

Analisis Strategi Kompetitif Jaringan Bisnis PT. Rizki Prima Food

Resya Dwi Marselina¹, Iqlima Octavianidori², Muhamad Nazar Fadilah³, Doni Ramdani⁴, Sadiyah Permata Sari⁵, M. Randi Rukmana⁶, Miptahul Palah⁷, Muhamad Arya Sahrir Ramdani⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital

e-mail: resyadwi@digitechuniversity.ac.id¹,
iqlima10120565@digitechuniversity.ac.id²,
muhamad10120785@digitechuniversity.ac.id³,
doni10120772@digitechuniversity.ac.id⁴, sadiyah10120793@digitechuniversity.ac.id⁵,
m10120781@digitechuniversity.ac.id⁶,
miptahul101207822@digitechuniversity.ac.id⁷,
muhamad10120783@digitechuniversity.ac.id⁸

Abstrak

Bidang Usaha Industri Ikan Petek ini menjadi fokus penelitian dalam menganalisa strategi Jaringan bisnis, dengan penekanan pada kualitas produk, *bussines network*, dan strategi pemasaran digital beserta strategi *branding online* dan *offline*. Kualitas produk yang terjamin, branding melalui kejuaraan nasional, mempengaruhi preferensi positif konsumen. Studi kasus menunjukkan bahwa bisnis petekres pada PT. Rizki Prima Food yang sukses secara aktif mengembangkan strategi kompetitifnya. Respon positif *customer* terhadap produk petekres menunjukkan bahwa penting untuk terus mempertahankan kualitas produk dan mengembangkan jaringan bisnis di pasaran. Strategi pemasaran digital seperti promosi khusus dan kehadiran aktif di media sosial terbukti dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan. Hasil kolaborasi observasi, wawancara, dan dokumentasi menekankan bahwa kesuksesan dalam industri ini memerlukan kombinasi produk berkualitas tinggi yang konsisten, inovasi berkelanjutan, dan penggunaan strategi pemasaran digital yang cerdas. Hasil penelitian ini mengakui bahwa terdapat beberapa keterbatasan seperti ketepatan visibilitas konsumen, hal ini dipengaruhi oleh keinginan masing-masing individu dari konsumen sendiri. Mereka menyarankan agar lebih fokus dalam penjualan dikarenakan telah bagusnya varian rasa, branding dan prestasi-prestasi lainnya yang didapat sehingga capaian dalam memperoleh profit yang tinggi dan diinginkan segera tercapai sehingga mampu menebar kebaikan memperoleh keberkahan.

Kata Kunci : Jaringan Bisnis, Petekres, Industry Ikan Petek, Pemasaran Digital

Abstract

The Petek Fish Industry Business Sector is the focus of research in analyzing business network strategies, with an emphasis on product quality, business networks, and digital marketing strategies along with online and offline branding strategies. Guaranteed product quality, branding through national championships, influence positive consumer preferences. The case study shows that the petekres business at PT. The successful Rizki Prima Food actively develops its competitive strategy. Customers' positive response to Petekres products shows that it is important to continue to maintain product quality and develop business networks in the market. Digital marketing strategies such as special promotions and an active presence on social media are proven to increase visibility and sales. The results of the collaboration of observations, interviews, and documentation emphasize that success in this

industry requires a combination of consistent high-quality products, continuous innovation, and the use of smart digital marketing strategies. The results of this research acknowledge that there are several limitations such as the accuracy of consumer visibility, this is influenced by the desires of each individual consumer themselves. They suggested that they focus more on sales because of the good taste variants, branding and other achievements obtained so that they can achieve high and desired profits quickly so they can spread goodness and gain blessings.

Keywords: Business Network, Petekres, Petek Fish Industry, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan besar dan strategis untuk meningkatkan perekonomian nasional, maka dari itu sektor perikanan ini banyak dikembangkan oleh kalangan masyarakat khususnya yang ber-notabene wilayahnya tidak jauh dari pesisir laut, danau, waduk dan bendungan. Sektor perikanan bisa dijadikan sebagai penggerak utama (prime mover) perekonomian nasional, karena hal tersebut didasarkan pada luas perairan Indonesia, seperti yang dikatakan oleh Laksamana Madya TNI Ane Soedewo, S.E., M.H sebagai Kepala Badan Keamanan Laut RI (2018) Indonesia memiliki wilayah laut (termasuk ZEEI) sangat luas, sekitar 5,8 juta Km² yang merupakan tiga per empat dari total wilayah Indonesia. Di dalamnya terdapat 17.504 pulau dan dikelilingi garis pantai sepanjang 95.200 km terpanjang kedua setelah Kanada.

Saat ini sektor perikanan juga menjadi salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan dalam pembangunan nasional, khususnya dalam membuka lapangan pekerjaan, pemerataan pendapatan dan meningkatkan taraf hidup bangsa pada umumnya seperti para pembudidaya ikan-ikan kecil dan nelayan kecil. Tak terlepas dari itu, Indonesia menyerukan gemar makan ikan dalam upaya penurunan stunting pada anak, yang dimana menurut statistik PBB 2020 mencatat lebih dari 149 juta (225) balita di seluruh dunia mengalami stunting, termasuk balita Indonesia yang mencapai 6,3 juta yang mengalami stunting.

Maka dari itu, untuk wilayah-wilayah yang berada di pesisir laut, danau, waduk dan bendungan yang ada di Indonesia ini merupakan sebuah peluang besar usaha untuk dijadikan bisnis yang berkelanjutan. Seperti halnya PT Rizki Prima Food yang membuat sebuah produk bernama Petekres yang dimana petekres ini berbahan dasarnya ikan petek yang diambil dari waduk saguling Kabupaten Bandung Barat dan sudah dibuktikan dari hasil Laboratorium Balai Besar Industri Agro (BBIA) Bogor (2020) bahwa ikan petek mengandung kalsium dan protein yang tinggi, terkandung juga asam folat, zat besi, DHA, Zinc, bahkan vitamin D.

Seiring dengan melimpahnya potensi usaha dari ikan petek ini maka tidak akan bisa terlepas dari yang namanya persaingan pasar dan perkembangan usaha dengan produk dan nama yang serupa dengan target pasar yang luas sehingga mengharuskan PT. Rizki Prima Food ini memiliki strategi kompetitif dan mengembangkan pada business networking (jaringan bisnis) guna mempertahankan usahanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi kompetitif yang dapat diterapkan oleh PT. Rizki Prima Food untuk mengatasi tantangan pasar dengan lebih baik, memperoleh keunggulan berkelanjutan, dan berkontribusi positif pada kemajuan umum industri Ikan Petek dalam usaha kuliner. Sebuah perusahaan harus mampu memperbaiki sistem yang dibangun di perusahaan untuk meningkatkan efektivitas manajerial perusahaan, meningkatkan *income* atau pendapatan, dan juga menguasai pasar. Hal ini dipicu karena perusahaan yang berkembang dan bertahan di pasaran dalam persaingan *competitor* ialah perusahaan yang akan maju dan menjadi lebih besar. Identifikasi sebuah strategi kompetitif dalam persaingan *competitor* ialah rumusan masalah yang diajukan dalam studi kasus Petekres di PT. Rizki Prima Food. Hal ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diambil perusahaan dalam rangka bersaing bersama *competitor* untuk memenangkan target pasar dan juga mencapai *income* yang ditargetkan dengan peningkatan aset perusahaan berstandar SNI atau Standar Nasional Indonesia yang didukung oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan sehingga mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan bisnis PT.

Rizki Prima Food. Diharapkan hal ini mampu menjadi bahan acuan dalam rangka evaluasi perusahaan untuk meningkatkan strategi kompetitif jaringan bisnis dalam bersaing bersama competitor di pasaran sehingga mampu menjadikan perusahaan PT. Rizki Prima Food yang bisa menebar kebalkan meraih keberkahan, diharapkan juga dapat menjadi acuan pembelajaran bagi peneliti selanjutnya dalam meneliti konteks UMKM sektor perikanan ikan petek.

Jaringan bisnis (*networking*) merupakan salah satu senjata yang cukup ampuh dalam mengembangkan bisnis, karena dengan membentuk jaringan bisnis informasi dapat cepat menyebar. Pemanfaatan teknologi informasi juga memiliki peran yang sangat penting bagi wirausaha wanita dalam membangun dan mengembangkan bisnis mereka, karena memungkinkan wirausaha untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan sesama wirausaha, mitra bisnis, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan menjalin hubungan yang baik, mereka dapat memperluas jaringan kontak yang berpotensi membawa peluang baru, dukungan, dan kolaborasi bisnis (Anjaningrum, 2020). Menurut (Kotler, 2022) mengatakan bahwa jaringan bisnis melibatkan unit bisnis lain dalam kegiatan bisnis yang dilakukan produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk.

Strategi kompetitif adalah suatu rencana oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan atas pesaingnya dalam industri yang sama. Definisi ini mencakup beberapa Langkah yang dirancang untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada Perusahaan dengan menentukan tujuan serta mengembangkan Teknik yang tepat guna memenangkan persaingan pasar. Strategi kompetitif ini bertujuan untuk memperoleh kemampuan yang melalui karakteristik dan sumber daya yang dimiliki oleh Perusahaan untuk mendapatkan peningkatan kinerja usaha yang lebih tinggi (unggul) dibandingkan dengan Perusahaan lain. Definisi lain pengertian strategi menurut David Hunger dan Thomas Wheleen adalah rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana Perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi ini akan memaksimalkan keunggulan yang kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Menurut (Nisak, 2018) Strategi Kompetitif adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki Perusahaan atau usaha yang dilakukan melalui Analisa terhadap kondisi internal Perusahaan serta Analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Perusahaan yang dilakukan melalui Analisa terhadap kondisi eksternal Perusahaan.

Produksi adalah suatu proses aktivitas yang melibatkan penggunaan faktor produksi yang seperti tenaga kerja, modal, dan bahan baku, guna untuk menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan atau keinginan pada konsumen yang melibatkan transformasi input atau masukan menjadi output yang menghasilkan nilai tambah. Tujuan ini untuk memenuhi permintaan pasar dan memperoleh keuntungan bagi produsen. Operasi produksi ialah salah satu fungsi yang sangat penting untuk pencapaian sasaran atau organisasi." Untuk salah satu sasaran dari suatu organisasi yaitu dapat hidup secara berkesinambungan dan selalu dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan (Triono, 2018).

Pemasaran adalah suatu proses dimana individu dan organisasi memproduksi, menawarkan, dan menukar produk dengan pihak lain untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, menambah nilai dari pelanggan, atau memuaskan konsumen. Ini adalah ilmu dan seni yang mempelajari proses sosial dan bisnis dari suatu produk.

Pengertian pemasaran dapat dilihat dari definisi sosial dan manajerial. Dengan kata lain, definisi sosial adalah suatu proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan dengan menciptakan, menyediakan, dan secara bebas berbagi produk dan jasa pertukaran nilai. Di sisi lain, pengertian pemasaran dari definisi manajemen saat ini tentang pemasaran dianggap sebagai "seni menjual produk". Karena yang terpenting dalam pemasaran bukanlah penjualan, namun mengetahui dan memahami pelanggan Anda yang lebih penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Panjaitan, 2018).

METODE

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu mempelajari berdasarkan bahan-bahan yang ada di lapangan, mengungkapkan keadaan tempat,

menggambarkan kenyataan secara tepat, merumuskan dengan kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan menganalisis informasi relevan yang diperoleh.

Penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan permasalahan sehari-hari. Penelitian kualitatif deskriptif menghasilkan informasi dalam bentuk tertulis atau lisan dari sumber data yang diamati di PT Rizki Prima Food dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian kualitatif deskriptif tidak menggunakan statistik, melainkan melalui pengumpulan data, analisis, dan kemudian interpretasi.

Kualitas produk Petekres dinilai melalui Kelayakan sebuah bisnis dalam perlombaan bisnis tingkat nasional dan kontribusinya dalam penyelenggaraan pameran bisnis tingkat international. Hasilnya terbukti baik dan berkualitas karena memenangkan dan menjuarai UMKM tingkat Jawa Barat sehingga mampu menembus pasar Brilianpreneur Jakarta. Bahan baku ikan petek dinilai berdasarkan hasil uji laboratorium dengan hasil yang baik dalam rangka membantu program pemerintah dalam penurunan angka stunting di Indonesia. Audit digital dilakukan untuk meningkatkan eksistensi Petekres di internet, baik melalui publikasi maupun website. Strategi pemasaran digital dinilai berdasarkan penjualan dan rating baik dari konsumen. Strategi pemasaran offline dinilai berdasarkan tembusan pameran pasar nasional dan international. Metode statistik dan analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data dari studi kasus, wawancara, dan survey. Hasil tersebut digunakan untuk mendukung hasil diskusi kelompok. Hasil analisis dibahas secara menyeluruh, termasuk bagaimana hasil tersebut berdampak pada strategi bisnis Petekres di PT. Rizki Prima Food ini. Dan hal yang paling bagus ialah bisnis ikan petek ini ialah bisnis yang sangat menarik untuk diteliti dan dikembangkan kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis kualitatif deskriptif digunakan untuk mengevaluasi Kelayakan sebuah bisnis dalam perlombaan bisnis tingkat nasional dan kontribusinya dalam penyelenggaraan pameran bisnis tingkat international. Hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor strategi yang digunakan seperti, peningkatan asset perusahaan, inovasi produk dan proyeksi penjualan sangat penting untuk bertahan dipersaingan pasar. Bisnis yang berfokus pada standar kualitas tinggi cenderung mendapatkan hasil positif dari konsumen di pasaran.

Studi kasus menunjukkan bahwa bisnis petekres pada PT. Rizki Prima Food yang sukses secara aktif mengembangkan strategi kompetitifnya. Respon positif *customer* terhadap produk petekres menunjukkan bahwa penting untuk terus mempertahankan kualitas produk dan mengembangkan jaringan bisnis di pasaran. Proses Audit digital menunjukkan hasil pemasaran secara *online* untuk terus dikembangkan bersama dengan Sistem *branding* melalui *platform digital* yang menunjukkan baiknya citra perusahaan dan produk petekres sendiri. Di era serba digital ini Pemasaran secara *online* cenderung dapat lebih mudah memberikan informasi dan menarik minat beli pelanggan. Hal ini ditujukan bahwa evaluasi, *branding* dan pendekatan dengan pelanggan dapat meningkatkan kualitas penjualan.

Penerapan strategi kompetitif pada PT. Rizki Prima Food dilakukan dengan cara diantaranya sebagai berikut:

- 1) Peningkatan Asset Perusahaan Pabrik Berstandar GMP, SKP dan SNI

Dengan adanya dukungan dari Kementerian PT. Rizki Prima Food mendapatkan suntikan dana untuk renovasi pabrik yang sesuai dengan standar Unit Pengolahan Ikan yaitu GMP, SKP, dan SNI, berupa renovasi rumah produksi, penambahan peralatan dan juga APD untuk proses produksi. Dengan adanya renovasi dan peningkatan pabrik ini PT. Rizki Prima Food mampu memproduksi sebanyak 1.000pcs/hari.

- 2) Ikut Serta Dalam Perlombaan Bisnis

PT. Rizki Prima Food turut serta dalam berbagai kegiatan lomba bisnis untuk mengukur kemampuan dan kualitas PT. Rizki Prima Food baik dalam penyajian ataupun terkait kreativitas dan inovasi produk olahannya. Kemudian bisa menjadikan ajang tersebut sebagai alat promosi, motivasi untuk terus berinovasi dan berusaha lebih keras lagi, berinteraksi dengan sesama peserta maupun penonton, lalu mendapat umpan balik dari para juri yang dapat membantu PT. Rizki Prima Food agar memahami kelebihan dan kekurangan produk

mereka serta memberi kesempatan untuk melakukan perbaikan dan juga peningkatan di masa yang akan datang.

PT. Rizki Prima Food berhasil memperoleh juara dalam berbagai perlombaan, diantaranya:

- a. Juara I *Tenant Business Matching Compor* Dispora Kota Bandung 2022.
- b. Juara *Brand* UMKM Jawa Barat 2022.
- c. Juara *Tenant* Bisnis INVAPRO-KKP 2023.
- d. Juara II Wirausaha Muda Berprestasi.
- e. Menjadi juara wirausaha muda Kab. Bandung barat dan provinsi Jawa Barat tahun 2023.

3) Ikut Serta pada Pameran dan Bazar Baik Nasional Maupun Internasional

PT. Rizki Prima Food berpartisipasi dalam pameran baik nasional maupun internasional dengan tujuan dapat membantu meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan daya saing bisnis. Ini juga dapat menjadi kesempatan untuk melakukan *networking*.

Pameran nasional dan internasional yang diikuti oleh PT. Rizki Prima Food diantaranya:

- a. Menjadi *Exhibitor* pada Pameran Nasional Jambore Pentahelix 2023 di Dinas Pendidikan Jawa Barat.
- b. Menjadi *Exhibitor* pada Pameran Nasional Peluncuran Kantin Digital Sehat, *Mobile* Edukasi, dan Motor Listrik Jabar Pentahelix di Dago Tea House, Jawa Barat.
- c. Menjadi *Exhibitor* pada Pameran Internasional *Indonesian Sharia Economic Festival (ISEF)* 2023 di Jakarta Convention Centre.
- d. Menjadi *Exhibitor* pada Pameran Internasional SIAL Interfood 2023 di Jakarta International Expo.
- e. Menjadi *Exhibitor* pada Pameran Internasional Brilianpreneur 2023 di Jakarta convention Center.

4) Menjadi Pembicara dalam Seminar

PT. Rizki Prima Food menerima permintaan untuk menjadi pembicara pada seminar nasional untuk menjadi wadah dan cara yang efektif untuk mempromosikan produk kepada audiens yang lebih luas serta menambah relasi baik dari para narasumber, penyedia acara, audiens, maupun pembeli.

Adapun Seminar yang pernah dinarasumberi oleh PT. Rizki Prima Food diantaranya sebagai berikut:

- a. Menjadi Topik pada Seminar Nasional Strategi Jitu Memulai Bisnis di Era Krisis Universitas Teknologi Digital.
- b. Menjadi Topik pada Webinar *How to Grow Your Business* Universitas Teknologi Digital.
- c. Menjadi Topik pada Seminar UMKM Juara 'Kupas Tuntas UMKM Masa Kini' Patriot Desa Jawa Barat.
- d. Menjadi Topik Pada Seminar Berjuang Menjadi Juara UMKM Show.
- e. Menjadi Topik pada Seminar *Sharing is Caring*, Berdaya dari Desa, Patriot Desa Kab. Bandung Barat.
- f. Menjadi Topik Pada Webinar Perkuatan Ekonomi Melalui Pengolahan Perikanan.

Efektivitas strategi yang diterapkan oleh PT. Rizki Prima Food terbukti efektif dengan membuat strategi bisnis yang kuat dalam memasarkan produk-produknya, produk-produk yang dihasilkan oleh PT, Rizki Prima Food memungkinkan bisnis terus menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Jika dilihat dari keseluruhan jaringan bisnis, maka kemungkinan bisa terjadi pada PT. Rizki Prima Food menjadi sukses dalam industri makanan.

SIMPULAN

Jaringan bisnis merupakan hal yang sangat penting yang harus di implementasikan dalam sebuah usaha, perkembangan jaringan bisnis petekres pada PT. Rizki Prima Food telah berkembang sangat pesat, hal ini ditandai dengan semakin luasnya jaringan pemasaran

petekres ini. Strategi kompetitif yang digunakan PT. Rizki Prima Food ini terbilang kompetitif dan sukses sehingga besar kemungkinan Petekres PT. Rizki Prima Food akan menjadi sukses dalam industri makanan terutama Sumber Daya Ikan Petek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sesuai kontrak penelitian yang tertuang dalam *Memorandum of Agreement* dengan nomor surat 232/UTD/MOA.03-2/X/2023 dan 09/Petekres/RPM/02/2023 penulis sampaikan Ucapan Terima Kasih kepada beberapa pihak yang terlibat dalam penulisan penelitian jaringan bisnis PT. Rizki Prima Food ini, yakni:

1. Bapak Dr. supriadi S.E., M.M selaku Rektor Universitas Teknologi Digital yang telah memfasilitasi dan memberikan izin juga arahan kepada kami selaku mahasiswa dalam melakukan penelitian.
2. Ibu Resya Dwi Marselina S.E., M.M selaku dosen pengampu Mata Kuliah Jaringan Bisnis yang selalu membimbing, mengarahkan, memberikan masukan dan mengevaluasi setiap perjalanan penelitian ini demi terciptanya hasil yang maksimal.
3. Bapak Rizki Maulana Selaku *Owner* Petekres PT. Rizki Prima Food yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini, beliau telah memberikan waktunya, ilmunya dan juga data-data yang kami butuhkan.
4. Teman-teman yang telah bekerja sama Iqlima Octavianidori, Sadiyah Permata Sari, M. Nazar Fadilah, M Randi Rukmana, Doni Ramdani, Miptahul Palah, dan M Arya Sahrir. Terima kasih telah maksimal dalam mengerjakan tugas, telah maksimal memberikan waktu dan mendedikasikan materiil maupun non materiil dalam mencapai keberhasilan tugas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjaningrum. (2020). Pentingnya Inovasi dan networking. *ejournal kompetitif*.
- Kotler. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha dan Pengembangan Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Tenun Dengan Peran E-Commerce Sebagai Variabel Intervening. *repository*.
- Nisak, Z. (2018). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Acsademia.edu*.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. (S. S. Sukarno, Ed.) Karawang, Jawa Barat, Indonesia: Sukarno Pressindo.
- Triono. (2018). Analisis Pengendalian Biaya Produksi Untuk Menilai Efisiensi dan Efektivitas Biaya Produksi. *Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sarana Global*.