

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh UD. FIZKA JAYA, sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang produksi keripik paru sapi di Desa Pabian, Sumenep. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat persaingan usaha serta strategi yang digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. FIZKA JAYA menerapkan strategi diferensiasi produk melalui penggunaan bahan baku paru segar, resep tradisional khas Madura, serta inovasi rasa dan kemasan. Selain itu, hubungan langsung dengan pelanggan dan distribusi melalui toko oleh-oleh lokal dijaga melalui komunikasi yang baik dan layanan yang memuaskan. Meskipun menghadapi tantangan berupa keterbatasan bahan baku dan persaingan harga dari pelaku usaha lain, usaha ini tetap mampu menjaga loyalitas pelanggan dengan mengedepankan kualitas dan pelayanan.

Penelitian ini juga menilai kesesuaian strategi yang diterapkan dengan prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan keberkahan. Temuan ini memberikan rekomendasi strategi pelaku UMKM agar dapat mengembangkan usahanya secara kompetitif dan berkelanjutan tanpa meninggalkan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi bisnis di sektor makanan ringan lokal.

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Keripik Paru Sapi, UMKM, Etika Bisnis Islam, Diferensiasi Produk.

ABSTRACT

This research aims to analyze the competitive strategy implemented by UD. FIZKA JAYA, a micro-enterprise engaged in the production of beef lung chips located in Pabian Village, Sumenep. The main focus of this study is to identify the factors influencing the level of business competition and the strategies used to maintain and increase market share. The research employs a descriptive qualitative method with data collected through observation, interviews, and documentation.

The results show that UD. FIZKA JAYA applies a product differentiation strategy through the use of fresh beef lungs, traditional Madurese recipes, as well as innovation in flavor and packaging. In addition, direct relationships with customers and product distribution through local souvenir shops are maintained through effective communication and satisfactory service. Despite facing challenges such as limited raw material availability and price competition from other businesses, the company is able to maintain customer loyalty by prioritizing quality and service.

This study also evaluates the compatibility of the applied strategies with Islamic business ethics principles, such as honesty, justice, transparency, and blessing. The findings provide strategic recommendations for MMMEs to develop their businesses competitively and sustainably without neglecting Islamic values. Thus, the result of this research are expected to serve as a reference for developing business strategies in the local snack industry.

Keywords : *Competitive Strategy, Beef Lung Chips, MSMEs, Islamic Business Ethics, Product Differentiation.*