macam olahan petis ikan. Oleh karena itu, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh usaha pengolahan petis ikan yang ada di Desa Pasongsongan Kabupaten Sumenep. Dalam artikel ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, abservasi dan wawancara untuk mengelola data primer dan sekunder. Hasil dari penelitian ini ditemukan beberapa kendala atau masalah yang banyak terjadi pada usaha petis ikan di Desa Pasongsongan, Sumenep seperti : kurangnya strategi pemasaran untuk mempromosikan produknya sehingga pendapatan penjualannya tidak dapat meningkat. Rekomendasi yang perlu di lakukan adalah dimana para pelaku usaha pengolahan petis ikan yang ada di desa pasongsongan seharusnya lebih banyak mempromosikan produknya serta meningkatkan lagi strategi pemasarannya, dengan sasaran yang tepat sehingga omset selalu naik dan tidak mengecewakan para pelanggan, hal itu para pelaku usaha petis yang ada di desa pasongsongan bisa memanfaatkan dengan kemajuan teknologi pada zaman sekarang seperti hal nya di promosikan lewat E-commerce yang mana nantinya yang dapat membeli produknya bukan hanya orang sekitar pasongsongan namun juga bisa di rasakan oleh orang-orang yang berada jauh dengan Desa Pasongsongan.

Kata kunci: Strategi Ketahanan Usaha, Strategi Pemasaran, Petis Ikan Di Desa Pasongsongan

LATAR BELAKANG

Kebahagiaan adalah hal penting bagi manusia sebagai makhluk sosial. Setelah terpenuhi semua kebutuhan dan keinginan material dan spiritual manusia, mereka akan bahagia. Islam memiliki perspektif tentang harta dan ekonomi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Terpenuhinya kebutuhan material seperti pakaian, rumah, harta, dan lain sebagainya. Sejahtera adalah kebutuhan material saat ini. Hasilnya, hal-hal ini mendapat perhatian lebih besar. Namun, dalam upaya mewujudkan kesejahteraan ini,

manusia menghadapi masalah utama, yaitu kekurangan sumber daya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Islam mengartikan agama bukan hanya tentang ritual atau spritualitas. Sebaliknya, agama adalah kumpulan keyakinan, aturan, dan aturan yang ditujukan untuk setiap aspek kehidupan manusia. Menurut perspektif Islam, agama melekat pada setiap aspek kehidupan manusia, baik dalam hubungan mereka dengan Tuhannya maupun dengan alam semesta dan sesama manusia. Setiap orang pasti menginginkan kehidupan yang baik karena mereka menginginkan pertumbuhan ekonomi dan masyarakat (Ahmad el-Najjar, 1972).

Kecamatan Pasongsongan berada di Kabupaten Sumenep, salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang berada di ujung timur Pulau Madura. Sumenep memiliki potensi perikanan yang besar dan dapat dimanfaatkan. Jika proses pengolahan dapat dioptimalkan dan dilakukan secara profesional, hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi masyarakat Kabupaten Sumenep. Madura memiliki banyak hasil perikanan, jadi sangat merugikan jika tidak diolah dengan baik. Sumber daya yang ada dapat membantu ekonomi lokal jika diproduksi dengan benar.

Warga di Kabupaten Sumenep, terutama di Desa Pasongsongan di wilayah pesisir, menghasilkan uang dengan menjadi nelayan. Ikan yang diambil dari nelayan akan diolah untuk dijual. Ikan petis adalah salah satu hasil olahan ikan yang menjadi ciri khas Pulau Madura. Salah satu pengusaha petis ikan khas Madura di Desa Pasongsongan adalah Ibu Jamina. Di pelabuhan selatan desanya, ibu Jamina adalah pengusaha petis tongkol yang terkenal, dan dia menjalankan bisnis ini sejak tahun 2000. Suaminya adalah nelayan. Ibu Jamina membutuhkan modal awal sekitar satu juta rupiah untuk membuat satu produksi. Bahan ikan biasanya membutuhkan 3 kg untuk membuat petis. Produksi petis dapat dilipat gandakan dalam satu minggu. Ibu Jamina terkenal sebagai pengusaha yang gigih dan terkenal dengan makanan pembuka yang lezat. karena dia ingin membantu suaminya dengan lebih banyak uang. Dia telah memiliki empat pekerja, seorang laki-laki dan tiga perempuan, selama operasinya.

Karena rasanya yang luar biasa, petis ikan yang dibuat dari kaldu ikan sangat diminati masyarakat Indonesia. Petis Madura adalah makanan khas yang biasanya dibuat seperti rujak dengan rasa gurih yang berasal dari sari rebusan ikan. Namun, petis ini berbeda dengan petis di luar Madura yang menggunakan udang untuk membuat rasanya

ANALISIS KETAHANAN USAHA PENGOLAHAN PETIS IKAN DI DESA PASONGSONGAN KABUPATEN SUMENEP DALAM ASPEK PEMASARAN

manis. Petis ikan Madura yang paling terkenal dan enak adalah petis dari Sumenep, yang di buat dari tongkol khas pantai utara yang terkenal. Ini membedakannya dari petis dari daerah lain seperti Pamekasan, Sampang, atau Bangkalan.

Mengolah petis ikan sangat mudah. Hasil tangkapan nelayan langsung adalah ikan yang di gunakan untuk membuat petis. Setelah peti di proses, langkah selanjutnya adalah menjualnya. Petis ini di jual secara luas di seluruh Jawa dan di luar Jawa. Dalam pemasaran, identifikasi kebutuhan manusia dan sosial sangat penting. Menuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan adalah salah satu definisi singkat dari pemasaran.

Jadi, Islam memandang aktifitas ekonomi secara positif. Artinya semakin banyak manusia terlibat dalam aktivitas ekonomi, maka semakin baik pula, proses dan tujuan yang sesuai dengan ajaran Islam. Berbagai ahli ekonomi muslim memberikan definisi ekonomi Islam yang bervariasi, tetapi pada dasarnya mengandung makna yang sama. Pada intinya, ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami (Muhammad Alimin, 2004).

Pemasaran bukan sekedar perluasan penjualan, tetapi pemasaran meliputi keseluruhan bisnis, dan harus dilihat dari sudut pelanggan. Hanya pemasaran dan inovasilah yang dapat menghasilkan uang, kegiatan yang lainnya adalah merupakan pos biaya saja. Paradigma pemasaran mengalami perubahan dari masa ke masa, konsumen yang dulunya selalu menggunakan pertimbangan rasional dalam memilih barang atau jasa, kini paradigma itu telah tergeserkan oleh pertimbangannya yang lebih luas (Sofyan Assauri, 2008).

KAJIAN TEORITIS

Strategi Ketahanan Usaha

Strategi adalah sekumpulan tindakan yang digabungkan untuk memanfaatkan kemampuan inti dan memperoleh keuntungan bersaing. Kemampuan suatu perusahaan untuk mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaingnya untuk mempertahankan keuntungan saat ini merupakan kunci keberhasilan, yang diukur dengan profitabilitas tinggi dan daya saing strategi.

Dalam bahasa Inggris, ketahanan disebut ketahanan. Dalam ilmu fisika, istilah resiliensi pertama kali digunakan untuk menunjukkan perilaku (gaya) pegas atau daya

kenyal. Namun, pada tahun 1970-an. Masyarakat menggunakan istilah ketahanan untuk menggambarkan fenomena yang agak berbeda . Menurut Muller, ketahanan adalah kemampuan sistem, komunitas, atau masyarakat yang terkena bahaya untuk menahan, menyerap, menerima, dan memulihkan diri secara efektif dan tepat waktu dari dampak bahaya, termasuk melalui pelestarian dan pemulihan yang penting dari dasar fungsi dan struktural. Kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup sangat terkait dengan strateginya. Industri kecil dan menengah memiliki kemampuan bertahan lebih tinggi karena dikelola langsung oleh pemiliknya , yang membuat mereka lebih cepat dan lebih mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan (Mahyudin Damis, 2018).

Perkembangan industri rumah tangga memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi karena kondisi geografis yang menguntungkan industri kecil, yang memberikan proteksi alami bagi produk industri kecil karena pasar yang dilayani oleh produk skala besar yang inovatif. Semua bisnis ingin tetap hidup dan berkembang. Untuk mencapai tujuan ini, mereka perlu mempertahankan dan meningkatkan penjualan, mencari dan mengembangkan pelanggan, dan menguasai pasar. Untuk mencapai tujuan ini, bagian pemasaran harus memiliki strategi yang kuat untuk memanfaatkan peluang dan peluang pemasaran yang ada, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat diperkuat. Untuk keberhasilan perusahaan di bidang dan umumnya, strategi pemasaran sangat penting (Muhammad Fitrah Alghozi, 2021).

Pengolahan Petis Ikan Di Desa Pasongsongan Kabupaten Sumenep

Untuk membuat petis Madura biasanya menggunakan kaldu dari pembuatan pindang ikan, di mana ikan dilapisi dengan garam dan dimasak dengan api kecil. Saat ikan matang, pindang pindang ditiriskan, dan larutan kaldu ikan dan garam ditampung dan diolah menjadi petis ikan. Kaldu ikan atau udang juga dapat digunakan untuk membuat petis Surabaya. Namun, petis Surabaya biasanya terbuat dari kepala ikan yang di blender dengan air lalu disaring . Kemudian dimasak dengan bumbu, gula, dan garam hingga air menjadi pasta. Rasa petis Madura dan Surabaya berbeda karena dasar pembuatannya. Petis adalah bagian masakan Indonesia yang dibuat dari produk sampingan pengolahan makanan berkuah yang dipanaskan hingga cairan kuah menjadi kental seperti saus yang lebih padat.

ANALISIS KETAHANAN USAHA PENGOLAHAN PETIS IKAN DI DESA PASONGSONGAN KABUPATEN SUMENEP DALAM ASPEK PEMASARAN

Petis dapat berasal dari berbagai jenis ikan, kupang, udang, atau bahkan daging sapi, dan masih digunakan sebagai bumbu penyedap untuk berbagai jenis makanan Indonesia. Sama seperti terasi, yang dapat melezatkan berbagai masakan tradisional Nusantara, petis lebih dikenal di Pulau Jawa dan Bali. Petis adalah masakan Indonesia yang dibuat dari produk sampingan rebusan ikan yang dijual matang dalam jumlah besar (biasanya udang, kupang, atau pindang). Cairan sisa rebusan ikan dipanaskan hingga menjadi kental seperti saus yang lebih padat, dan kemudian dimasak dengan gula batok, yang membuatnya menjadi cokelat pekat, cenderung hitam, dan rasanya manis. Di Madura, petis udang dikenal sebagai masakan khas Madura (M Anang Firmansyah, 2019).

Petis sepertinya hanya ada di Indonesia, berbeda dengan terasi yang dikenal dan dimakan oleh orang Asia Tenggara pada umumnya. Hampir semua segara di Asia Tenggara, seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina mengenal terasi dengan variasi bentuk sediaan kering, basah, atau setengah basah dan namanya. Namun aroma yang keluar dari terasi hasil olahan Negara tersebut sama. Hampir semua segara di Asia Tenggara, seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Filipina, dikenal dengan bentuk sediaan kering, basah, atau setengah basah dan namanya berbeda . Namun, bau terasi hasil olahan dari semua negara sama. Beberapa makanan menggunakan petis sebagai penyedap, seperti rujak (cingur, gobet, manis), kupang lontong (Sidoarjo), semanggi (Surabaya), tahu tek (Lamongan), atau campor (Madura). Kupang tahu petis Singaparna Bandung dan telur cit bumbu khas Banyumas merupakan salah satu makanan favorit di Surabaya, seperti tahu petis atau petis tahu. Petis Madura unik dari petis lainnya karena memiliki rasa yang cenderung asin, tampilan yang cerah, dan warna yang lebih merah kecoklatan. Pulau Madura adalah salah satu yang paling terkenal karena menghasilkan petis. bumbu rujak ini dibuat di beberapa tempat. Menurut Fandy Tjiptono (2018),

Petis adalah sejenis saus khas Indonesia yang berasal dari wilayah Jawa Timur yang menampilkan rasa dan aroma udang. Namun, petis sebenarnya merupakan hasil sampingan pengolahan tak langsung dari udang, tetapi juga bisa dibuat dari ikan kod atau ikan lainnya. Bahkan petis dapat ditemukan di Boyolali, Jawa Tengah, tetapi berasal dari hasil olahan sapi . Petis hitam biasanya digunakan sebagai saus, terutama untuk tahu goreng. Di Jawa Timur, petis rujakan biasanya digunakan untuk campuran makanan

tradisional seperti rujak cingur, kupang, semanggi lontong balap, tahu campur, dan tahu tek. Petis rujakan sangat mudah dibuat dengan bahan baku yang mudah didapat, seperti merebus kepala udang atau kulit udang. Bahkan dalam situasi darurat, seperti saat berada di luar negeri, terasi juga dapat digunakan.

Petis ikan yang dimiliki oleh ibu jamina di Desa Pasongsongan Kabupaten Sumenep. Ini menunjukkan bahwa pekerja wanita lebih tekun, teliti, setia, mudah diatur, dan tidak banyak menuntut. Visi dan misinya berbeda: menjadikan petis ikan sebagai produk yang dicintai masyarakat dan menghasilkan produk makanan khas Madura dengan menciptakan produk yang baik. Tujuan dari petis ikan ini adalah untuk menampilkan produk petis ikan yang lebih menarik dan membuat makanan lebih bermanfaat.

Strategi Pemasaran

Dalam studi kelayakan bisnis dalam hal ini analisis aspek pemasaran bahwa untuk menciptakan pasar yang baik dan stabil maka di perlukan untuk merancang dan membuat sebuah strategi demi menghasilkan pemasaran yang baik pula, serta efektif dan efisien untuk mencapai target pasar yang di inginkan perusahaan (Rostwentiwaivi and Fizriani 2019).

Salah satu strategi yang digunakan dalam aspek pemasaran adalah bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4P (Product, Price, Place, dan Promotion).

1. *Product* (produk)

Produk adalah barang yang di produksi untuk mencukupi kebutuhan konsumen. Produk bisa berwujud dan bisa tidak berwujud dikarenakan produk bisa berupa barang ataupun jasa. Menurut (Musfar 2020), suatu produk memiliki siklus hidup tertentu yang mencakup fase pertumbuhan, fase kematangan, dan fase penurunan penjualan.

2. *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah yang harus di bayar konsumen untuk dapat menikmati produk yang di tawarkan. Ada tiga strategi dalam penetapan harga, yaitu; harga terobosan pasar, pasar menggelapkan harga, dan harga netral.

3. *Place* (Tempat)

ANALISIS KETAHANAN USAHA PENGOLAHAN PETIS IKAN DI DESA PASONGSONGAN KABUPATEN SUMENEP DALAM ASPEK PEMASARAN

Perusahaan harus mengetahui cara memposisikan tempat agar bisa mendistribusikan produknya sehingga dapat di jangkau dengan mudah oleh pembeli potensial. Ada tiga strategi di dalam mendistribusikan produk, yaitu; distribusi intensif, distribusi eksklusif, an distribusi selektif.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah hal yang penting dimana perusahaan harus mampu menarik perhatian para pembeli potensial sehingga dapat meningkatkan brand dan penjualan.

Ada beberapa elemen dalam mempromosikan produk, yaitu:

- a. Periklanan
- b. Promosi
- c. Hubungan sosial
- d. Publisitas
- e. Sponsor
- f. Penjualan langsung

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer berasal dari wawancara dengan pengusaha pengolahan petis ikan, sedangkan data sekunder berasal dari literatur seperti buku, jurnal, skripsi, dan situs web lainnya yang berkaitan dengan subjek penelitian. Wawancara dengan pemilik dan karyawan perusahaan yang terlibat dalam penelitian juga dapat membantu menentukan hasil penelitian. Selain itu, Ibu Jamina terus mengolah ikan, tetapi tidak hanya menjadi ikan petis , tetapi di asinkan. Upaya Ibu Jamina adalah untuk meningkatkan kemampuan pemasaran online nya dan memberikan promosi kepada pembeli. Selain itu, Ibu Jamina berusaha menjual produknya di toko terdekat dan memberikan promosi yang lebih besar untuk setiap pembelian. Beberapa pengusaha petis ikan di Sumenep mencoba bertahan hidup selama pandemi COVID-19. Salah satu pengusaha petis yang diwawancarai, sebagai contoh keberlanjutan bisnis petis ikan di Kabupaten Sumenep.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kondisi Usaha Pengolahan Petis Ikan Di Desa Pasongsongan

Pengolahan petis ikan merupakan pekerjaan yang lazim di kalangan penduduk Pasongsongan. Di Desa Pasongsongan, yang terletak di kabupaten Sumenep, produksi petis ikan dilakukan oleh beberapa pengolah. Di Desa Pasongsongan, terdapat produsen petisi ikan terkenal dan operator petis, bersama dengan operator bisnis petis ikan yang bekerja dengan berbagai pengusaha petis. Upaya di bidang ini dapat ditelusuri kembali ke akar leluhur, sementara yang lain adalah inisiatif yang baru didirikan. Di antara pengusaha petis ikan terkenal di Desa Pasongsongan adalah Ibu Jamina, yang dikenal dengan kualitas ikan petis yang luar biasa yang dihasilkannya dan didukung oleh tim karyawannya.

Selain banyaknya pedagang yang mengambil hasil olahan petis ikan yang dibuat oleh usaha rumahan Ibu Jamina, petis ikan ini dianggap sebagai produk unggul karena cara pengolahannya dan bahan yang digunakan. Petis ikan yang dibuat oleh ibu Jamina dan beberapa karyawannya dianggap sebagai olahan rumahan yang sangat disukai dan diminati oleh banyak orang (Amalia Silfa Istiqhfariyah, 2021).

Pengolahan petis ikan ini berasal dari hasil nelayan sekitar desanya dan dibuat murni dari sari ikan laut tanpa menggunakan pengawet atau bahan tambahan seperti tepung terigu . Pengolahan ikan petis di tempat Ibu Jamina biasanya dilakukan selama persediaan sudah hampir habis, kemudian diproduksi lagi dan bahannya disesuaikan dengan hasil tangkapan nelayan saat proses produksi.

Proses pembuatan menggunakan kayu bakar. Ikan diambil dari tangkapan nelayan dan direbus, setelah air rebusan mendidih dan busa ikan dikeluarkan. Selanjutnya, sari air rebusan ikan ditambahkan dengan garam dan bumbu lainnya dan diaduk sampai mengental. Tunggu sampai tidak panas, lalu diamkan. Untuk pemasaran petis ikan, ibu jamina hanya menjualnya kepada pelanggan tetap dan orang-orang yang sudah menjadi pelanggan setia. Karena mereka tidak tahu tentang teknologi, mereka tidak dapat menjualnya di luar Madura atau di daerah sekitarnya. Ibu jamina menggunakan strategi yang sama untuk menjualnya kepada pelanggan dan juga di toko.

ANALISIS KETAHANAN USAHA PENGOLAHAN PETIS IKAN DI DESA PASONGSONGAN KABUPATEN SUMENEP DALAM ASPEK PEMASARAN

Upaya Mempertahankan Usaha Petis Ikan di Desa Pasongsongan

Pada awal pandemi Covid-19, pemilik perusahaan ikan petis mengalami rasa normal tanpa kekhawatiran, karena tidak ada penurunan signifikan dalam pendapatan atau kegiatan produksi dan penjualan mereka, yang disebabkan oleh skala dampak yang terbatas dibandingkan dengan kota-kota besar seperti Surabaya dan Jakarta yang harus memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSSB). Namun, dengan sifat situasi Covid-19 yang terus-menerus yang belum terselesaikan, penurunan pendapatan yang terlihat sekarang dirasakan karena kendala pada pengiriman barang lokal dan internasional (Ida Wahida et al, 2020).

Pengusaha petis terus bekerja untuk tetap hidup di tengah pandemi COVID-19. Dengan terus memproduksi petis ikan berkualitas tinggi, meningkatkan kemampuan penjualan online untuk mempertahankan pemasukan, terus menjual ke pelanggan yang memang menjual barang di pasar, dan terus menjual ke luar kota. Salah satu pengusaha memilih untuk memproduksi ikan asin sisa dari produksi petis ikan, yang tentunya berkualitas tinggi. Hal ini dilakukan semata-mata untuk memastikan bahwa pengusaha dapat terus menjalankan bisnisnya dan melestarikan petis ikan (Ellen Yuliani Saul, 2015).

Hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik usaha petis ikan Ibu Jamina selama pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa bisnis petis ikan akan tetap beroperasi bahkan selama pandemi ini karena dia tidak ingin karyawannya berhenti bekerja karena mereka sangat bergantung pada penghasilan yang mereka peroleh dari bisnis ini. Di sisi lain, karena bisnis ini sudah berdiri lama dan telah diwariskan dari generasi ke generasi, dia tidak ingin bisnis ini berhenti. Hindari untuk mengeringkan ikan (membuat ikan asin dan menjualnya), dan terus memproduksi petis ikan jika petis ikan sudah lama dijual, untuk mengurangi kerugian.

Selain hasil wawancara dengan pemiliknya, Ibu Jamina juga mengatakan, "Selama bekerja, saat ini lah seharusnya saya benar-benar bekerja keras agar usaha petis ini tidak berhenti karena adanya dampak covid 19. Saya berusaha keras untuk tetap mengolah petis agar tetap digemari oleh banyak orang orang." Untuk mengurangi kerugian, saya juga mengolah ikan asin. Selain itu, beberapa karyawan yang bekerja di Usaha Ibu Jamina menyatakan bahwa, karena petis ikan adalah ciri khas Madura, sulit untuk merelakan kerugian petis ikan ini. Kami akan terus memproduksi dan menjualnya sesuai dengan instruksi pemiliknya. Kami akan mengolah ikan dengan mengeringkan

atau mengasinkannya jika petis masih ada. Agar bisnis tidak mengalami kerugian yang signifikan (Mia Mulyani Petri, 2020).

Dalam wawancara dengan pengusaha petis ikan Ibu Jamina, dia berkata, "Selama saya menjalankan usaha petis ikan, saya tetap konsisten bahwa memang sampai kapanpun saya akan tetap melestarikan petis ikan khas Madura." Meskipun pandemi ini menyebabkan beberapa kesulitan dalam produksi dan penjualan, Saya akan berusaha sebaik mungkin untuk menjual ikan petis. Salah satu cara yang akan saya lakukan adalah dengan belajar bagaimana berjualan online, karena penjualan offline saat ini sangat penting. Saya juga akan terus memberikan kualitas terbaik dalam produksi petis ikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara keseluruhan Analisis Ketahanan Usaha Pengolahan Petis Ikan Di Desa Pasongsongan Kabupaten Sumenep (Dalam Aspek Pemasaran) dapat di simpulkan bahwa : Produsen petis ikan di Desa Pasongsongan, Ibu Jamina, memproduksi petis tiga kali seminggu dalam jumlah besar, tetapi pada saat pandemi COVID-19, mereka hanya memproduksi sesuai pesanan.

Pengusaha petis ikan yang memproduksi ikan asin agar -agar ikan yang awalnya digunakan untuk petis tidak terbuang, sehingga pengusaha dapat memperoleh penghasilan tambahan dengan membuka usaha ikan asin. Pengusaha lain, selain membuat ikan asin, menggunakan strategi pemasaran online dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang penjualan online, serta menawarkan promosi untuk menarik pembeli. Pemilik atau pengusaha petis ikan dan ikan asin diharapkan untuk memprioritaskan pemasaran mereka, mengikuti pelatihan pemasaran online untuk membuat merek mereka lebih dikenal dan dapat menjualnya ke orang lain. bertujuan untuk mencari lokasi produksi yang lebih direncanakan. Untuk menjaga pendapatan tetap stabil, dia sedang mencari produk baru dan peluang kerja.

Sebagai pelaku bisnis, Anda harus mengambil tindakan untuk bertahan hidup. Anda harus mengubah aliran keuangan untuk mempertahankan bisnis Anda dalam kondisi sulit saat ini. Salah satu cara untuk berempati dan menjaga komunikasi dengan pelanggan, dengan kondisi saat ini yang sangat penting untuk menjaga kesehatan, adalah dengan aktif menginformasikan pelanggan bahwa bisnis petis ikan ini telah mematuhi

ANALISIS KETAHANAN USAHA PENGOLAHAN PETIS IKAN DI DESA PASONGSONGAN KABUPATEN SUMENEP DALAM ASPEK PEMASARAN

aturan pemerintah untuk mencegah penularan virus seperti penyemprotan di tempat penampungan dan pengusaha suhu tubuh pekerja. Ini menjaga kepercayaan pelanggan bahwa bisnis petis ikan ini dapat di jual kembali.

Saran

Dalam jurnal mengenai Analisis Ketahanan Usaha Pengolahan Petis Ikan di Desa Pasongsongan Kabupaten Sumenep, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan keberlanjutan usaha pengolahan petis ikan. Berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Meningkatkan Promosi: Para pelaku usaha pengolahan petis ikan di Desa Pasongsongan sebaiknya meningkatkan promosi produk mereka melalui berbagai saluran, seperti periklanan, promosi, hubungan sosial, publisitas, sponsor, dan penjualan langsung. Dengan promosi yang efektif, dapat menarik perhatian pembeli potensial dan meningkatkan penjualan.
2. Memanfaatkan Teknologi: Dalam era digital saat ini, para pelaku usaha petis ikan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan platform E-commerce untuk mempromosikan produk petis ikan mereka kepada khalayak yang lebih luas.
3. Menjaga Kualitas Produk: Penting untuk tetap menjaga kualitas produk petis ikan agar tetap diminati oleh konsumen. Dengan memberikan kualitas terbaik dalam memproduksi petis ikan, seperti yang dilakukan oleh Ibu Jamina dalam jurnal, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan pangsa pasar.
4. Diversifikasi Produk: Selain memproduksi petis ikan, para pengusaha juga dapat mempertimbangkan untuk diversifikasi produk dengan mengolah ikan menjadi produk lain yang memiliki permintaan tinggi. Hal ini dapat membantu mengurangi risiko kerugian saat terjadi fluktuasi dalam penjualan petis ikan.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan usaha pengolahan petis ikan di Desa Pasongsongan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mencapai keberlanjutan usaha yang lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Amilia Silfa Istiqhfariyah, Analisis Ketahanan Usaha Pengolahan Petis Ikan Sebelum Dan Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021
- Assauri, Sofyan, Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama Cetakan Kedelapan, Jakarta: Raja Grafindo, 2008.
- Ellen Yuliani Saul, Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada Industri Mikro Dan Kecil Bakpia Pathok Di Kecamatan Ngampilan Yogyakarta Tahun 2015, (Skripsi— Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2015)
- El-Najjar, Muhammad, Bank Bila Fawaid ka Istiratijiyah lil Tanmiyyah allIqtishadiyyah, Jeddah: King Abdul Aziz University Press, 1972.
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta; CV. Andi Affset, 2018) halaman 7
- Ida Wahidah dkk, Pandemik Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan. Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO) Vol 11 No. 3 , Desember 2020, halaman 183-185
- M. Anang Firmansyah, PEMASARAN (Dasar dan Konsep), (Surabaya : Qiara Media, Tahun 2019) halaman 2
- Mahyudin Damis, “Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Tinjauan Antropologi”, Holitik, Tahun XI No.21A Januari 2018, Halaman 6
- Mia Mulyani Petri, Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19(Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi), (Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020)
- Muhammad Fitrah Alghozi, Strategi Bertahan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode Swot (Studi Kasus Pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang di Kecamatan Kemuning),(Skripsi—Universitas Muhammadiyah Palembang, 2021)
- Rostwentiwaivi, Vela, and Atia Fizriani. "Kelayakan Bisnis dan Pemasaran Tahu Jojoh di Kecamatan Karangpawitan, Kabupaten Garut." Jurnal Dedikasi Masyarakat 3, no. 1 (2019): 59-67.