



Research Article

Strategi Pengembangan Usaha Halal Pengolahan Bandeng Oleh Kelompok Paguyuban Masyarakat Desa Junok Sreseh Sampang

Ulfiyah¹, Mashudi², Dahruji³

1. Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; ulfiyahmaru@gmail.com
2. Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; mashudi.fkis@trunojoyo.ac.id
3. Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; dahruji@trunojoyo.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Rihlah Iqtishad: Jurnal Bisnis dan Keuangan Islam**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : May 19, 2025

Revised : June 20, 2025

Accepted : July 16, 2025

Available online : August 10, 2025

How to Cite: Ulfiyah, Mashudi, & Dahruji. (2025). Halal Milkfish Processing Business Development Strategy by the Junok Sreseh Sampang Village Community Association Group. *Rihlah Iqtishad: Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam*, 2(2), 93-106. <https://doi.org/10.61166/rihlah.v2i2.28>

Halal Milkfish Processing Business Development Strategy by the Junok Sreseh Sampang Village Community Association Group

Abstract. Junok Village, Sreseh District, Sampang Regency, has a favorite milkfish that is favored by consumers in the surrounding districts and other consumers. Based on the availability of abundant milkfish resources, the milkfish processing business in Junok Village has not been fully developed. Therefore, research activities were conducted. This study aims to determine the strategy for developing halal milkfish processing businesses by the Junok Sreseh Sampang Village Community Association. This study uses a qualitative descriptive research method and uses a field study approach. Data collection techniques were obtained through interview and observation methods. By using data collection, data reduction, data presentation, and conclusions in analyzing data. The results of the

study indicate that the halal business development strategy in Junok Village has not been fully implemented, as seen from several important aspects that still require attention. Although there is awareness of the importance of halal products, many producers in Junok Village do not have official halal certification, which can increase consumer confidence. Therefore, training is needed to improve understanding of halal, as well as collaboration with related institutions to help producers obtain halal certification.

Keywords: Strategy, Halal Business Development, Junok Milkfish.

Abstrak. Desa Junok kecamatan Sreseh Kabupaten Sampang memiliki bandeng favorit yang disukai oleh konsumen kecamatan sekitar maupun konsumen lainnya. Berdasarkan ketersediaan sumber daya ikan bandeng yang berlimpah tersebut, namun usaha pengolahan ikan bandeng di desa Junok ini belum sepenuhnya berkembang. Maka dilakukan kegiatan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Usaha halal Pengolahan Bandeng Oleh Kelompok Paguyuban Masyarakat Desa Junok Sreseh Sampang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan studi lapangan. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan metode wawancara dan observasi. Dengan menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan dalam menganalisa data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha Halal di Desa Junok belum sepenuhnya diterapkan, terlihat dari beberapa aspek penting yang masih memerlukan perhatian. Meskipun ada kesadaran akan pentingnya kehalalan produk, banyak produsen di Desa Junok yang belum memiliki sertifikasi halal resmi, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, Maka diperlukan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman tentang halal, serta kolaborasi dengan lembaga terkait untuk membantu produsen mendapatkan sertifikasi halal.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Usaha halal, Ikan Bandeng junok.

PENDAHULUAN

Sektor perikanan merupakan salah satu komoditi penting dalam industri pangan di Indonesia. Hal itu dikarenakan selain Indonesia dikenal sebagai negara maritim juga karena kandungan gizi yang tinggi pada ikan. Salah satu ikan yang memiliki kandungan gizi yang tinggi adalah ikan bandeng. Ikan bandeng ini banyak dibudidayakan di Asia Tenggara, terutama di daerah pesisir Indonesia (Abeng & Maulana, 2019). Ikan bandeng menjadi salah satu produk yang dihasilkan dan dikembangkan dari kabupaten Sampang.

Di kabupaten sampang terdiri dari beberapa desa atau kecamatan yang memiliki berbagai macam produk sesuai dengan sumber daya alamnya. Diantaranya ada desa Junok yang memiliki bandeng favorit yang disukai oleh konsumen kecamatan sekitar maupun konsumen lainnya. Hal ini penting untuk mendukung program pengembangan usaha UMKM di daerah. Pengembangan usaha UMKM di daerah secara mandiri bukanlah hal yang mudah, dalam pengembangan usaha itu sendiri terdapat banyak hambatan. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan dalam mengembangkan produksinya, pengembangan dilakukan agar menguntungkan bagi setiap pengusaha dalam mencari keuntungan dan mengembangkan usahanya, salah satunya adalah dengan pengolahan ikan.

Pengolahan ikan bandeng dilakukan secara cepat dan tepat, karena ikan bandeng merupakan komoditas yang tidak tahan lama atau mudah mengalami pembusukan, oleh karena itu ikan diolah dimana dapat menjadi suatu produk

setengah jadi atau produk jadi yang lebih tahan lama dan siap dikonsumsi oleh konsumen serta bernilai ekonomis. Adanya usaha pengolahan ikan memungkinkan usaha untuk menjadikan produk yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi salah satunya usaha pengolahan ikan bandeng (Baihaqi dkk., 2021).

Berdasarkan ketersediaan sumber daya ikan bandeng yang berlimpah, namun usaha pengolahan ikan bandeng yang belum berkembang maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “ Strategi Pengembangan Usaha Halal Pengolahan Bandeng Oleh Kelompok Paguyuban Masyarakat Desa Junok Sreseh Sampang”

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *stratos* yang berarti militer dan *ag* artinya memimpin. Menurut *Crown*, dikemukakan bahwa konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu pertama dari perspektif apa yang ingin dilakukan (*intends to do*) dan kedua adalah perspektif apa yang akhirnya dilakukan (*eventually does*).

Strategi dalam bahasa sederhananya adalah mengidentifikasi sumber daya yang ada untuk suatu kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk memenangkan persaingan. Adanya keterbatasan sumber daya yang dimiliki perusahaan harus dianalisis dan diberdayakan semaksimal mungkin melalui suatu pilihan strategi yang terencana dan terarah (Mashudi 2015).

Berdasarkan dalam kamus besar Bahasa Indonesia atau (KBBI) strategi ialah sebuah rencana yang cermat mengenai kegiatan-kegiatan dalam mencapai sebuah sasaran secara khusus. Selain yang dijelaskan diatas ada beberapa definisi strategi dari beberapa pendapat yang disajikan sebagai berikut; Dalam bukunya Supriyono mengatakan bahwa sebuah strategi merupakan satu kesatuan rencana-rencana dari perusahaan atau organisasi yang komprehensif dan juga terpadu yang sangat diperlukan.

Adapun menurut Peace dan Robinson mengatakan bahwa sebuah strategi ialah rencana manajer yang bisa berskala besar dan juga berorientasi kepada masa depan dalam berinteraksi dengan lingkungan-lingkungan pesaing guna untuk mencapai sebuah sasaran-sasaran perusahaan (Maulidah & Oktafia, 2020). Strategi merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha.

Pengembangan Usaha

Usaha atau bisnis adalah aktivitas memproduksi produk yang memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen yang harapannya bisa menghasilkan keuntungan melalui perwujudan nilai serta tahapan dalam sebuah transaksi. Pengembangan usaha merupakan kegiatan menambah skala, menginovasi produk, memperluas pasar dan melakukan inovasi pasar. Secara umum tujuan pengembangan usaha adalah untuk meningkatkan pendapatan perusahaan (Sulaiman & Asmawi, 2022).

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Menurut Fathorrohman indikator dari pengembangan usaha terdiri dari:

1. Peningkatan pendapatan, dengan mencapai keuntungan yang maksimal dapat meningkatkan juga pendapatan usaha dari hasil operasi/kegiatan usaha dan akan mengalami perkembangan yang positif.
2. Peningkatan jumlah pelanggan, meningkatkan jumlah pelanggan akan berimbas pada meningkatnya jumlah penjualan produk.
3. Peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas produk yang dihasilkan maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.
4. Peningkatan kualitas SDM, dengan menciptakan SDM yang berkualitas serta mampu bekerja secara efektif dan efisien dan memberikan kinerja dan prestasi kerja yang memuaskan bagi perusahaan sehingga mampu mewujudkan visi dan misi perusahaan.

pengembangan usaha memiliki makna yang sama dengan mengembangkan kegiatan, mengembangkan produk penjualan, mengembangkan konsumen, menunjang laba serta mengembangkan nilai produk (Rizky dkk., 2022).

Strategi Pengembangan Usaha Halal

Dalam melakukan pengembangan usaha diperlukan dorongan dari beberapa aspek yang berupa produksi serta pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi, dan lainnya. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan berbagai strategi diantaranya adalah:

a) Strategi penetrasi pasar dilakukan dengan menambah penjualan di pasar yang saat ini dilayani dengan produk yang ada. Penetrasi pasar dapat dilakukan dengan:

- 1) Menawarkan promosi
- 2) Menyesuaikan harga.

b) Strategi pengembangan produk dilakukan dengan menambah produk baru di pasar. Pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk.

c) Strategi pengembangan pasar dilakukan dengan memperluas wilayah pemasaran.

d) Strategi memperluas segmen pasar dengan menggunakan produk yang sudah ada (Zuliarni, 2019). Strategi memperluas segmen pasar dapat dilakukan dengan:

- 1) Melakukan inovasi
- 2) Mengoptimalkan digital marketing

Usaha halal merupakan usaha yang memproduksi produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Menurut Pandangan Islam tentang kompetisi untuk melayani konsumen dengan lebih baik dalam kegiatan bisnis tidak dilarang. Asalkan dalam menerapkan strategi pengembangan usaha baik dalam hal pemasaran dan promosi semua harus sesuai dengan ajaran Islam. Demikian juga dengan pengembangan produk, produk tersebut harus halal. Produk halal merupakan produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Halal berarti terbatas dari bentuk dzat yang telah diharamkan dalam islam (Badrus Zaman & Muhammad Ersya Faraby, 2023).

Dalam strategi pengembangan pasar harus sesuai dengan etika pemasaran dalam Islam. Dalam Islam terdapat praktik jual beli yang dilarang seperti larangan ba'i najasy dan talaqqi Rukban. Ba'i najasy atau manipulasi permintaan, bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dengan cara menciptakan penawaran palsu. Hal ini termasuk dalam kategori penipuan, untuk itu transaksi jenis ini dilarang dalam Islam (Mauliddin & Sari, 2022).

Talaqqi Ruqban, *Talaqqi* berasal dari kata *laqiya* yang berarti menemui dan melihatnya. Adapun Rukban berasal dari kata *rakbun* yang berarti segerombolan penunggang kuda atau unta yang berjumlah sepuluh atau lebih, yang dimaksud rukban dalam konteks ini adalah rombongan kafilah dagang. Jika digabungkan maka talaqqi rukban berarti menemui rombongan pedagang yang akan menuju pasar kota atau negara. Talaqqi rukban adalah pembelian barang dagangan dengan cara mencegat para pedagang dari desa, sebelum mereka sampai di pasar dan sebelum mengetahui harga sebenarnya (Junedi, 2023). Dalam strategi pengembangan usaha halal, Ba'i najasy dan Talaqqi Ruqban dilarang dalam Islam karena bertentangan dengan etika pemasaran dalam Islam.

Ikan Bandeng

Ikan Bandeng merupakan salah satu komoditas perairan payau yang potensial untuk dibudidayakan karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Ikan bandeng merupakan bahan pangan yang mengandung gizi yang cukup dan bermanfaat bagi tubuh. Kandungan gizi ikan bandeng yaitu kadar air 70,7%; kadar abu 1,4%; protein 24,1%; lemak 0,85%; karbohidrat 2,7% (Deran dkk., 2023).

Ikan Bandeng merupakan ikan yang hidup di percampuran air asin dan air tawar atau yang biasa disebut dengan air payau, yang banyak dibudidayakan di Asia Tenggara terutama pesisir Indonesia. Ikan Bandeng merupakan jenis hasil perikanan yang banyak digemari masyarakat di Indonesia. Ikan ini memiliki kandungan protein yang tinggi serta kandungan lemak yang rendah. Ikan bandeng memiliki kandungan gizi yang sangat baik dan rasanya yang enak, membuat Ikan Bandeng banyak diminati oleh masyarakat (Rosyidah dkk., 2021). Pengembangan produk dari Ikan Bandeng kini telah banyak diolah oleh masyarakat untuk dikonsumsi pribadi dan juga untuk dibuat usaha. Ada beberapa jenis olahan Ikan Bandeng yang biasa dikonsumsi masyarakat, yakni:

1) Pindang bandeng

Pindang bandeng merupakan salah satu makanan yang cukup populer sehingga dapat ditemui dan cukup laku dijual di pasar-pasar tradisional. Pindang bandeng hampir sama dengan bandeng presto tetapi pindang bandeng masih memiliki tulang dan duri dari ekor hingga kepala yang tidak lunak. Pindang bandeng merupakan masakan yang terbuat dari ikan bandeng yang digarami, dibumbui, kemudian di asapi atau di rebus hingga kering. Pindang bandeng merupakan salah satu cara mengolah ikan untuk mengawetkannya.

2) Bandeng bakar

Ikan bandeng bakar adalah hidangan yang dibuat dengan cara memanggang ikan bandeng di atas bara api atau panggangan. Ikan bandeng dibersihkan terlebih dahulu, kemudian biasanya di rendam dalam bumbu marinasi yang terdiri dari

campuran rempah-rempah, setelah itu ikan dipanggang hingga matang dan kulitnya sedikit garing, sambil diolesi sisa bumbu tersebut.

Kelompok Paguyuban

Paguyuban adalah sebuah organisasi informal yang memiliki asas cinta kasih persaudaraan, menghayati solidaritas dan toleransi dalam memanfaatkan segala perbedaan untuk mencapai tujuan bersama dimana para anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni, bersifat alamiah, kekal serta sehati sejiwa. Kelompok paguyuban merupakan sebuah perkumpulan masyarakat yang bersifat kekeluargaan dan didirikan oleh orang-orang yang sepaham untuk membina persatuan diantara para anggotanya (Wiranti & Suharso, 2015). Paguyuban yang ada di desa junok merupakan kelompok masyarakat yang saling mengikatkan diri dalam kepentingan yang sama yaitu untuk mengoptimalkan produksi dan perdagangan bandeng.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yaitu wawancara dan observasi (Umar Sidiq & Moh. Miftachul Choiri, 2019). Metode penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penegasan akan suatu konsep dan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar subjek penelitian. Penelitian kualitatif deskriptif berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala. Pada penelitian ini, kegiatan mencari data dilakukan guna menggambarkan secara fakta suatu peristiwa yang sebenarnya.

Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi yang akan dijadikan objek oleh peneliti yaitu usaha pengolahan ikan bandeng di desa junok kecamatan sreseh kabupaten Sampang Jawa Timur dan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian tersebut dari bulan Agustus 2024 sampai bulan Desember 2024.

Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung berdasarkan keterangan maupun penjelasan yang di dapat dari informan.
2. Data sekunder merupakan data penunjang yang memberikan penjelasan bagi sumber data primer baik berupa buku, jurnal maupun dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi.

1. Wawancara

Metode ini merupakan pengumpulan data dengan konsep wawancara untuk mendalami suatu kejadian atau kegiatan oleh subjek penelitian. Wawancara merupakan suatu percakapan antara dua orang atau lebih yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber. Dalam penelitian ini ,wawancara dilakukan pada Kepala Desa Junok Sreseh Sampang dan produsen Bandeng Junok Kecamatan Sreseh Sampang.

2. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan tehnik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti (Yuhana & Aminy, 2019).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan empat tahap, yaitu:

1. Pengumpulan Data (koleksi data) mengumpulkan semua data penelitian mulai dari hasil wawancara dan observasi.
2. Reduksi Data merupakan proses penyempurnaan data atau meringkas data, menelusuri tema dan memfokuskan pada hal-hal yang penting.
3. Penyajian Data (Display data) tahap selanjutnya dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokkan sekumpulan informasi yang disusun.
4. Kesimpulan, tahap ini merupakan tahap terakhir yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data (Rijali, 2018).

Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi untuk menguji data yang benar-benar valid. triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan, pemeriksaan, atau sebagai pembanding terhadap data hasil penelitian (Haryoko dkk., 2020). Dalam hal ini peneliti menggunakan Teknik triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah suatu pendekatan di mana peneliti membandingkan dan memverifikasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda guna memperkuat kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif. Dengan adanya triangulasi sumber, penulis dapat membandingkan kualitas informasi dari masing-masing sumber yang berbeda. Misalnya: membandingkan hasil observasi dengan wawancara.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha Bandeng Junok

Desa Junok Kecamatan sreseh kabupaten sampang terdiri dari lima dusun yang empat dusun itu rata-rata menjadi petani tambak. Pada tahun 2001 desa Junok melakukan usaha bandeng. Usaha ini tergabung dalam kelompok paguyuban yang dinamakan “bakul ikan”. Dalam bakul ikan ini terdapat lima kelompok yang berkontribusi dalam mengembangkan usaha budidaya dan pemasaran ikan bandeng.

Salah satu keunggulan usaha bandeng Junok adalah keberagaman produk yang ditawarkan. Selain menjual ikan bandeng dalam kondisi mentah mereka juga menyediakan berbagai macam olahan produk ikan bandeng seperti pindang bandeng dan bandeng bakar. Produk olahan bandeng junok ini tidak hanya ada dipasar lokal, tetapi juga dapat dipesan sesuai dengan permintaan. Hal ini dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam membeli produk ikan bandeng yang ada di desa junok (Ach Fathoni, 2024).

Strategi Pengembangan Usaha Halal

Dalam melakukan pengembangan usaha diperlukan dorongan dari beberapa aspek yang berupa produksi serta pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi, dan lainnya. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan berbagai strategi diantaranya adalah:

a) Strategi penetrasi pasar dilakukan dengan menambah penjualan di pasar yang saat ini dilayani dengan produk yang ada. Penetrasi pasar dapat dilakukan dengan:

1) Menawarkan Promosi

Adapun hasil wawancara dengan ibu Nasirah selaku produsen Bandeng adalah sebagai berikut: “dalam mempromosikan ikan bandeng, promosinya itu langsung dilakukan dipasar, jadi pembeli tersebut bisa melihat secara langsung kualitas ikan bandeng yang dijual serta di promosikan kepada tetangga” (Nasirah, 2024).

Hasil wawancara dengan Ibu Fauziyah dan Ibu Bahrah selaku produsen bandeng adalah sebagai berikut: “dalam menawarkan promosi, dilakukan secara langsung dipasar dengan menawarkan ikan bandeng kepada orang-orang yang lewat di depan tempat penjualan ikan bandeng ini” (Fauziyah & Bahrah, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, strategi penetrasi pasar dalam melakukan promosi itu sudah sesuai dengan ajaran islam dan tidak ada unsur pemaksaan serta memberikan informasi yang jujur kepada konsumen mengenai produk ikan bandeng yang dijual, seperti kualitas dari ikan bandeng tersebut.

2) Menyesuaikan Harga

Harga merupakan kesepakatan nilai yang disepakati antara pembeli dan juga penjual, dalam menentukan kesepakatan harga menjadi hal yang harus dipertimbangkan dengan baik agar tidak ada pihak yang dirugikan. Adapun hasil wawancara penelitian dengan ibu Nasirah sebagai berikut: “untuk menentukan harga ikan bandeng itu sesuai dengan ukuran dari ikan bandeng ini, kalau ikan bandengnya kecil 1 kilo itu biasanya isi 4 dengan harga Rp. 23.000 kalau ikan bandengnya itu besar biasanya isi 2 dengan harga Rp. 35.000” (Nasirah, 2024).

Hasil wawancara dengan ibu fauziyah selaku produsen bandeng adalah sebagai berikut: “dalam menentukan harga ikan bandeng ini dilihat dari ukuran dan kualitasnya, kalau kulit ikan bandeng kurang bagus itu dijual lebih murah meskipun dari segi ukurannya besar” (Fauziyah, 2024). Hasil wawancara dengan ibu

Bahrah selaku produsen bandeng adalah sebagai berikut: “untuk harga biasanya tergantung dari ukuran ikan bandeng kalau ikannya lebih kecil harganya lebih murah dan tidak mengambil untung terlalu banyak, agar pembeli itu nanti Kembali untuk membeli ikan bandeng ini lagi ”(Bahrah, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, strategi penetrasi pasar dalam menyesuaikan harga itu sesuai dengan ajaran islam, harga ikan bandeng disini tergantung dari ukuran, kualitas dari ikan bandeng serta pedagang tidak mengambil untung yang tinggi karena disesuaikan dengan ukuran dan kualitas dari ikan bandeng tersebut.

b) Strategi Pengembangan Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dihasilkan oleh produsen dan dapat ditawarkan kepada konsumen untuk untuk mendapat perhatian, digunakan atau dikonsumsi. Berdasarkan hasil penelitian dengan mengumpulkan data melalui observasi, produk yang di produksi adalah pindang bandeng dan bandeng bakar. Adapun hasil wawancara dengan ibu Nasirah adalah sebagai berikut;” untuk produk bandeng yang di produksi disini ada bandeng mentah ,pindang bandeng dan bandeng bakar. untuk pindang bandeng disini peminatnya lebih banyak dibandingkan dengan bandeng bakar. untuk bandeng bakar biasanya di produksi Ketika ada orang mesen, untuk sertifikasi halal produk bandeng disini belum bersertifikasi halal, namun untuk proses produksi maupun produknya disini sudah dikatakan halal karena bandeng disini merupakan hasil tambak ” (Nasirah, 2024).

Hasil wawancara dengan ibu Fauziyah yaitu: “awalnya hanya memproduksi bandeng mentah, namun banyak pembeli yang nanyak produk pindang bandeng ini maka dikembangkan dari bandeng mentah ke pindang bandeng yang dari segi ketahanannya juga lebih lama dibandingkan dengan bandeng mentah” (Fauziyah, 2024)

Hasil wawancara dengan ibu Bahrah yaitu: “produk yang di produksi disini sama dengan kelompok paguyuban yang lain karena disini merupakan satu kelompok yang mengoptimalkan produksi bandeng yang ada di desa junok ini, untuk produk bandeng disini biasanya ada yang langsung dijual mentahnya, kalau tidak laku biasanya nanti di pindang agar lebih tahan lama dan dapat dijual Kembali, selain dipindang kalau misalkan ada yang mesan bandeng bakar biasanya memproduksi bandeng bakar, sesuai dengan pesenan konsumen, tetapi untuk produk bandeng yang konsisten untuk dijual kepasar itu hanya bandeng mentah dan pindang bandeng” (Bahrah,2024).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, strategi pengembangn produk, untuk produk bandeng tersebut belum bersertifikasi halal namun untuk proses produksi maupun produknya disini bisa dikatakan halal karena bandeng disini merupakan ikan hasil tambak.

c) Strategi Pengembangan Pasar dilakukan dengan Memperluas Wilayah Pemasaran.

Wilayah pemasaran merupakan area atau lingkungan yang dijadikan sebagai tempat untuk memasarkan produk dan jasa suatu perusahaan kepada konsumen. Adapun hasil wawancara dengan Ibu Nasirah yaitu: “untuk produk ikan bandeng ini hanya dipasarkan di pasar Bengsah yang ada dikecamatan sreseh sampang, kalau

bulan puasa itu dipasarkan di pasar bengsah kecamatan sresih kabupaten Sampang dan juga di pasar Blega, dalam memasarkan produk ikan bandeng ini terdapat kendala yaitu dengan banyaknya pesaing. Setelah hari raya Idul adha 15 hari kedepan untuk wilayah pemasaran di pasar Blega itu biasanya banyak konsumen atau pembeli yang menunggu di tempat pangkalan angkot yang menunggu ikan bandeng ini, biasanya banyak konsumen yang membawa wadah sendiri untuk membeli ikan bandeng Junok ini dan langsung membeli ikan bandeng tersebut ditempat pangkalan angkot ini” (Nasirah, 2024).

Hasil wawancara dengan ibu Fauziyah: “untuk wilayah pemasaran ikan bandeng ini awalnya hanya di pasar plabuhan kecamatan Sresih kemudian mempeluas wilayah pemasaran yaitu di pasar kedungdung bangkalan yang berdekatan dengan kabupaten sampang, dalam memasarkan produk ini terdapat banyak pesaing yang kadang membuat ikan bandeng ini hanya laku sedikit” (Fauziyah, 2024).

Hasil wawancara dengan Ibu Bahrah: “pertama jadi pedagang ikan bandeng hanya dipasarkan di pasar labuhan yang ada dikecamatan sresih kabupaten sampang, kemudian dapat informasi dari sesama pedagang kalau di pasar kedungdung itu masih sedikit pedagang ikan bandeng maka dikembangkan wilayah pemasaran ke pasar kedungdung kabupaten Bangkalan kemudian dengan berjalannya usaha bandeng ini memperluas Kembali wilayah pemasaran dengan memasarkan produk ikan bandeng ini di pasar Blega kabupaten Bangkalan” (Bahrah,2024).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, strategi pengembangan pasar sudah bisa dikatakan berkembang karena untuk wilayah pemasarannya tidak hanya di pasarkan dipasar lokal. Pemasaran produk bandeng dilakukan dengan cara yang inovatif yaitu melalui pasar tradisional dan pemesanan langsung. Dalam strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh ibu Nasirah itu dilarang dalam islam karena dalam islam tidak diperbolehkan melakukan pembelian barang dagangan dengan mencegat pedagang sebelum mereka sampai dipasar sebelum mengetahui harga sebenarnya.

d) Strategi memperluas segmen Pasar dengan menggunakan produk yang sudah ada. Strategi memperluas segmen pasar dapat dilakukan dengan

1) Melakukan Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan proses pengembangan dan peningkatan produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.yang mencakup penciptaan barang atau jasa baru serta perbaikan versi sebelumnya. Adapun hasil wawancara dengan ibu Nasirah selaku produsen bandeng yaitu: “dengan adanya bandeng di desa Junok ini selain olahan pindang bandeng dan bandeng bakar, keinginan untuk mengembangkan inovasi olahan bandeng itu ada yaitu ingin melakukan inovasi produk olahan bandeng presto, namun terdapat kendala yaitu kurangnya peralatan mesin presto”(Nasirah, 2024).

Hasil wawancara dengan ibu fauziyah dan ibu Bahrah “Ibu Fauziyah dan Ibu Bahrah tidak mempunyai keinginan untuk melakukan inovasi produk, dikarenakan sudah memasuki usia lanjut dan minimnya pengetahuan tentang olahan bandeng yang baru” (Fauziyah & Bahrah, 2024). Berdasarkan hasil Wawancara tersebut strategi memperluas segmen pasar dengan melakukan inovasi produk tidak optimal

dikarenakan kurangnya peralatan dan minimnya pengetahuan untuk mengolah bandeng menjadi produk baru.

2) Mengoptimalkan Digital Marketing

Digital marketing merupakan suatu strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Adapun hasil wawancara dengan Ibu Nasirah yaitu: “mengoptimalkan digital marketing dengan bantuan anaknya dengan cara memposting di status WA dengan mengambil foto dari produk yang asli tanpa memanipulasi foto produk ikan bandeng, dengan memberikan informasi yang jujur dan sesuai dengan kualitas produk ikan bandeng tersebut” (Nasirah, 2024).

Adapun hasil wawancara dengan Ibu Fauziyah dan Ibu Bahrah yaitu: “Ibu Fauziyah dan Ibu bahrah tidak menggunakan media sosial dikarenakan sudah memasuki usia lanjut dan minimnya pengetahuan tentang digital marketing” (Fauziyah & Bahrah, 2024).

Berdasarkan hasil Wawancara tersebut strategi memperluas segmen pasar dengan mengoptimalkan digital marketing kurang optimal dikarenakan hanya menggunakan platform WA, minimnya pengetahuan dan ada yang umurnya sudah lanjut usia.

Ikan Bandeng

Ikan bandeng yang ada di desa junok ini berbeda dengan ikan bandeng lain. Ikan bandeng junok ini merupakan ikan bandeng yang rasanya paling enak se kabupaten Sampang. Untuk siklus budidaya bandeng disini tergantung benihnya, kalau benihnya besar dari tebar ke panen jika tambaknya sehat itu sekitar 4 bulan bisa di panen, kalau tambaknya kurang bagus artinya ada penyakitnya itu bisa 7-8 bulan baru bisa dipanen. Ikan bandeng yang ada di desa Junok kecamatan Sresih Kabupaten Sampang diolah menjadi pindang bandeng dan bandeng bakar. Dua macam olahan bandeng tersebut masih di produksi sampai sekarang.

1) Pindang bandeng Junok

Pindang bandeng junok merupakan salah satu olahan bandeng yang di produksi oleh kelompok paguyuban yang bisa bertahan selama 3 hari. Pindang bandeng merupakan salah satu makanan yang cukup populer di desa Junok sehingga dapat ditemui dan cukup laku dijual di di pasar-pasar tradisional. Untuk proses produksi pindang bandeng yaitu: pertama, ikan bandeng dicuci bersih terlebih dahulu, kemudian direbus dengan air dan dikasih garam dan bumbu secukupnya. Kemudian kalau sudah dingin dikasih sumbu (pewarna makanan).

2) Bandeng bakar Junok

Bandeng bakar merupakan hidangan yang dibuat dengan cara memanggang ikan bandeng diatas bara api. Untuk proses produksi Bandeng bakar yaitu Ikan bandeng dibersihkan terlebih dahulu, kemudian di rendam dalam bumbu marinasi yang terdiri dari campuran rempah-rempah, diamkan beberapa waktu agar bumbu meresap sempurna setelah itu ikan dipanggang hingga matang dan kulitnya sedikit garing, sambil diolesi sisa bumbu tersebut, kemudian dikasih irisan bawang merah dan irisan cabe yang dicampur dengan kecap (Misna, 2024).

Kelompok Paguyuban

Kelompok paguyuban terbentuk pada tahun 2005. kelompok paguyuban disini dinamakan persatuan bakul ikan. Terdapat lima kelompok paguyuban yang berkontribusi untuk mengoptimalkan produksi perdagangan bandeng. Dengan adanya paguyuban ini para produsen dapat saling mendukung dan berbagi pengetahuan serta pengalaman dalam budidaya ikan. Kelompok paguyuban ini sebagai wadah dalam mengoptimalkan produksi bandeng. Pembentukan kelompok paguyuban ini bertujuan untuk membantu perekonomian keluarga dengan melakukan usaha bandeng. Dengan adanya kelompok paguyuban ini proses budidaya bandeng terkoordinir dengan baik karena dalam kelompok paguyuban ini terdapat ketua yang mengkoordinir proses pembayaran bandeng terhadap petani tambak sehingga usaha bandeng berjalan dengan lancar (Ach. Fathoni, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di desa Junok kecamatan sreseh kabupaten sampang, Dapat disimpulkan pengolahan ikan bandeng di Desa Junok, sudah berkembang sejak terbentuknya kelompok paguyuban "bakul ikan" meskipun belum sepenuhnya mengalami kemajuan. Usaha ini tidak hanya menyediakan ikan bandeng mentah, tetapi juga produk olahan seperti pindang bandeng dan bandeng bakar. Strategi pengembangan usaha halal di Desa Junok belum sepenuhnya diterapkan, terlihat dari beberapa aspek penting yang masih memerlukan perhatian. Meskipun ada kesadaran akan pentingnya kehalalan produk, banyak produsen di Desa Junok yang belum memiliki sertifikasi halal resmi, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Disamping itu minimnya pengetahuan dan kurangnya akses terhadap pelatihan dan sumber informasi tentang strategi pengembangan usaha halal yang sesuai dengan prinsip syariah di kalangan para pelaku usaha juga menjadi hambatan dalam inovasi dan kualitas produk. Oleh karena itu diperlukan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman tentang halal, serta kolaborasi dengan lembaga terkait untuk membantu produsen mendapatkan sertifikasi halal, agar potensi ekonomi di desa Junok ini dapat berkembang secara maksimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abeng, A. T., & Maulana, Z. (2019). PENGOLAHAN PRODUK IKAN BANDENG DI DESA TEKOLABBUA KECAMATAN PANGKAJENE KABUPATEN PANGKEP. *jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(1), 79.
- Badrus Zaman, & Muhammad Ersya Faraby. (2023). ANALISIS KESADARAN HALAL PADA PELAKU MIKRO KECIL DI SEKITAR KAMPUS UNIVERSITAS TRUNOJOYO. *Justisia Ekonomika jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 884.
- Baihaqi, B. S., Suyoto, S., mas'ud, F., Ristyana, B., & Qomariyah, N. (2021). Analisis Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Bandeng (Chanos chanos) Di Kecamatan Glagah Kabupaten Lamongan. *jurnal Grouper*, 12(2), 24.
- Deran, M. Y. K., Tjendanawangi, A., & Dahoklory, N. (2023). Efektifitas Substitusi Tepung Ikan (*Brevoorita tyrannus*) dengan Tepung Ampas Kelapa (*Cocus*

- nucifera L) Terhadap Pertumbuhan dan Kelulushidupan Ikan Bandeng (*Chanos chanos*). *JURNAL VOKASI ILMU-ILMU PERIKANAN (JVIP)*, 3(2), 147.
- Haryoko, D. S., Pd, M., Bahartiar, D., Pd, M., Arwadi, F., & Pd, S. (2020). ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF. *Universitas Negeri Makassar*.
- Junedi, F. A. (2023). Tinjauan Maqashid Syariah Dalam Pengharaman Jual Beli Dengan Cara Talaqqi Rukban. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 559.
- Mashudi. (2015). STRATEGI CERUK PASAR DAN TRANSAKSI SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 1(1), 176.
- Maulidah, F. L., & Oktafia, R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampaknya Bagi Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 571.
- Mauliddin, A. I., & Sari, C. K. (2022). HADIST TENTANG JUAL BELI YANG DILARANG. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah dan Hukum Al-Falah (RIESYHA)*, 1(1), 8.
- Rijali, A. (2018). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 83.
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 366.
- Rosyidah, A., Edianti, R., & Murwani, I. K. (2021). Aneka Olahan Bandeng dan Pemanfaatan Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kelurahan Keputih. *SEWAGATI*, 5(3), 269–277.
- Sulaiman, A., & Asmawi, A. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DAN PROFITABILITAS PADA RICH'S COFFE. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 21–22.
- Umar Sidiq, & Moh. Miftachul Choiri. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN* (2019 ed.). CV. Nata Karya.
- Wiranti, N., & Suharso, P. (2015). PERAN PAGUYUBAN MASYARAKAT IKAN (PAMIK) DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ANGGOTA DI DUSUN REKESAN KECAMATAN JAMBUWER KABUPATEN MALANG TAHUN 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2, 70.
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 91–92.
- Zuliarni, S. (2019). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN IKAN PADA KAMPUNG PATIN, KAMPAR, RIAU. *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 1(1), 40.

