

RINGKASAN

Fany Fitriani Ikbal (08320210003), Produksi dan Strategi Pemasaran Terasi Udang Rebon “Passiana” Sebagai Produk Khas Di kabupaten Kepulauan Selayar (Studi Kasus Pada Usaha Terasi Udang Rebon Passiana). Di bimbing oleh Ibu Ida Rosada dan Bapak Iskandar Hasan.

Terasi udang rebon “Passiana” merupakan produk olahan tradisional khas Kabupaten Kepulauan Selayar yang dibuat dari udang rebon berkualitas tinggi. Produk ini memiliki cita rasa dan aroma yang khas, serta menjadi bagian dari warisan budaya kuliner yang turun-temurun. Proses pembuatannya masih dilakukan secara tradisional, namun mampu menghasilkan produk yang diminati oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Terasi adalah bumbu masakan tradisional yang dibuat dari hasil fermentasi terutama udang kecil (udang rebon) atau ikan kecil, yang dicampur dengan garam. Proses fermentasi ini menghasilkan aroma yang khas, tajam, dan kuat, namun justru menjadi daya tarik tersendiri karena mampu memperkaya cita rasa masakan. Terasi biasanya berwarna coklat kehitaman atau kemerahan, berbentuk padat, dan dijual dalam bentuk balok, bulat, atau dibungkus sesuai ukuran tertentu.

Tujuan penelitian ini yaitu, (1) Mengidentifikasi proses produksi terasi udang rebon Passiana di Kabupaten Kepulauan Selayar (2) Menghitung volume produksi dan pendapatan terasi udang rebon Passiana (3) Menganalisis faktor internal dan eksternal usaha terasi udang rebon Passiana (4) Merumuskan strategi pemasaran usaha terasi udang rebon Passiana. Penelitian ini dilaksanakan di Selayar Kota Benteng. Sampel pada penelitian berjumlah 25. Responden konsumen dan 1 responden informan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha terasi Passiana (1) Proses produksi Terasi Udang Rebon Passiana dilakukan secara tradisional dengan tahapan mulai dari persiapan bahan baku, pencucian, penggaraman, penggilingan, fermentasi, hingga penjemuran, yang menghasilkan cita rasa dan aroma khas (2) Volume produksi dan pendapatan menunjukkan tren meningkat, dengan penjualan tertinggi pada tahun 2023 sebesar 2.100kg dan rata-rata pertumbuhan 37,33% per tahun (3) Faktor internal yang menjadi kekuatan adalah kualitas produk yang tinggi, pengalaman kerja yang lama, dan bahan baku yang segar; sedangkan kelemahannya meliputi keterbatasan modal, promosi yang kurang, dan variasi produk yang minim (4) Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah tingginya permintaan pasar dan dukungan pemerintah; sedangkan ancaman utamanya adalah persaingan dari

produk sejenis dari daerah lain dan fluktuasi harga bahan baku (5) Strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis SWOT adalah strategi agresif, dengan fokus pada pemanfaatan kekuatan untuk meraih peluang, seperti meningkatkan promosi, memperluas pasar, dan mempertahankan kualitas produk.

Kata kunci: Terasi Udang Rebon, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT.