

ABSTRAK

Petis merupakan salah satu bahan pangan tradisional asli Madura yang memiliki rasa, aroma, dan tekstur yang khas. Petis sudah terkenal dan sangat disukai oleh kalangan masyarakat Madura dan biasanya digunakan sebagai penyedap atau penambah rasa enak pada masakan atau sambal yang dipersiapkan. Pengembangan usaha petis ini menemui beberapa permasalahan. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan agar usaha ini dapat terus berproduksi. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran UD Sinar Harapan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SWOT. Hasilnya, strategi dalam pengembangan usaha petis di UD Sinar Harapan sebaiknya menggunakan strategi ST karena berada pada kuadran II yang berarti usaha ini harus melakukan diversifikasi. Usaha ini dapat mengatasi ancaman yang ada dengan menggunakan segenap kekuatannya. Strategi yang dapat dilakukan yaitu (a) melakukan branding dengan menggunakan kemasan yang mencantumkan informasi terkait produk dan perijinan usaha dan (b) membuat variasi produk tanpa menaikkan harga produk.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Petis, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Petis is a traditional food which is very popular in Madura. It has a distinctive taste, aroma and texture. Petis is widely accepted in Madura and is usually added as a flavoring agent to the dishes; thus, it has an economic importance. UD Sinar Harapan has produced petis for many years, and this business face many challenges, including marketing problems, requiring the advancement in marketing strategy for the product's sustainability. Therefore, the purpose of this study was to determine the marketing strategy of UD Sinar Harapan, reinforcing business strategy of petis, referring to SWOT analysis. The method used in this study is the SWOT method. As a result, SWOT analysis showed that the suggested strategy for the business should be based on Strength-Threat (ST), as found in quadrant II. This enables to resolve threats by using strengths. The following strategies are proposed: (a) improving the product branding through packaging innovation, informing the product specification and license; (b) product diversification, launching new product without increasing the price.

Keywords: SWOT Analysis, Petis, Marketing Strategy