

Membangun Resiliensi Dan Inovasi Produk Bagi Kelompok *Home Industry* Petis Ikan Tongkol Dalam Mempertahankan Usaha Di Era Gempuran *Fast Food*

Suhaimi^{1*}, Hajjatul Mabbruroh², Moh. Syarif³, Siti Qomariyah⁴, Abd. Salim⁵
^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bakti Bangsa

Email: aimieceria@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v5i2.28759>

ABSTRACT

Home industry has a significant influence on improving the quality of life of the community. Production activities that focus on people's homes have a major influence on the surrounding community by opening up employment opportunities for both relatives and the surrounding community. Building resilience is a very important and practical strategy that can help deal with the difficulties and pressures that cannot be avoided in entrepreneurship. The main driver of someone making a decision in purchasing is the innovation factor carried out by the company. The method used is a qualitative method, with a descriptive phenomenological approach so that the meaning of a person's life experience can be known. research subjects were able to overcome the slump due to business failure. Each subject has seven aspects of resilience that have been discussed previously. The resilience factor is supported by the desire to innovate. The innovations carried out are not only in the form of product packaging innovations, flavor variants but also marketing innovations so that They Can Reach Consumers from Various Circles And Levels Of Society.

Keywords: Resilience, Innovation, Home Industry

ABSTRAK

Home industry membawa pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat Kegiatan produksi yang berfokus dirumah-rumah masyarakat ini memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat sekitar dengan terbukanya lapangan pekerjaan baik untuk saudara ataupun masyarakat sekitar. Membangun resiliensi merupakan sebuah strategi yang sangat peting dan praktis sehingga bisa membantu menghadapi kesulitan dan tekanan yang tidak bisa dihindari dalam berwirausaha. Pendorong utama seseorang mengambil keputusan dalam pembelian adalah faktor inovasi yang di lakukan oleh perusahaan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, Dengan pendekatan deskriptif fenomenologi sehingga makna dari pengalaman hidup seseorang dapat diketahui. subjek penelitian mampu mengatasi kondisi terpuruk karena kegagalan bisnis. Setiap subjek memiliki aspek tujuh relisiensi yang telah di bahas sebelumnya. Factor relisiensi didukung dengan keinginan untuk berinovasi. Inovasi yang dilakukan tidak hanya berupa inovasi kemasan produk, varian rasa tetapi juga inovasi pemasaran sehingga bisa menjangkau konsumen dari berbagai kalangan dan lapisan masyarakat.

Kata Kunci: Relisiensi, Inovasi, Home Industri

PENDAHULUAN

Home idustry merupakan sebuah usaha rumahan yang rintis oleh pengusaha kecil, keberadaan *home idustry* membawa pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Kegiatan produksi yang berfokus dirumah-rumah masyarakat ini memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat sekitar dengan terbukanya lapangan pekerjaan baik untuk saudara ataupun masyarakat sekitar. Sehingga mengurangi beban pemerintah dalam menangani pengangguran.

Membangun resiliensi merupakan sebuah strategi yang sangat penting dan praktis sehingga bisa membantu menghadapi kesulitan dan tekanan yang tidak bisa dihindari dalam berwirausaha. Wirausahawan yang mengalami kegagalan berulang-ulang sering kali enggan untuk bangkit lagi dan berusaha untuk memperbaiki kesalahan sehingga tidak bias mengatasi emosi yang dirasakan. Inovasi produk mengacu pada perbaikan atau modifikasi produk, prosedur, teknologi maupun layanan sehingga dapat memperbaiki kekurangan dari produk tersebut. Pendorong utama seseorang mengambil keputusan dalam pembelian adalah faktor inovasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Letak desa Bandaran yang berada di pesisir laut selatan pulau Madura mengharuskan masyarakatnya bisa mengelolah hasil mata pencahariannya menjadi lebih menarik dan inovatif seperti ikan yang dikelola menjadi petis. Makanan cepat saji banyak tersebar di kalangan masyarakat karena lebih efisien dan mudah di dapat selain itu kemasan dan penyajiannya yang menarik membuat masyarakat tertarik. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan riset peninjauan keadaan dilapangan sehingga jika diperlukan maka peneliti bisa mentransfer ilmu pengetahuan khususnya pada pelaku home industri petis ikan tongkol di desa Bandaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Resilensi

Resiliensi menurut Reivich & Shatter, (2002) adalah kemampuan dalam beradaptasi dan teguh dalam situasi sulit. Hampir tidak ada satu individu yang mampu melakukan hal tersebut dengan baik. tujuh kemampuan tersebut adalah:

1. Regulasi emosi
Resiliensi emosi adalah tangguh dan tidak menunjukkan emosi, orang yang resiliensi memahami betul apa yang dirasakan dan bersedia membagi apa yang dirasakan dengan orang lain yang di percaya dan dihargai. Sehingga bisa mengenali, mengatasi dan dapat mengelola emosinya dengan efektif.
2. Pengendalian impuls
Individu yang resiliensi dapat mengontrol emosi dan tindakan dengan cara yang realistis. Dalam berwirausaha banyak ketidak pastian yang dihadapi sedangkan tuntutan dalam mengambil keputusan sangatlah besar. Beberapa orang dalam hal ini terkadang mengambil tindakan yang berlebihan.
3. Gaya berfikir optimis dan realistis
Karakteristik individu yang resiliensi adalah optimis dan realistic. Individu yang terlalu optimis beranggapan dapat membangun bisnis dengan waktu singkat sehingga tidak berfikir realistis yang akhirnya dapat membuat individu terpuruk ketika usahanya mengalami kegagalan.

4. Proses berfikir fleksibel
Individu yang berfikir fleksibel dapat menyelesaikan masalah dan segera dapat menemukan solusi. Hal ini sangat diperlukan dalam berwirausaha karena proses dalam membangun bisnis tidaklah mudah perlu berbagai rencana ketika menghadapi kegagalan.
5. *Self-efficacy*
Self-efficacy adalah keyakinan diri bahwa dia memiliki kemampuan dalam menyelesaikan masalah. Kepercayaan diri tersebut menjadi orang yang efektif dalam melaksanakan pekerjaan.
6. Empati
Individu harus mampu melihat sesuatu dari sudut pandang orang lain, karena sejatinya seseorang tidak akan lepas dari bantuan orang lain. Empati adalah perekat dan komponen penting dalam membangun hubungan social yang kuat. Karena hubungan social yang kuat dapat membantu wirausahawan dalam mengatasi kesulitan bisnisnya.
7. *Reaching out*
Reaching out adalah kemampuan seseorang dalam memberi dan meminta dukungan pada orang lain. Termasuk dalam kemampuan mendelegasi pekerja dan wewenang dalam mengambil resiko yang di perhitungkan.

Inovasi

Inovasi produk merupakan perubahan yang signifikan dari produk yang sudah diperkenalkan. Inovasi produk dapat berupa peningkatan kualitas produk, memperkenalkan fungsi baru, mengubah desain produk sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan pasar yang terus berubah. Tumbel dkk, (2021) mengatakan bahwa inovasi produk termasuk factor meningkatkan keputusan pembelian. Beberapa tujuan melakukan inovasi

1. Meningkatkan kualitas
Seiring dengan perkembangan waktu maka barang yang sudah diciptakan semakin usang sehingga tidak dapat bersaing dan tidak dapat memenuhi kebutuhan pada masa sekarang.
2. Memenuhi kebutuhan pelanggan
Kebutuhan masyarakat setiap waktu semakin bertambah dan semakin beragam sehingga pelanggan akan terus menuntut pemilik usaha untuk memperbaiki produknya agar tidak beralih kepada pesaing.
3. Menciptakan pasar baru di tengah masyarakat
Memberikan fitur baru dan perkembangan terbaru akan menarik minat masyarakat sehingga tercipta loyalitas pelanggan dan menumbuhkan minat masyarakat luas terhadap produknya.
4. Mengembangkan dan mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan
Dalam menciptakan inovasi produk perlu wawasan yang luas dan sesuai dengan perkembangan pengetahuan kemudian mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki pada produknya.
5. Mengganti produk atau layanan
Dalam banyak kasus perusahaan menarik atau menghentikan produk yang telah usang dalam upaya ini pemilik bertujuan memberikan inovasi dan mengganti barang tersebut dengan yang lebih baik
6. Meningkatkan efisiensi produk
Produk yang mengalami beberapa inovasi akan tepat sasaran tanpa membuang-buang waktu lebih banyak.

Home Industry Petis Ikan Tongkol

Home industry merupakan skala usaha kecil yang berpusat di rumah-rumah masyarakat. *Home industry* memiliki peranan yang penting dalam sector manufaktur dilihat dari daya serapnya terhadap tenaga kerja dan menyumbang nilai tambah. *Home industry* merupakan bentuk usaha yang fleksibel karena memperkerjakan anggota keluarga bahkan masyarakat sekitar sebagai pekerja tetap. *Home industry* yang termasuk didalamnya adalah usaha pengolahan petis ikan. Ikan tongkol merupakan komoditas perikanan di perairan Madura. Ikan tongkol yang di jual di pasaran tidak hanya tersedia dalam bentuk segar namun juga di olah menjadi berbagai macam olahan pangan tradisional.

Petis ikan tongkol merupakan olahan pangan tradisional dengan cara pemindangan yakni perpaduan antara penggaraman dan pengukusan dalam waktu tertentu dengan tujuan agar ikan lebih awet dibandingkan dengan ikan segar. Dari proses pemindangan tidak hanya menghasilkan produk utama yakni ikan tongkol pindang namun juga menghasilkan cairan pekat hasil pemindangan. Cairan pekat itulah yang dijadikan sebagai bahan utama pembuatan petis. Petis berbentuk pasta menyerupai bubur kental dan elastis yang merupakan salah satu jenis bumbu masak dan campuran berbagai jenis kuliner

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, dimana peneliti menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan peristiwa yang terjadi yang tidak bisa diukur dan digambarkan dengan melalui pendekatan kuantitatif. Dengan tujuan mencari makna mendalam terkait peristiwa, fakta, realita maupun permasalahan. Dengan pendekatan deskriptif fenomenologi sehingga makna dari pengalaman hidup seseorang dapat diketahui. Subjek penelitian sebanyak 4 orang dengan mengacu pada dukes (dalam Creswell, 2007) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pengusaha *home industry* petis ikan tongkol
2. Mengalami beberapa kegagalan dalam berbisnis
3. Domisili desa Bandaran

Teknik Pengumpulan data dengan wawancara secara langsung kepada subjek dan *significant other* subjek dengan analisis data yang digunakan adalah *interpretative phenomenological analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran kegagalan dan relisiensi subjek

Subjek 1 (Hj.M-Juni2024)

Beberapa kali mengalami kegagalan dalam berbisnis olahan petis ikan tongkol hal ini menyebabkan subjek enggan untuk melakukan usaha kembali karena besarnya kerugian dan ketakutan akan kegagalan lagi. Menurutnya kegagalan ini dikarenakan dari berbagai aspek salah satunya adalah kurangnya modal, sedikitnya peminat dan munculnya berbagai makanan instan lainnya. Hingga akhirnya subjek berfikir keras bagaimana menghidupi keluarga dan bangkit dari kegagalan kemudian menginovasi produk yang awalnya hanya satu rasa menjadi beberapa rasa lainnya sehingga menarik banyak minat pelanggan.

Subjek 2 (S-Juni2024)

Satu tahun penuh pada saat pandemi *covid-19* menyebabkan kegagalan yang cukup parah selama berbisnis, tidak hanya kerugian materil tapi juga mental yang mengharuskan berfikir bagaimana agar keluar dari krisis tersebut

hingga akhirnya menginovasi kemasan produk yang awalnya hanya dikemas dengan plastik bening kemudian dikemas dengan toples dan juga menambahkan beberapa varian rasa mengikuti selera para pencinta kuliner. Kemudian memasarkannya di media sosial karena pada saat pandemic 19 masyarakat enggan keluar rumah

Subjek 3 (E-Juni2024)

Subjek merupakan pedagang ikan segar keliling dengan mobil bak terbuka sisa hasil ikan jualannya ketika dibekukan kembali keesokan harinya akan mengalami perbedaan yang mencolok dengan ikan segar yang baru datang sehingga pembeli enggan mengambil ikan sisa tersebut hal ini berjalan cukup lama sehingga penghasilan dari penjualan lebih sedikit. Akhirnya setiap kali ada sisa ikan langsung dipandang. Sisa air pandangan ikan tersebutlah kemudian diolah mejadi petis sehingga tidak ada limbah yang terbuang sia-sia.

Subjek 4 (Y-Juni2024)

Olahan hasil laut tidak hanya ikan dan petis ada beberapa komoditas lainnya seperti terasi udang dan lain sebagainya. Munculnya beberapa produk terasi kemasan dipasaran membuat usaha milik subjek sedikit terkendala karena kemasan, ketahanan produk dan bahan baku yang sulit hingga akhirnya subjek melihat peluang karena melimpahnya ikan tongkol hasil tangkapan nelayan yang kemudian diolah menjadi petis ikan tongkol sehingga subjek menjual beberapa macam produk seperti petis ikan tongkol, terasi udang, dan petis udang.

Gambaran kondisi kegagalan subjek

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kondisi yang dialami oleh setiap subjek berbeda-beda dan jangka waktu untuk bangkit kembali membangun bisnis yang dijalannya pun berdeda-beda. Dimana kondisi yang dialami subjek 1 (Hj.M) mengalami beberapa kegagalan dalam berbisnis dan kerugian yang berkali-kali hingga akhirnya menyebabkan ketakutan akan hilangnya segalanya. Hingga akhirnya bangkit dan belajar dari beberapa kegagalan yang telah dilalui dan kemudian berinovasi. Subjek 2 (S) dialami selama setahun lebih hingga akhirnya bangkit dan membuat inovasi produk dengan mengikuti perkembangan trend pencinta kuliner dan trend pemasaran.

Subjek 3 (E) penghasilan yang sedikit akibat dari penjualan yang tidak habis menyebabkan sisa penjualan terbuang sia-sia dan mengalami kerugian, hal ini berlangsung sering yang mengakibatkan subjek enggan melanjutkan usahanya hingga akhirnya melihat usaha milik tetangga yang memanfaatkan hasil limbah pandangan ikan sehingga tidak ada objek yang terbuang sia-sia. Subjek 4 (Y) Kegagalan usaha sebelumnya yang disebabkan oleh factor utama yakni bahan baku banyak menghabiskan modal, pikiran dan tenaga hingga akhirnya melihat peluang lain dan kemudian mengeksekusinya sejalan dengan menginovasi produk yang sudah ada.

Gambaran relisiensi subjek

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa relisiensi kegagalan usaha berdasarkan tujuh aspek relisiensi menurut Reivich & Shatter (2002) adalah:

a) *Regulation Emotion* (Regulasi Emosi)

Kemampuan individu dalam mengola emosi setelah mengalami kegagalan dalam berbisnis sehingga tetap tenang. dari keempat subjek yang diteliti dalam mengatasi emosinya adalah dengan tetap tenang dengan mengamati lingkungan sekitar dan melihat beberapa peluang bisnis lainnya kemudian mengeksekusi. Tidak berfikir seberapa banyak modal yang sudah hilang tetapi berfikir bahwa harus bangkit dari kegagalan tersebut.

b) Impuls Control (Pengendalian Impuls)

Pengendalian individu dalam keinginan atau dorongan negatif yang muncul dalam diri sendiri. Terdapat kesamaan pada Subjek 1 (Hj.M) dan 2 (S) yakni dapat mengendalikan diri untuk tidak menyerah dalam bisnis yang digelutinya sehingga terus berinovasi dan berkreasi pada produknya sampai akhirnya membuka peluang-peluang lain dari bisnis yang di gelutinya. Sedangkan ada kesamaan untuk subjek 3 (E) dan 4 (Y) Mengendalikan diri agar tidak menyerah dan berhenti ketika bisnis yang dijalannya mengalami kegagalan kemudian beralih dan membuat inovasi baru dengan melihat peluang bisnis yang ada disekitarnya.

c) Optimism (Optimisme)

Kemampuan untuk tetap berfikir positif dengan masa depan yang belum terjadi dari keempat subjek memiliki sikap optimis sehingga tidak terpuruk dalam kondisi yang terjadi dan mengharapkan hal baik akan terjadi dengan ketekunan dan optimis semua masalah akan terselesaikan.

d) Causal Analysis (Analisis Kausal)

Kemampuan untuk menganalisis penyebab masalah sehingga dapat mengambil keputusan dan mengatasi masalah. Subjek 1 (Hj.M) dan Subjek 2 (S) permasalahan yang muncul hamper sama yaitu karena kurangnya inovasi produk akan varian rasa dan sistem pemasaran yang tidak mengikuti perkembangan zaman. Permasalahan Subjek 3 (E) dan 4 (Y) yaitu kurang pekan dan terbuka terhadap peluang bisnis yang ada disekitar sehingga monoton pada satu jenis saja.

e) Empathy (Empati)

Keadaan dimana individu mampu memahami dan mengetahui perasaan yang dialami oleh dirinya dan orang lain. Semua subjek penelitian mempunyai empati yang sangat tinggi terhadap dirinya sendiri lebih-lebih kepada orang lain, karena mereka sadar bisnis yang dijalannya dapat menghidupkan ekonomi orang disekitarnya sehingga tidak terpuruk dan berdiam diri.

f) Self Efficacy (Efikasi Diri)

Keyakinan bahwa mampu melaksanakan atau mencapai suatu tindakan sesuai dengan apa yang diinginkan semua subjek penelitian memiliki keyakinan bahwa bisa bangkit dari kegagalan dan melanjutkan bisnisnya karena dari pengalaman kegagalan-kegagalan yang terjadi subjek banyak belajar dan kembali mendapat relisensi karena keyakinan yang kuat dan keyakinan baik.

g) Reaching Out (Keterjangkauan)

Kemampuan menangkap hal positif setelah mengalami kegagalan dari semua pengalaman yang subjek alami sehingga dapat memperbaiki bisnisnya dan meningkatkan kualitas dirinya untuk bias membangun bisnisnya kembali.

Bentuk Nyata Inovasi Produk

Berdasarkan hasil penelitian semua subjek melakukan inovasi produk demi menarik minat pelanggan utamanya pencinta kuliner. Inovasi dilakukan bukan hanya dari segi wujud produknya saja. Tetapi inovasi dilakukan dari berbagai macam sisi seperti pemasaran. Penjualan sebelumnya yang hanya menunggu pelanggan datang ke tempat usaha sekarang mengikuti perkembangan zaman

dengan memasarkannya di media social sehingga banyak lapisan masyarakat yang melihat dan peluang untuk terjualnya produk semakin tinggi.

Inovasi dari segi produk yang awalnya hanya di bungkus dengan plastic bening sekarang sudah menggunakan toples dengan segala macam ukuran dan keunikan selain itu produk yang awalnya hanya dengan satu varian rasa sekarang berkembang menjadi bebarapa varian rasa seperti:

- a. Petis ikan tongkol original
- b. Petis ikan tongkol bawang
- c. Petis ikan tongkol pedas manis
- d. Petis ikan tongkol mercon
- e. Petis ikan tongkol manis gurih
- f. Petis ikan tongkol bawang pedas

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ditemukan hasil bahwa setiap subjek penelitian mampu mengatasi kondisi terpuruk karena kegagalan bisnis. Setiap subjek memiliki aspek tujuh relisiensi yang telah di bahas sebelumnya. Selain itu terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi relisiensi mereka sehingga mampu dan bangkit dari kegagalan sebelumnya. Faktor relisiensi didukung dengan keinginan untuk berinovasi. Inovasi yang dilakukan tidak hanya berupa inovasi kemasan produk, varian rasa tetapi juga inovasi pemasaran sehingga bisa menjangkau konsumen dari berbagai kalangan dan lapisan masyarakat.

Saran

Saran dari peneliti agar pengusaha petis ikan tongkol terus mengembangkan diri dan terus berinovasi baik dari segala bidang karena kebutuhan konsumen semakin hari semakin banyak dan semakin beragam sehingga bisa mencegah terjadinya kegagalan-kegagalan lagi dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiya, A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga*.
- Mardhotillah, R. R., Karya, D. F., & Rosyad, M. A. (2021). The Influence Of Price, Product Quality And Brand Image On Purchase Decisions (Study At Nahdlatul Ulama University Students Of Surabaya UsingInk Brand Helmet). *Procedia Business and Financial Technology, 1(Iconbmt)*, 23–25. <https://doi.org/10.47494/pbft.2021.1.11>
- McCubbin, L. (2001). *Challenges to The Definition of Resilience*. Paper Presented at The Annual Meeting of The American Psychological Association in San Francisco.
- Pidgeon, A. M., Rowe, N. F., Stapleton, P., Magyar, H. B., & Lo, B. C. Y. (2014). Examining Characteristics of Resilience Among University Students: An International Study. *Open Journal of Social Sciences, 2*, 14–22.
- Raco, Josef R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Reivich, K., & Shatter, A. (2002) *The Resilienscefactor: 7 Essential Skills For Overcoming Life's Inevitable Obstacles*. Broadway Books
- Saryono, (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Tumbel, A. L., Djemly, W. (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina PT. Wahana Wirawan Manado. *9(1) 1036-1046*
- Wagnild, G.M., & Young, H, M. (1993). Development and Psychometric Evaluation of The Resilience Scale. *Journal of Nursing Measurement, 1* (2), 165 – 178