STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK BERBASIS LOKAN UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI NAGARI PERSIAPAN SIKILANG KECAMATAN SUNGAI AUR KABUPATEN PASAMAN BARAT DALAM PERSPEKTIF

EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Managemen Bisnis

Oleh:

DESRA WITA

NIM. 3718040

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

BUKITTINGGI

TAHUN. 2022 M/ 1443

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'aalamiin. Segala Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dan Pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Kemudian shalawat beriringan salam, penulis ucapkan buat umat sedunia yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepada alam yang pernah dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Tujuan dari penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S-1) Ekonomi pada jurusana Managemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Adapun judul skripsi **ini Strategi Pengembangan Produk Berbasis Lokan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Barat Dalam Perspektif Ekonomi Syariah**.

Terimakasih sebesar-besarnya, khusus penulis sampaikan untuk Ibunda tercinta **Fitria** dan Ayahanda tercinta **Sendri** karena berkat do'a beliau pagi dan petang membuat penulis tidak pernah patah semangat untuk melaksanakan berbagai aktivitas terutama skripsi ini, semoga Allah SWT melindungi dan memberkati beliau. Dan kepada saudara saya **Saiful Huda Saufi** dan saudari saya **Zenia** semoga bisa menjadi kebanggan keluarga.

Penulis skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada.

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek (SMDD) Bukittinggi, Bapak **Iiz Izmuddin, M. A** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) serta **Andis Febrian, MM** selaku Ketua Jurusan Managemen Bisnis Syariah yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Ibu Dr. Rusyaida. D, M.ag, selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak **Drs, Genta Sakti, MA**, selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis
4. Bapak/Ibu dosen serta karyawan/karyawati yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi
5. Bapak/Ibu pengawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

6. Terimakasih penulis ucapkan kepada penyelam lokan dan pedagang lokan goreng Nagari Persiapan Sikilang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan informasi yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Rasa hormat penulis sampai kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh kasih sayang dan cinta yang tulus dan selalu mendo'akan dan dorongan kepada penulis baik secara materi dan spiritual
8. Adik tercinta **Saiful Huda Suafi, Zenia, Ferdinan Herlando, buya** yang telah memberikan motivasu dan semangat dalam proses skripsi ini
9. Terimakasih kepada segenap keluarga besar kakek dan nenek yang telah memberikan motivasi dan penuh harapan akan berjalan lancarnya skripsi ini
10. Terimakasih kepada Anggota Kajian, Musyrifah dan Akhwat Rubin yang telah membersamai dalam proses pembuatan skripsi ini
11. Terimakasih kepada teman teman MBS B Angkatan 2018 yang berada di UIN SMDD yang telah membersamai saya dalam pendidikan dan berjuang bersama.

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK BERBASIS LOKAN UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI NAGARI PERSIAPAN SIKILANG KECAMATAN SUNGAI AUR KABUPATEN PASAMAN BARAT DALAM PERSPEKTIF

EKONOMI SYARIAH

Oleh

Desra Wita

Skripsi ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dari pengembangan usaha produk berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Di Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Barat dalam perspektif ekonomi Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sekaligus juga menggunakan metode analisis SWOT *(Strenght, Weakness, Opportunities, Threat)*. Analisis SWOT adalah cara yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk kemudian merumuskan strategi perusahaan secara sistematis untuk mendapatkan strategi yang baik untuk kelangsungan perusahaan yang sedang dirintis. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan observasi langsung ke lapangan dengan mengamati tanpa mewawancara langsung pedagang lokan goreng, dilakukan dengan cara menggunakan pihak ke tiga yaitu dengan melihat di UMKM tempat dititipkannya lokan goreng. Kemudian juga melakukan wawancara dengan Pedagang lokan goreng dan penyelam lokan untuk mendapatkan data yang banyak dengan disertai dokumentasi dengan pihak yang berhubungan. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan dan analisis dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari strategi pengembangan produk berbasis lokan yang dilakukan oleh pedagang lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal Usaha Lokan Goreng di Nagari Persiapan Sikilang lebih dominan daripada faktor elsternal. Sehingga dapat dipastikan usaha lokan goreng dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kekuatan seperti dikreasikannnya produk lokan menjadi produk baru, bahan yang berkualitas dan harga yang murah.

Kata kunci : Pengembangan Usaha, SWOT

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah Agama yang diturunkan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW.[1] Islam merupakan agama yang sempurna karena islam mempunyai aturan yang sangat kompleks. Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan penciptaya namun islam juga mangatur hubungan manusia dengan dirinya sendiri dan juga hubungan manusia dengan sesamanya. Hubungan manusia dengan penciptanya tercakup dalam aqidah dan ibadah, hubungan manusia dengan dirinya sendiri tercakup dalam perkara akhlak, makanan, dan pakaian, dan hubungan manusia dengan sesamanya tercakup dalam perkara *mu'amalah* (bisnis) dan *uqubat* (hukuman).[2]

Islam mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan bisnis. Dalam bisnis, tidak semua diperbolehkan (halal) namun juga ada yang tidak diperbolehkan (haram). Seorang Muslim dalam memproduksi sumber daya alam, mendistribusikannya dan mengkonsumsinya harus terikat dengan hukum Islam tidak sekehendak hatinya saja. Begitulah islam mengatur kehidupan manusia, manusia diperbolehkan untuk berhubungan dengan siapapun namun tetap memperhatikan nilai islam.[3]

---

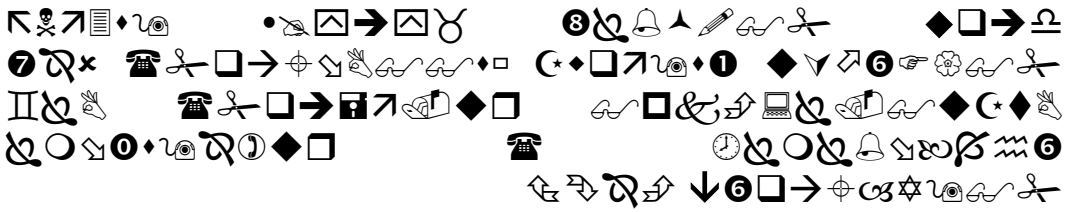
[1]Syamsul Rijal Hamid, *Buku Pintar Agama Islam*, (Bogor: Lembaga Pengajar/Kajian dan Konsultasi Agama Islam, 2007) h. 19

[2]Taqiyuddin An Nabhani, *Peraturan Hidup Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Fikrul Islam, 2019) h. 43

[3]Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 25

Islam menghalalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang didalamnya termasuk bisnis.[4] Menurut M. Azrul Tanjung, bisnis didefenisikan sebagai keseluruhan aktivitas yang menyediakan dan menghasilkan produk (barang dan jasa) guna mencipatakan manfaat dan nilai baik bagi diri sendiri maupun orang lain.sedangkan bisnis syariah adalah segala bentuk transaksi yang dilakukan manusia untuk mendapatkan keuntungan dengan memperhatikan hukum islam yang bersumberkan kepada Al Qur'an dan Hadits sesuai perintahkan Allah SWT.[5] Dalam bisnis syariah, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan sesuai syari'ah.

Semua hukum dan aturan yang ada dilakukan untuk menjaga pebisnis agar mendapatkan rezeki yang halal dan diridhai oleh Allah SWT serta terwujudnya kesejahtaraan distribusi yang merata.[6]Maka etika atau aturan tentang bisnis syari'ah memiliki peran yang penting juga, dalam bisnis berbasis syariah. Allah SWT menyuruh hamba-hambanya bahkan mewajibkan untuk mencari harta kekayaan. Seperti yang dijelaskan dalam Qs. Al Mulk ayat : 15.



[4]Oktaviana, Strategi *Pemasaran UMKM Dalam Perspektif Syariah Marketing*, (Yogyakarta: Skripsi, 2018) h. 1

[5]Taqiyyuddin An Nabhani, *Peraturan Hidup Dalam Islam*., h. 45

[6] Nurul Hak, *Ekonomi Islam, Hukum Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), h.6

Artinya : Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT menyuruh hamba-hambanya untuk mencari rizki yang telah Allah siapkan dibumi dengan menggunakan cara yang halal. Dalam mencari rizki, seorang muslim harus tetap mengenal Allah. Saat rizki tersebut sudah diperolehnya maka ia harus menggunakan harta miliknya dengan baik dan benar.

Hakikat dari bisnis dalam agama Islam selain mencari keuntungan materi juga mencari keuntungan yang bersifat *immaterial*. Keuntungan yang bersifat *immaterial* tersebut maksudnya adalah keuntungan dan kebahagiaan ukhrawi. Dalam konteks inilah Al Qur'an menawarkan keuntungan dengan suatu bisnis yang tidak pernah mengenal kerugiaan, diistilahkan oleh Al Qur'an dengan "*Tijaratan lan tabura*". Karena walaupun seandainya secara material pelaku bisnis Muslim merugi, tetapi pada hakikatnya ia tetap beruntung karena mendapatkan pahala atas komitmennya dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariah.[7]

Dan jika manusia bertakwa dan beriman kepada Allah maka Allah limpahkan berkah dari langit dan bumi seperti yang dijelaskan Allah dalam Qs. Al A'raf : 96.



[7]Ariyadi, (2018). *Jurnal Hadratul Madaniyyah, Volume 5 Issue I*, 13-26

Artinya :Jikalau Sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi.

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa, jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri itu beriman dan bertakwa, maksudnya adalah hati mereka beriman kepada Allah SWT yang dibawa oleh rasul-rasulnya Allah, membenarkannya dan mengikutinya kemudian mereka bertakwa dengan melaksanakan ketaatan-ketaatan dan meninggalkan keharaman-keharaman, pasti kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi. Artinya Allah Akan menurunkan hujan dari langit dan menumbuhkan tanaman di bumi.[8]

Dalam hal ini, salah satu kekayaan yang diberikan Allah kepada masyarakat di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur adalah Lokan. Lokan adalah salah satu jenis organisme air berjenis kerang-kerangan yang mempunyai bentuk tubuh bilateral atau simetri, tidak beruas-ruas, tubuh lunak dan ditutupi mantel yang menghasilkan zat kapur, bentuk kepala jelas, bernafas dengan paru-paru atau insang. Dilihat dari nilai gizinya, lokan memiliki kandungan protein (5,67-7,37%) dan vitamin B1 yang cukup tinggi, yaitu 7.37% dan 100 gr per 100 gram. Sehingga berpotensi untuk menjadi sumber protein bagi masyarakat. Lokan merupakan mata pencarian turun temurun masyarakat di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur dari tahun 1989 sampai dengan sekarang, masyarakat masih banyak yang mata pencariannya sebagai penyelam lokan. Namun karena kurangnya akses sarana dan prasarana jalan, hingga lokan hanya dikonsumsi oleh masyarakat setempat dengan harga jual

[8]Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al Sheikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 3,* (Bogor: Pustaka Imam asy- Syafi'i, 2003), h. 426

yang sangat murah, dan kadang hanya dibiarkan membusuk didalam karung sebab tidak ada yang ingin membeli lokan tersebut.[9]

Kondisi seperti ini membuat masyarakat mencari berbagai cara untuk meningkatkan harga jual lokan tersebut yaitu dengan menjual lokan disekitar Kampung Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur untuk memenuhi tuntutan kehidupan ekonominya.[10]Dengan adanya usaha tersebut memberikan peluang kerja yang memastikan bagi masyarakaat, baik bagi masyarakat yang terlibat secara langsung dengan usaha maupun masyarakat yang ada disekitar daerah tersebut.[11] Dalam Islam juga memberikan kesempatan dan membebaskan manusia untuk meningkat usaha (bisnis) baru sesuai kebutuhan yang ada ditengah masyarakat namun tidak boleh menyimpang dari syariat dan menganggu kehidupan masyarakat seperti melakukan penipuan dan penimbunan dalam jual beli lokan.[12]

Jumlah penghasilan lokan dalam tiga tahun terakhir, dengan diperbaikinya sarana dan prasarana jalan untuk menuju akses ke Kampung Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur sehingga akhirnya lokan tersebut bisa dijual ke Agen yan menerima setiap harinya untuk diantarkan ke Padang dan kekampung tetangga seperti Maligi, Air Haji dan Sungai Aur. Namun penjualan seperti ini belum mampu menaikkan harga lokan secara signifikan.

---

[9]Hasil Wawancara dengan Bapak Zarimal sebagai Pengelola Lokan, pada tanggal 15 November 2022

[10]Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Studi Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri), 2010, h. 155

[11]Kasmir. dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media Group), 2003, h. 11

[12]Taqiyuddin An Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam*, h. 416

Tabel 1.1 Pendapatan dan Nilai Jual Lokan

Berikut adalah data pendapatan lokan di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur dari tahun 2018 – 2021.

Tahun	Pendapatan Lokan Per Tahun	Indeks Harga	Nilai Rupiah Per Tahun
2018	9.030 (Karung)	1.03%	Rp. 812.700.000
2019	9.330 (Karung)	0.90%	Rp. 839.700.000
2020	8.450 (Karung)	1%	Rp. 845.000.000
2021	8.360 (Karung)	0.99%	Rp. 842.400.000

Sumber : **Agen Pembeli Lokan**

Dari hasil wawancara dengan bapak Imut selaku agen pembeli lokan maka dapat dilihat bahwasanya pendapatan lokan di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur pada tahun 2018 - 2021 mengalami penurunan.[13] Sementara jumlah penyelam lokan pada tahun 2018 berjumlah 30 orang dan pada tahun 2021 bertambah 3 orang, maka total penyelam lokan adalah 33 orang. Melihat pendapatan yang dihasilkan oleh penyelam lokan pertahunnya maka diperkirakan dalam 1 hari penyelam lokan bisa mendapatkan 30 karung lokan perharinya dan mendapatkan uang untuk perorangnya sekitar 90.000,00 – 200.000,00 perhari. Maka pendapatan yang demikian tidak cukup untuk memenuhi kehidupan dari kelaurga nekayan yang bermata pencarian lokan tanpa adanya mata pencarian lain.

[13]Hasil Wawancara dengan Sendri sebagai Penyelam Lokan, pada tanggal 24 November 2021

Pada tahun 2016 masyarakat (perempuan) di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur mengolah lokan dengan cara tradisional yaitu mengoreng lokan yang berukuran kecil. Cara tradisional yang dilakukan masyarakat Jorong Sikilang dalam mengolah lokan adalah sebagai berikut: Pertama lokan yang berukuran kecil direbus menggunakan kuali diatas tungku setelah masak, isi lokan dikeluarkan dari cangkangnya menggunakan tangan, setelah itu lokan diolesi jeruk nipis dan kunyit yang sudah digiling, lalu lokan digoreng dengan minyak makan dilengkapi dengan cabe, lalu dibungkus menggunakan plastik kecil, menggunakan sedikit lem dengan lampu togok dan lokan siap untuk dipasarkan. Lokan biasanya dipasarkan kepada UMKM yang ada disekitar Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur dengan harga 1000/perbungkus. Hal itu mampu meningkatkan harga jual lokan dari biasanya. Biasanya lokan hanya dipasarkan perkarung tanpa diolah terlebih dahulu. Semakin berkembang zaman maka bisnis pun mulai berkembang termasuk di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur banyak yang membuat usaha-usaha baru seperti Tahu Krispi, Risol, Tempe Goreng dan lainnya hingga tahun 2021 usaha mengoreng lokan pun mulai ditinggalkan oleh masyarakat sekitar dan mencari pekerjaan baru yang lebih memungkinkan.[14]

Sampai saat ini penghasilan lokan masih tetap seperti dahulunya, belum menunjukkan kemajuan yang signifikan sehingga mengharuskan penyelam lokan memiliki pekerjaan sampingan seperti berkebun sawit,

[14]Hasil Wawancara dengan ibu Fitria sebagai Pedagang Goreng Lokan, pada tanggal 20 November 2021

jeruk, padi dan lain sebagainya untuk menunjang kehidupan sehari hari bersama keluarga. Hal ini dikarenakan tidak dikembangkannya usaha lokan dengan baik. Dalam teknik pengolahan dan penjualan lokan masih masih menggunakan alat dan cara tradisional. Hal ini mengakibatkan usaha lokan tertinggal dari usaha lain yang lebih maju yang sudah menggunakan alat modren dalam pengolahannya serta kemasan yang cantik dalam penjualannya. Seperti tahu bola skrispi yang juga berkembang dikampung Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, menuntut suatu perusahaan harus mempunyai strategi yang baik dalam mengembangkan usaha, supaya usaha tersebut dapat maju dan berkembang dipasaran. Adapun faktor faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu usaha adalah sumber daya manusia, sumber daya alam, modal, teknologi dan informasi. Berikut dijelaskan bagaimana peran penting faktor tersebut dalam mensukseskan suatu usaha, adalah sebagai berikut:

Keempat faktor ini sangat berpengaruh dalam suksesnya suatu usaha. Pertama, sumber daya manusia adalah faktor utama yang berperan penting dalam suksesnya usaha dan untuk mengatur keanggotaan, evaluasi, kompensasi dan lain sebagainya. Sumber daya manusia harus cakap dan memiliki pengetahuan yang luas tentang usaha yang ingin dijalankan. Maka dari itu harus adanya pelatihan ketenagakerjaan untuk melatih sumber daya manusia. Kedua, sumber daya alam merupakan komponen

utama dalam berhasilnya suatu usaha sebab sumber daya alam yang diolah menjadi sesuatu yang bernilai jadi dan bermanfaat bagi manusia. Ketiga, modal juga memiliki peran yang penting dalam suatu usaha, khususnya dalam pengolahan. Jika tidak ada modal maka proses produksi akan terhambat atau tidak bisa dilakukan. Keempat, teknologi dan informasi sangat berperan penting dalam suksesnya suatu usaha, dengan adanya teknologi dan informasi akan mengoptimalkan pelayanan, menghemat waktu dan biaya, memperluas jangkauan pemasaran, produktivitas meningkat, mempercepat akselerasi usaha dan mendesain yang bagus untuk menarik pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan.[15]

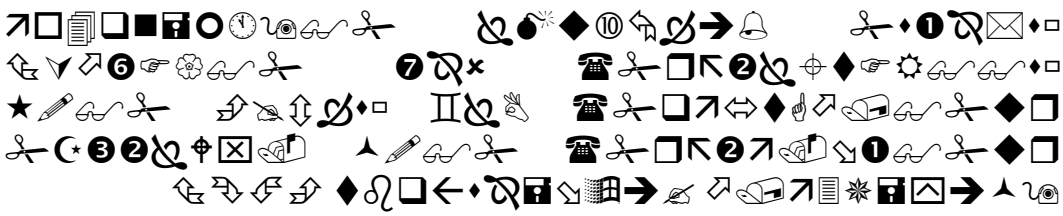
Dilihat dari empat faktor diatas, dapat kita lihat bahwasanya untuk pengolahan lokan dikampung Sikilang Kecamatan Sungai Aur belum memenuhi tiga syarat yaitu dari segi sumber daya manusia yang belum memiliki pengetahuan yang luas dalam mengolah usaha lokan tersebut sehingga tidak ada inovasi dan kreasi baru dalam mengolah lokan, sebab masyarakat yang ada didaerah tersebut cendrung mengikuti kebiasaan kebiasaan yang sudah ada duhulunya sehingga sampai dengan sekarang pengolahannya masih menggunakan cara tradisional. Dari segi modal, masih kurang memadai karena yang melakukan usaha lokan tersebut hanya individu sehingga modalnya pun terbatas dalam mengolah atau memproduksi lokan tersebut. Yang selanjutnya tidak dimanfaatkannya

[15]Hartono dan Deny Dwi hartomo, *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Produk, Jurnal Bisnis & Mangemen Vol. 14, No. 1*, 2014. Hal. 43

kemajuan teknologi dan informasi yang canggih saat ini. Hal ini dikarenakan pemikiran masyarakat dikampung Sikilang Kecamatan Sungai Aur cendrung bersifat primitif yaitu sulit menerima sesuatu hal yang baru sehingga hanya menggunakan cara dan alat yang sudah biasa dilakukan oleh orang dahulunya. Beberapa hal inilah yang menyebabkan usaha lokan masih belum mengalami kemajuan dari dahulu sampai dengan sekarang.[16]

Islam juga menganjurkan ummatnya untuk memproduksi dan berperan dalam kegiatan perekonomiaan, pertaniaan, perkebunan, perikanan dan perdagangan. Dalam Islam ummatnya diseru untuk berusaha sebaik mungkin dengan cara apapun asalkan tidak boleh melanggar dari syariat Islam. Bekerja dalam pandangan Islam diwajibkan bagi laki laki dan dibolehkan bagi perempuan, dan perlunya diperhatikan cara dan proses dalam bekerja tersebut sehingga hasilnya akan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT.

Sebagaimana telah dijelaskan dalam firman Allah dalam Qs. Al Jumu'ah ayat : 10



Artinya : Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

[16]Hasil wawancara dengan Ibu Mewar sebagai Pedagang Goreng Lokan, pada tanggal 05 Mei 2022

Dalam ayat diatas dijelaskan "carilah karunia Allah" yang diperintahkan kepada manusia untuk mencari kekayaan dan melakukaan usaha dari cara apapun asalkan tidak boleh melanggar syariat, melakukan usaha dengan cara yang halal untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari hari. Dari ayat tersebut bila dihubungkan dengan strategi pengembangan, maka kegiatan strategi merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pengembangan yang telah direncanakan sebelumnya. Dan manusia boleh melakukan kreasi dan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman selagi tidak melanggar syari'at yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.[17]

Termasuk dalam mengolah usaha lokan yang ada dikampung Sikilang Kecamatan Sungai Aur seharusnya dikreasikan dengan inovasi dan kreasi sebaik mungkin dengan menggunakan teknologi yang modren saat ini karena banyak usaha baru yang bisa dihasilkan dari lokan tersebut seperti Keripik Lokan, sambal Lokan, Tahu Lokan bahkan Bakso Lokan dan lain sebagainya. Sebab lokan memiliki potensi yang besar dan kaya akan manfaat.

Dengan adanya inovasi dan kreasi dalam pengolahan lokan tersebut maka akan meningkatkan harga jual lokan dan menambah pemasukan dari penyelam dan masyarakat sekitar serta bisa menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat. Inilah yang menjadi salah satu

[17]*Dapartemen Agama RI Al Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: CV Dipenogoro, 2005), hal. 526

landasan peneliti untuk meneliti di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur dengan mengusung tema : "**Strategi Pengembangan Produk Berbasis Lokan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur Kecamatan Sungai Aur Dalam Perspektif Ekonomi Syariah".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis uraikan, maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya daya tarik pengembagan usaha berbasis lokan di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.
2. Menurunnya harga lokan tidak sesuai dengan harga pasaran disebabkan karena tidak adanya kreasi dan inovasi masyarakat Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

C. Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan terfokusnya permasalahan tersebut maka penulis membatasi masalah hanya pada"strategi pengembangan berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang kacamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Pasaman Barat dalam perspektif ekonomi Islam."

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang menjadi arah pembahasan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Barat dalam perspektif ekonomi Islam?
2. Bagaimana meningkatkan nilai jual lokan di Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Barat dalam perspektif ekonomi Syariah?

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui bagaimana penjualan lokan di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.
b. Untuk mengetahui bagaimana meningkatkan nilai jual lokan di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

2. Kegunaan penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yang berupa:

a. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak terkait, khususnya pada Masyarakat Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

b. Kegunaan bagi studi terkait masa yang akan datang

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi mengenai strategi pengolahan lokan dalam rangka meningkatkan pendapatan nelayan di Jorong Sikilang kecamatan Sungai Aur.

c. Kegunaan secara operasional

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi dalam rangka meningkatkan pengetahuan tentang strategi pengolahan lokan.

d. Bagi pemerintah

Diharapkan dapat berperan serta dalam mendukung pemberdayaan pengolahan lokan di Jorong Sikilang kecamatan Sungai Aur kedepannya.

e. Bagi penulis

Untuk syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Managemen Bisnis Syariah.

F. Penjelasan Judul

Untuk dapat memperoleh suatu gambaran yang jelas dan untuk menghilangkan kesalahpahaman dalam mengartikan dan memahami kata-kata serta maksud dari judul ini, maka penulis perlu menjelaskan pengertian yang ada didalam judul ini. Berikut penjelaskan maksud dari beberapa kata yang mempunyai makna penting dalam penulisan ini yaitu:

Strategi Pengembangan Lokan :Suatu seni menggunakan kecakapan untuk meningkatkan kemampuan salah satu jenis organisme air berjenis kerang kerangan yang mempunyai bentuk tubuh bilateral atau simetri untuk kemudian dikembangkan menjadi sebuah produk yang bernilai atau bisa digunakan oleh masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan.

Kesejahteraan :Suatu keadaan yang menunjukkan kemakmuran, damai, dan keadilan dalam kehidupan masyarakat serta kemandirian dibidang perekonmian tanpa terikat dengan negara atau instansi tertentu.

Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur :Salah satu Jorong yang ada di Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat merupakan wilayah yang memiliki potensi besar dari laut dan perairan (sungai) nya. Mata pencariaan masyarakat di Jorong Sikilang umumnya

sebagai petani, nelayan, berkebun sawit dan menyelam lokan.[18]

Perspektif Ekonomi Syariah :Ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirical, baik dalam produksi, distribusi maupun konsumsi berdasarkan syariat Islam yang bersumber Al Qur'an dan As Sunnah serta Ijma' para ulama yang bertujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.[19]

Berdasarkan penjelasan judul diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud judul yaitu: **Strategi Pengembangan Produk Berbasis Lokan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Nagari Persiapan Sikilang Kecamatan Sungai Aur Dalam Perspektif Ekonomi Syariah** adalah usaha yang dilakukan untuk meningkatkan nilau jual dari lokan di era ekonomi baru yang mengitensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari manusia sebagai sumber pertama dari strategi pengolahan lokan di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

[19] Nurul Hak, *Ekonomi Islam, Hukum Bisnis Syariah,* (Yogyakarta: Teras, 2011), hal.6

BAB II

LANDASAN TOERI

A. Strategi Pengembangan

1. Pengetian Strategi

Kata strategi berasal dari kata *Strategas* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya startegi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai.[20]

Pengertian Strategi menurut beberapa ahli antara lain adalah sebagai berikut:

[20]Sesra Budio, (2019). *Strategi Managemen Sekolah*, Jurnal Menata Volume 2, No. 2, 58-59

Webster's New World Dictionary, defenisi strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi militer berskala besar. Strategi adalah bagaimana menggerakan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dengan musuh.

John A. Byrne mendefenisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interasksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.

Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat presepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai suatu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menajdi yang pertama daripada menjadi yang lebih baik.[21]

Chandler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaintannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter (1985) strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. selain itu juga da defenisi yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi, Hamel dan Prahalad (1995), yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting. Mereka berdua

[21] M. Sayanto, *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007), h. 16

mendefenisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut: Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkatkan) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan innovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core kompetencies*).

Menurut Didin Hafiduddin dan Hendri Tanjung strategi adalah respon secara terus menerus yang dilakukan oleh responden terkait dengan peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi suatu organisasi. Startegi dibedakan menjadi 3 tingkatan dalam organisasi yaitu sebagai berikut:[22]

a. Strategi Korporat, suatu pernyataan maksud sebuah perusahaan, pertumbuhan dengan menentukan arahnya dan tujuan jangka panjang. Tujuan korporat perusahaan terpusat pada sebuah pernyataan kunci, misal: bisnis apa yang harus digeluti perusahaan?
b. Strategi Bisnis, rancangan dan rencana bisnis yang akan dilakukan selanjutnya dan didetail secara rinci.
c. Strategi Operasional, tujuan yang dirancang untuk jangka pendek dan digunakan untuk suatu bidang operasional untuk mencapai tujuan jangka pendek unit bisnisnya. Danhal ini digunakan untuk

[22]Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Managemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press), 2012, h.29

mempermudah tujuan dari suatu perusahaan yang telah dibuat sebelumnya.

Jadi, dapat disimpulkan strategi adalah suatu seni berupa kemampuan yang dimiliki untuk kemudian digunakan memanfaatkan dan mengolah sumber daya alam menjadi suatu produk yang bernilai jadi dan bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kebutuhan hidup sehari hari.

2. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tugas dan persiapan analistis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama dibidang teknologi industri Pengembangan Usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola dan aliansi dengan yang lain. Pengembangan usaha adalah suatu inovasi yang dilakukan oleh suatu isntansi untuk meningkatkan kualitas produk yang dimiliki untuk meningkatkan pemasaran dan harga jual produk sehingga bisa bersaing dipasaran sehingga bisa meningkatkan mutu perusahaan dari pada yang sebelumnya.

Freddy menjelaskan ada beberapa defenisi pengembangan usaha menurut para ahli diantaranya:[23]

[23]Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.6- 7

a. Mahmud Mach Foendz

Pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Brown dan Petrello

Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apakah kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkatkan pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

c. Seintford

Pengembangan usaha adalah aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yang memiliki surat izin tempat usaha.

d. Mussleman dan Jackson

Pengembangan usaha adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan yang diorganisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut.

e. Allan Affuah

Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan mentransformasikan berbagai sumber daya yang menjadi barang/jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah aktivitas yang dilakukan yang menimnulkan inovasi baru untuk kemudian mengembangkan usaha yang telah ada dan menciptakan produk yang berbeda dari yang sebelumnya.

3. Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur unsur yang penting dalam mengembangkan usaha ada dua unsur yaitu:

a. Unsur yang berasal dari dalam perusahaan (pihak internal)

1) Adanya niat dari si pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar

2) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang ahrus digunakan untuk mengembangkan barang/produk dan lain lain.

3) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

b. Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)

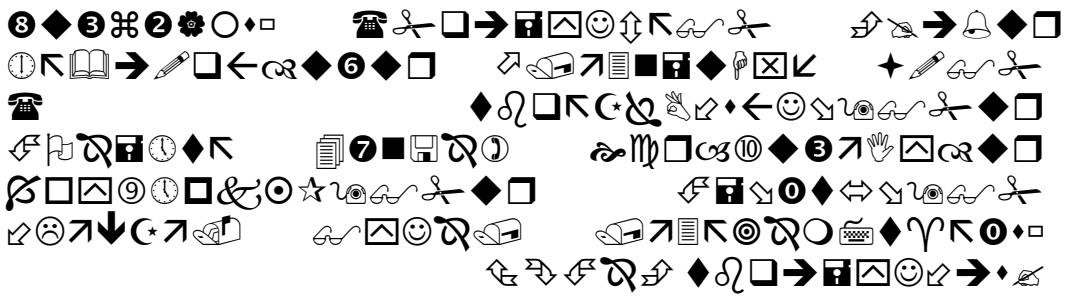
1) Mengikuti perkembangan informasi dari luar perusahaan

2) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar
3) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/kondusif untuk usaha
4) Harga dan kualitas ialaha unsur strategi yang paling umum ditemui, strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula
5) Cakupan jajaran produk, suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi yang memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat atau sesuai dengan permintaan pasar.

B. Pengembangan Produk

1. Inovasi Produk

Pengertian inovasi produk secara umum, inovasi memiliki makna suatu proses menciptakan produk baru dan proses mengadopsi sesuatu yang baru.[24] Inovasi sangat diperlukan dalam Islam terdapat dalam QS. Taubah ayat 105



[24] Ellitan Rena dan Lina Anatan, *Managemen Inovasi Transformasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), H. 37

Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan.

Inovasi adalah suatu pilihan dari pihak korporasi untuk menciptakan pengembangan baru untuk produknya untuk menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan.

Hariyono dan Marniyati mengatakan Inovasi produk berkaitan erat dengan peluncuran produk, salah satu bentuk dari inovasi produk adalah peluncuran produk aru atau produk yang berbeda dengan yang sebelumnya. Produk baru meliputi produk orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, bantuk baru dan juga termasuk merek baru yang dikembangkan melalui riset dan pengembangan. Oleh karena itu perusahaan atau UKM dituntut untuk mampu menciptakan penilaian – penilaian baru, ide – ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja layanan yang memuaskan pelanggan. Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari managemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang bagus.

Menurut Sukarman inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya.

Bagi perusahaan kecil dan menengah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dan upaya untuk melakukan inovasi produk sehingga menampil hal yang berbeda dan disukai oleh konsumen.

Menurut Masda inovasi produk sangat penting bagi perusahaan atau UKM untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi produk menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

Menurut Kotler ada beberapa cara yang ditempuh untuk menghasilkan produk yang inovatif, antara lain sebagai berikut:

a. Mengembangkan atribut produk
b. Mengembangkan beragam tingkat mutu
c. Mengembangkan model dan ukuran produk

Menurut Gatignon dan Xuereb dalam inovasi produk terdapat tiga inovasi produk, yaitu:

a. Keunggulan produk
b. Kesamaan produk
c. Biaya produk

Produk inovasi dapat gagal karena banyak alasan, tidak menawarkan desain yang unik atau salah memperkirakan persaigan merupakan kesalahan umum terjadi. Kadangkala gagasan dari produk itu bagus namun desain dan efesiensi biayanya jauh lebih tinggi atau

mahal dari apa yang sudah diperkirakan. Maka dengan adanya inovasi produk maka akan memberikan nilai tambah dibandingkan produk lainnya, sehingga hal ini akan meningkatkan penjualan.

Keunggulan kompetitif suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk baru. Sehingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lain yang sejenisnya. Sehingga dengan hal ini akan menaikkan penjualan dibandingkan dengan produk yang sejenis dengannya karena adanya inovasi tersebut.

Jadi dapat disimpulkan inovasi produk adalah suatu karya yang diciptakan untuk mendapatkan hasil yang berbeda dari apa yang pernah diciptakan melalui riset dan pengalaman sehingga menghasilkan suatu produk yang mampu menjawab permasalahan konsumen dan disukai oleh konsumen sehingga terjual dipasarann. Sebab adanya inovasi produk akan memperlancar dari segi pemasaran suatu perusahaan atau UKM yang melakukan inovasi produk tersebut.

2. Proses Inovasi Produk

Proses inovasi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, mulai dari sadar atau tau dengan inovasi tersebut hingga menerapkannya dalam produk yang akan dia

kembangkan dan berlangsung secara terus menerus.[25] Proses inovasi terdiri dari:

a. Mengeluarkan ide, meliputi pembentukan rancangan teknis dan desain
b. Revolusi masalah, yaitu meliputi mengambil keputusan dan memecah ide kedalam komponen yang lebih kecil, menetapkan prioritas untuk setiap komponen atau elemen
c. Inisiasi yaitu kegiatan untuk mencakup keputusan dalam oeganisasi untuk mengadopsi inovasi
d. Pengembangan yaitu kegiatan yang meliputi desain dan pengembangan produk dan perencanaan proses inovasi dalam fase inovasi.jadi fase ini meliputi mengeluarkan ide dan pemecahan masalah
e. Implementasi yaitu kegaitan yang meliputi penerapan desain inovasi yang telah dibuat sebelumnya dalam fase pengembangan.

3. Bentuk Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Bes adapun bentuk – bentuk inovasi yang utama mengenai pengembangan produk baru adalah sebagai berikut:

a. Inovasi berbasis modulasi dimana inovasi ini melibatkan pengubahan suatu karakteristik dasar dari produk atau jasa, dengan menaikkan atau menurunkan karakteristik. Kebanyakan kita

[25] Sukmadi, *Inovasi dan Kewirausahaan*, (Bandung: Hummaniora Utama Pers, 2016), h. 38-40

menggunakan karakteristik fungsional atau fisik. Berikut adalah contoh inovasi yang didasarkan modulasi yaitu bank.

b. Inovasi berbasis ukuran, dimana inovasi ini melibatkan pada waktu peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apapun kecuali volumenya. Kebijakan ini memiliki keunggulan yaitu memungkinkan peningkatan jumlah konsumsi pemakaian. Jadi inovasi berbasis ukuran baik karena menumbuhkan pasar dengan memfasilitasi konversi konsumen potensial menjadi aktual.

c. Inovasi berbasis kemasan, dimana inovasi ini sering melibatkan bagaimana cara sebuah produk dikemas serta mengubah presepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi ataupun landasan dari suatu inovasi produk atau jasa yang dibuat. Contoh cappucino yang dahulunya hanya dibungkus dengan plastik yang biasa namun sekarang dibungkus dengan cara yang unik, dan dahulunya dengan dengan menggunakan cincau saja namun sekarang ada tambahan es cream dan keju sehingga hal ini menambah daya tarik pembeli.

d. Inovasi berbasis desain, dimana inovasi ini sering melibatkan inovasi desain produk, kemasan atau ukuran yang dijual sama tetapi dengan tampilan yang berbeda. Contoh bakso yang ditampil dengan varian rasa banyak seperti rasa ikan, ayam dll dengan bentuk yang berbeda ada bakso buaya dll sehingga menambah harga jual dan minat konsumen untuk membeli bakso tersebut.

Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer, dimana inovasi ini sering melibatkan komplemen hingga terjadi penambahan bahan – bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar. Contoh perusahaan makanan ringan yang memproduksi makanan biscuit menambahkan gula yang ditaburi diatasnya serta cokelat atau selai.

e. Inovasi berbasis pengukuran daya, dimana inovasi ini sering berbasis pada pengurangan upaya tidak mengubah pendekatan jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar. Inovasi semacam ini menilai dengan menurunkan penyebut, bukan menaikkan pembilang.[26]

4. Penggolongan Inovasi Produk

Menurut Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra secara garis besar, aktivitas pengembangan produk baru bisa menghasilkan 6 macam tipe produk baru, yaitu:

a. Produk baru bagi dunia

Adalah produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru dan membentuk siklus hidup baru produk.

b. Lini produk baru

Adalah produk produk yang baru bagi perusahaan, namun diluncurkan bagi pasar yang sudah ada.

c. Perluasan lini

[26]Agus Bhakti, "*Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sakilla Jember:"*, *Skripsi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016, h. 20-22

Adalah produk baru yang memungkinkan perusahaan memperluas pasar yang dilayani dengan manfaat yang berbeda.

5. Penyempurnaan produk yang sudah ada

Adalah produk produk yang biasanya dirancang untuk menggantikan penawaran produk yang sudah ada

6. *Repositioning*

Adalah pengembangan teknis yang memungkinkan suatu produk menawarkan aplikasi baru dan melayani kebutuhan baru.

7. Pengurangan biaya

Adalah versi dari produk yang sudah ada yang dapat memberikan kinerja setara pada tingkat harga yang lebih murah.

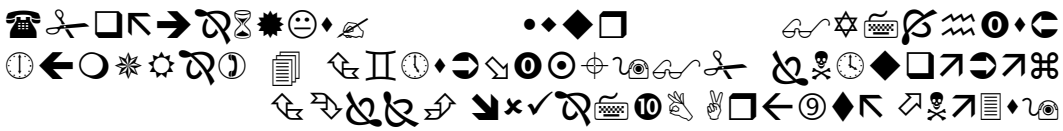
C. Pengembangan Kegiatan Usaha dalam Karangka Islam

Pengembangan usaha dalam islam diatur oleh Allah SWT dalam Kitabnya Al Qur'an. Ada kesepatan umum mengenai kerangka usaha dalam islam dan terbagai sebagaimana berikut:

a. Produksi

Produksi adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan diirnya dan juga kebutuhan orang lain. Strategi produksi dalam islam haruslah sesuai dengan Al Qur'an dan As Sunnah yang telah ditetapkan oleh syariah Islam, tidak boleh menyimpang dari syariah Islam tersebut. Dalam islam pengolahan barang dan jasa harus halal dan juga baik sesuai dengan firman Allah Qs. Al Baqarah : 168.





Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Islam juga mengajarkan sebaik baiknya orang adalah orang yang bermanfaat bagi orang lain atau masyarakat. Dalam islam ibadah bukannya mengerjakan shalat, puasa dan zakat tapi juga melakukan usaha dan bekerja adalah bentuk beribadah kepada Allah dan mengolah produk untuk keperluan masyarakat adalah suatu ibadah yang sangat besar kepada Allah SWT.

Para ahli ekonomi islam menyebutkan aksioma-aksioma dalam memproduksi produk yang digali dan Al Qur'an dan As Sunnah sebagai berikut:

1) Unity (keesaan Tuhan/Tauhid), segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia dibumi bermuara kepada Allah SWT dan manusia dibumi hanya menjadi hamba Allah dan *Khalifatullah* yang mengemban amanah dari Allah yaitu memakmurkan dan mensejahteraan bumi. Maka dalam mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi haruslah dipahami tahapannya menurut islam.

2) *Equilibrium,* keseimbangan (keadilan), produsen yang mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi yang bernilai ditengah masyarakat berhak mendapatkan keuntungan dari aktivitas yang ia lakukan dan begitu pula

konsumen yang membeli atau membutuhkan produk yang dihasilkan tersebut juga berhak untuk tidak dirugikan.

3) *Free will* atau bebas berkehendak (*ikhtiar*), para ulama mengatakan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli harus dilakukan dengan suka sama suka (*at taradi*). Maksud dari kalimat tersebut adalah produsen yang tidak boleh memaksa konsumen untuk membeli produknya baik secara fisik, psikologis maupun politis sehingga membuat konsumen tersebut dirugikan.

4) *Responsibility* (pertanggungjawaban), dalam melakukan aktivitas dimuka bumi manusia harus bertanggungjawab baik dalam aktivitas mengolah sumber daya alam, lingkungan sosial, politik, ekonomi dan lain sebagainya.

5) Kebenaran, Kebijakan, Kejujuran. Dalam islam tujuan melakukan kegiatan ekonomi adalah untuk mendatangkan kemaslahatan kepada ummat manusia. Bumi dan sumber daya alam yang diciptakan oleh Allah adalah untuk dimanfaat oleh manusia secara baik dan bersikap jujur dalam melakukan pengolahan terhadap sumber daya alam yang telah Allah berikan.[27]

b. Pemasaran

Md.Mahabub Alom dan Md. Shariful mendefenisikan pemasaran dalam islam adalah memenuhi kebutuhan dunia dan juga akhirat, tidak hanya memperhatikan standar dari perusahaan bagaimana memasarkan

[27]Khodijah Ishak, *Konsep Etika Produksi Dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Afzalur Rahman dan Yusuf Qordhiowi*, 2015. h.46

produk (barang dan jasa) namun juga memperhatikan kehalalan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.[28]

Naveed Ahmad menyatakan pemasaran dalam islam adalah suatu kepercayaan yang dibangun untuk menghasil nilai dari suatu proses produksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dibangun berdasarkan keadilan dan kesejahteraan untuk manusia.

Jadi dapat disimpulkan konsep pemasaran dalam islam adalah menjalankan kegiatan bisnis aik itu dari segi produksi, konsumsi dan distribusi harus memperhatikan nilai yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dan tidak boleh menyimpang dari guna untuk menciptakan keadilan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia.

c. Pendanaan, islam mengenalkan beberapa cara yang efektif, termasuk prinsip partisipasi yang berarti pertisipasi kelompok atau lembaga untuk penciptaan modal yang diperlukan oleh suatu lembaga. Dalam islam biaya tidak mengenal istilah atau menggunakan konsep bunga dan hanya memakai konsep bagi hasil dalam Islam. Dimana pun seseorang mendapatkan dananya dalam berbisnis itu diperbolehkan dalam selagi tidak dalil yang melarang hal tersebut, sebab manusia dibebaskan untuk mencari keuntungan dengan memghasilkan dari ala yang telah diciptakan oleh Allah namun harus memperhatikan nilai nilai yang berlaku dalam islam. Islam sangat memperhatikan permasalahan biaya dan biaya tidak

[28]Md. Mahabub Alom dan Md. Shariful Haque, *Pemasaran Dalam Islam, Jurnal Hukum dan Syariah Vol. 1, no.3*, 2011, h. 71

boleh mendzalimi pihak lain atau masyarakat serta tidak boleh didapatkan dengan cara yang haram.

Kajian Terdahulu

Hesti Nur ‘Aini, dkk. Jurnal berjudul “inovasi Abonmpro Lokan (*pilsbryoconcha exillis)* dengan perlaku substitusi tebu telur”. Hasil dari penelitian ini adalah perlakuan komposisi daging lokan dan tebu telur berpengaruh nyata terhadap kadar protein dan kadar serat kasar abon lokan substitusi tebu telur, semakin banyak daging lokan yang digunakan, kadar protein abon lokan semakin meningkat, sedangkan kadar serat kasar semakain menurun. Kadar protein abon lokan substitusi tebu telur berkisar antara 17,21% hingga 19/77% dan kadar serat kasar berkisar antara 0,23-1,29%. Berdasarkan karakteristik kimia dan sensorisnya, komposisi terbaik untuk pengolahan abon lokan substitusi tebu telur adalah 150 gram tebu telur dan 250 gram lokan, dengan nilai keuntungan usaha sebesar Rp. 38.353 untuk satu kali produksi. Penelitian ini sama sama peneliti tentang lokan dan perbedaan penelitian ini terletak hal yang diteliti. Penelitian ini

fokus pada kandungan yang dimiliki lokan sedangkan penelitian yang akan dibuat itu meneliti tentang usaha – usaha yang bisa dibuat dari lokan.[29]

Novit Ardy dan Yulihasri, jurnal berjudul "Strategi pengembangan atraksi memproduksi Rendang (Marandang) sebagai daya tarik wisata Gastronomi di Kampung Rendang Kota Payakumbuh". Hasil penelitian strategi pengembangan produk dengan menjalin kerja sama dengan para pelaku wisata serta strategi integrasi ke depan yaitu strategi yang dijalankan dengan meraih kendali atas jalur distribusi, mulai dari distributor hingga retailer.[30]

Wujud dari kendali yang dilakukan Kampung Rendang Kota Payakumbuh atas jalur distribusi adalah mendirikan sendiri jalur ditribusi kepada wisatawan karena Kampung Rendang Kota Payakumbuh satu-satunya wilayah yang memiliki industri rendang terbanyak di Sumatera Barat dari satu-satunya kawasan yang memiliki potensi wisata gastronomi terbesar di Sumatera Barat. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang ia teliti dan penelitian ini berusaha meningkatkan rendang lokan dengan bekerja sama dengan pihak wisata yang ada di Payakumbuh sedangkan penelitian yang ingin dibuat itu fokus pada mengembangkan usaha lokan tersebut.

Darsalina Puceh Barus, Sumatera Utara Medan. Judul skripsi adalah Analisis usaha produksi ikan asin (studi kasus : Desa Kuala Baru, Kecamatan Kuala baru, Kabupaten Aceh Singkil. Hasil penelitian dari skripsinya ini adalah

[29]Hesti Nur 'Aini. *Inovasi Abonmpro Lokan (pilsbryoconcha exillis) dengan perlaku substitusi tebu telur*, 2019

[30] Novi Ardy dan Yulia Sari, *Strategi pengembangan atraksi memproduksi Rendang (Marandang) sebagai daya tarik wisata Gastronomi di Kampung Rendang Kota Payakumbuh*, 2020

besarnya biaya tetap dan biaya variabel pada usaha pengolahan ikan asin. Biaya tetap perbulannya yaitu sebesar Rp 3.792.232 dan biaya variabelnya sebesar Rp 43.957.333 sedangkan untuk biay total perbulan yaitu sebesar Rp 47.794.565. keuntungan perbulan dari usaha pengolahan ikan asin sebesar Rp 9.789.102 sedangkan penerimaan dari Usaha Pengolahan ikan asin yaitu sebesar Rp 57.538.667. Perbedaan dari hasil penelitian ini dengan yang akan saya teliti adalah terletak pada aspek yang ingin diteliti, penelitian ini menfokuskan pada biaya yang dikeluarkan dalam mengolah ikan asin sedangkan penelitian yang akan diteliti itu fokus pada pengembangan usaha berbasisi lokan sehingga bisa meningkatkan harga jual lokan.[31]

[31]Darsalina Puceh Barus, *Analisis usaha produksi ikan asin*, (Sumatera Utara: Skirpsi, 2019) h.89

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena metode ini menggunakan data bukan angka.[32] Penelitian kualitatif adalah cara mengumpulkan data secara alamiah atau fenomena yang terjadi dimana penelitian tersebut berlangsung.[33]Penelitian kualitatif menekankan pada makna, penalaran, defenisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.[34] Menurut Bogdad dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diminati. Dari pengertian diatas ada beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan penelitian kualitatif

[32] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2013), h. 2

[33]Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: Tim CV Jejak, 2018), h. 7-8

[34]Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019), h.4

yaitu sebagai berikut: menyeleksi topik, lebih terfokus, mendesain penelitian, mengumpulkan data, menginterpretasi data, dan publikasi atau memberikan laporan penelitian kepada orang lain.

Jadi, dapat disimpulkan penelitian kualitatif adalah proses mengumpulkan fakta, data, atau informasi dari informan kemudian menjelaskan/mendeskripsikan, mengambarkan dan mengeksplorasi tentang fakta, data dan informasi dan menganalisis dengan teknik-teknik tertentu secara ilmiah serta memberikan penafsiran terhadap fakta, data dan informasi tersebut. Melalui penelitian kualitatif data yang diperoleh lengkap, lebih mendalam dan dapat dipercaya.[35]Dalam penelitian ini penulis mendiskripsikan tentang bagaimana Strategi Pengembangan Berbasis Lokan untuk Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

   Penelitian ini dilakukan di Rumah Nenek Mewar, Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur, Kabupaten Pasaman Barat, Provinsi Sumatera Barat, dengan alasan karena lokasi penelitian ini mudah dijangkau oleh peneliti dan tidak memerlukan biaya yang tinggi untuk menjangkaunya karena peneliti merupakan salah satu anak dari masyarakat yang mendiami kampung Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

2. Waktu Penelitian

[35] Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Nilacakra, 2018), h. 5

Waktu penelitian ini dilakukan sejak November 2021 sampai dengan selesai yang dimulai dengan pra penelitian sampai dengan terlaksananya skripsi ini.

C. Jenis Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti pertama kali baik yang dilakukan melalui wawancara maupun observasi.[36]Nazir menyebutkan bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan/objek penelitian, baik berupa pengukuran, pengamatan maupun wawancara. Data primer umumnya diperoleh langsung dari objek penelitian, seperti data hasil pengukuran observasi atau wawancara dengan responden. Dalam penelitian ini penulis langsung melakukan wawancara dan observasi langsung kepada pedagang lokan dan Agen pembeli lokan. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari sumber pertama berupa hasil wawancara langsung dengan pedagang lokan dan agen pembeli lokan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada atau yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti/lembaga lain. Nasution menyebutkan bahwa data sekunder adalah data hasil pengumpulan orang lain dengan maksud tersendiri dan mempunyai kategori atau klasifikasi menurut keperluan. Data sekunder

[36] Istijanto Oie, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 33&38

biasanya diperoleh dari laporan-laporan/dokumen, hasil penelitian terdahulu dan jurnal. Data sekunder dalam penelitian ini dapat berupa jurnal dari hasil usaha lokan yang telah diakukan Di Jorong Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

D. Informasi Penelitian

Informan adalah orang yang diyakini memiliki pengetahuan luas tentang permasalahan yang ingin diteliti. Bisa jadi ia mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Ia berkewajiban secara sukarela menjadi tim penelitian walaupun hanya bersifat informan. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan kesukarelaannya, ia dapat memberikan pandangan tentang nilai-nilai, bangunan, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian setempat.

Informan dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai informasi kunci dan informan pendukung, informan kunci adalah orang yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sementara informan pendukung adalah orang yang memberikan data tidak secara langsung tapi melalui orang lain. Informan harus memberikan informasi yang valid, relefan dan memadai.[37]Yang menjadi informasi dalam penelitian ini adalah Nelayan Penyelam Lokan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan kualitatif.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

[37]Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2021), h. 67

Observasi atau pengamatan dapat didefenisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala atau sesuatu. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, proses pengamatan ini berlangsung secara mendalam dengan cara tidak berinteraksi dengan partisipan. Dalam hal ini adalah nelayan penyelam lokan. Dalam melakukan observasi peneliti langsung mengadakan pengamatan ke lokasi untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh Nelayan Penyelam Lokan Di Sikilang Kecamatan Sungai Aur.

2. Wawancara

Wawancara (*interview)* interaksi antara pewancara (*interviewer)* dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee)* melalui komunikasi langsung dilakukan dengan Nelayan Penyelam Lokan.

3. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.[38]

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis permasalahan pertama digunakan analisis deskriptif yakni dengan mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha pengembangan berbasis lokan. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan bagaimana keadaan, gejaladan persoalan

[38] Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknis Analisis Data*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), h. 102

disuatu daerah dan selanjutnya diolah menjadi data. Data ini kemudian diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk menggambarkan mengenai faktor individu dan pengambilan keputusan.

Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mempertimbangkan adanya kesediaan dari pedagang lokan untuk dianalisis permasalahan yang ia hadapi, selanjutnya merumuskan pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif terbaik.

Analisis SWOT adalah upaya upaya yang dilakukan untuk mengenali kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary)*, sedangkan faktor eksternal disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS *(Eksternal Strategic Faktor Analisis Summary)*.[39]

Strenght adalah kelebihan yang dimiliki suatu perusahaan dalam mengelola bisnis yang ia miliki, kelebihan ini yang menjadikan produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut banyak diminati oleh konsumen. Kelebihan dari perusahaan itu dengan mengolah SDA, SDM, dan Managemen sumber daya yang baik.[40]

[39]Ari Juwita, *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Renders Madium,* (Skripsi: Ponogoro, 2019), h. 31-34

[40] Alyah Arfianti, *Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar,* (Skripsi, Makassar, 2017), h. 6

Weakness adalah kekurangan yang dimikili oleh suatu perusahaan dari segi sumber daya alam, keterampilan ataupun hal lain yang menjadi hambatan bagi sebuah perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

Opportunity adalah situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu organisasi atau perusahaan dalam melakukan bisnis. Peluang adalah sautu keadaan dimana adanya kebutuhan masyarakat terhadap suatu produk (barang dan jasa) dan produsen menawarkan produk tersebut.

Threat adalah penghalang utama bagi organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Penghalang ini seperti lokasi atau lingkungan yang tidak membutuhkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan ataupun organisasi lain yang memiliki keistimewahan lebih dari organisasi yang telah kita buat.

Tabel 1.1 Matriks Analisis SWOT

FAKTOR INTERNAL	`	**WEAKNESS (Kelemahan)**
	1. Tekstur lokan yang renyah sehingga enak dicampur dengan makanan seperti bakso, miso, lontong dll. 2. Lokan memiliki potensi yang sangat bagus dalam meningkatkan perekonomiaan masyarakat karena lokan bisa	1. Proses pengolahan lokan memerlukan waktu yang lama karena belum menggunakan alat yang modren dalam mengolahnya. 2. Lokan mulai ditinggalkan oleh masyarakat Jorong Sikilang karena sudah mulai adanya

FAKTOR EKSTERNAL	diolah berbagai usaha seperti kripik lokan, bakso lokan dll	produk baru yang lebih enak
OPPPORNUTIES (Peluang)	**STRATEGI SO**	**STRATEGI WO**
1. lokan menjadi makanan khas Jorong Sikilang yang digunakan untuk acara besar seperti perkawinan, syukuran dll. 2. Di Jorong Sikilang terdapat pantai yang indah sehingga bisa dimanfaatkan sebagai objek wisata dan memasarkan lokan disana	1. mengembangkan usaha lokan dengan bekerja sama dengan UMKM dan membuka pesanan untuk acara acara besar. (S1O1) 2. membuat aneka khas makanan seperti kripik lokan, sambal lokan dan bakso lokan sehingga bisa dinikmati dan menjadi oleh oleh bagi wisatawan. (S2O2)	1. Menggunakan alat modren untuk mengolah lokan sehingga akan mempermudah dalam pengolahan 2. Melakukan inovasi dan kreasi baru dalam mengolah lokan bukan hanya usaha goreng lokan saja namun mengembangkan menjadi lokan krispi, kerupuk lokan dll serta mempurunik dalam segi merek lokan. (W1O1)
THREAT (Ancaman)	**STRATEGI ST**	**STRATEGI WT**
1. Kurangnya akses, sarana dan prasarana seperti jalan menuju daerah	1. Melakukan pemasaran melalui media sosial dan mengantarkan kepada daerah	**1.** Menggunakan alat modren untuk mengolah lokan sehingga akan mempermudah

Jorong Sikilang. 2. Karena kurangnya sarana dan prasana ke Jorong Sikilang maka lokan pun tidak dikenal oleh daerah lain.	yang order menggunakan mobil yang keluar setiap minggunya. (S1T1) 2. Melakukan kerja sama dengan UMKM yang ada diluar daerah dengan melakukan kreasi baru seperti membuat sate lokan. (S2T2)	dalam pengolahan dan memperbaiki akses menuju Jorong Sikilang. (W2T2) **2.** Memasarkan lokan dengan memberikan harga yang promo dan hadiah kepada pelanggan. (W2T2)

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Produk Berbasis Lokan di Sikilang

Lokan adalah salah mata pencarian turun temurun di Nagari Persiapan Sikilang yang banyak ditekuni oleh masyarakat setempat. Usaha menyelam lokan ini sudah lama dilakukan oleh masyarakat di Daerah Nagari Persiapan Sikilang. Menurut penuturan dari salah seorang penyelam lokan, awal mulanya mulai penyelam lokan sejak tahun 1998 namun munculnya lokan itu sudah lama yang awal mulanya masyarakat hanya mencari rembio untuk dijadikan atap rumah, dibalik itu semua ia mendapati bahwasanya adanya sumber daya alam yang lain disungai tersebut seperti lokan, ikan dan udang sebab perairan Nagari Persiapan Sikilang dengan kearifan lokan mampu menjaga populasi dan kesabaran *man-grove* disepanjang perairan sungai. Sebagai masyarakat yang menjadi pekerjaan sebagai penyelam lokan masyarakat memanfaatkan aliran sungai yang ada di Daerah Sikilang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari penyelam lokan di Nagari Persiapan Sikilang bahwa sejak tahun 1998 penyelam lokan berjumlah 80 orang namun sejak tahun 2015 sampai dengan sekarang penyelam lokan berjumlah 30 orang karena banyak yang beralih kemata pencarian lain seperti menangkap ikan, petani disawah dan juga ada yang memutuskan untuk menjadi penggangguran. Dalam 1 bulan penyelam lokan bisa mendapatkan 2 karung perhari. Lokan dijual perkarung dengan harga jual 80.000,00 – 90.000,00 1 karung lokan yang dijual kedaerah tersebut dan juga dijual k toke lokan untuk kemudian dijual kedaerah lain.[41]

Penyelam lokan didaerah tersebut tidak mengenal perbedaan musim untuk setiap hari mereka turun kesungai mencari lokan selain dari Jum'at. Artinya kegiatan mencari lokan dapat dilakukan sepanjang tahun namun ada waktu tertentu yang menghasruskan penduduk setempat mengurangi aktivitas pencariaan lokan ketika musim sungai besar, musim hujan yang biasanya terjadi sekitar bulan November - Desember setiap tahunnya. Pada waktu tersebut volume air sungai menjadi besar dan keruh sehingga sulit bagi penyelam lokan untuk mendapatkan lokan.

Peralatan yang digunakan penduduk di Nagari Persiapan Sikilang untuk menyelam lokan sangat sederhana. Menurut Bapak Tunuih salah seorang penyelam lokan di Nagari Persiapan Sikilang mayoritas pencari lokan di Nagari Persiapan Sikilang hanya menggunakan kemampuan fisik untuk menahan nafas didalam air dengan alat bantu berupa kecamata

[41]Hasil Wawancara dengan Bapak Jupendri sebagai penyelam lokan, pada tanggal 27 Mei 2022

tradisional. Kacamata tersebut terbuat dari kayu, karet dan kaca yang diolah menjadi kacamata, selain itu penyelam lokan juga menggunakan perahu yang berukuran kecil yang biasanya hanya ditempati oleh 1 orang saja. Penyelam lokan biasanya berangkat untuk mencari lokan jam 08.00 atau 09.00 sampai jam 16.00 atau 17.00 sore.[42]

Tingkat kedalaman penyelam lokan juga sangat terbatas yaitu sekitar 5-10 meter. Dalam menyelam lokan biasanya dilakukan berkelompok yaitu 1 kelompok terdiri dari 4-5 orang dan kemudian lokan dikumpulkan didalam karung dan ditempatkan di tepi sungai. Dalam mencari lokan tidaklah mudah sebab berhadapan dengan air sungai yang terkadang besar dan juga berhadapan dengan binatang penghuni sungai. Akhir ini terlihat bahwa sanya buaya mulai muncul dipermukaan dan tidak mau pergi sehingga menghalagi langkah dalam menyelam lokan.

Lokan di Nagari Persiapan Sikilang awalnya hanya dikonsumsi oleh beberapa orang saja namun setelah Ninik Mamak daerah tersebut mengetuhi sehingga menjadikan lokan makanan khas daerah Sikilang digunakan ketika pesta perkawinan, Idul Fitri, Aqiqah dan acara lainnya. Sejak saat itu lokan pun mulai berkembang dan dipasarkan di daerah setempat dengan harga murah, lokan kecil disebut dengan lokan ratus dijual dengan harga 3000,00 per 100 lokan dan lokan besar dijual dengan harga 25.000,00 – 30.000,00 per 100 Lokan dan dijual ke toke lokan

[42] Hasil Wawancara dengan Bapak Tunuih sebagai Penyelam Lokan, pada tanggal 27 Mei 2022

dengan harga 1 karung lokan besar 80.000,00 – 90.000,00. Lokan yang dijual tanpa diolah terlebih dahulu.

Menurut penuturan salah satu penyelam lokan, dengan dijualnya lokan ke beberapa penduduk di Nagari Persiapan Sikilang lebih menguntungkan daripada dijual ke toke namun hal tersebut tidak menjanjikan sebab lokan tidak selalu ada permintaan oleh penduduk. Terkadang penduduk juga membeli hal lain seperti ikan dan lainnya untuk dimasak. Akhirnya banyak yang memilih untuk menjual ke toke lokan walaupun dengan harga yang lebih rendah.

Toke muncul pertama kali di Nagari Persiapan Sikilang tahun 2009 saat adanya masyarakat di Nagari Persiapan Sikilang yang sering ke Padang untuk mencari perabotan rumah tangga yang ingin dijual di Nagari Persiapan Sikilang. Setelah mengetahui area Padang akhirnya berinisiatif untuk menjual lokan kesana. Maka untuk itu dibentuklah Toke lokan.

Toke dalam kamus Bahasa Indonesia adalah (*Tauke)* yang artinya pedagang usaha perorangan. Toke menjalankan aktivitas jual beli dalam menyelenggarakan jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok atau konsumen dalam suatu masyarakat. Toke diberi istilah dengan *Induak Samang* sebagai pembeli atau penampung hasil lokan di Nagari Persiapan Sikilang. Dengan adanya toke ini sangat membantu masyarakat terutama penyelam lokan dalam menjual lokannya sehingga setiap hari lokan habis terjual bukan seperti dahulunya banyak yang busuk karena dibiarkan lama lama dikarung. Sebelum adanya toke ini lokan tidak begitu berharga di

Naagari Persiapan Sikilang sebab melimpahnya lokan dan permintaan sedikit namun setelah adanya toke ini yang memasarkan lokan keluar daerah Sikilang harga lokan lebih jelas dan permintaan lokan menjadi meningkat.

Pada tahun 2016 permintaan lokan menurun disebabkan banyaknya warga Nagari Sikilang memilih yang lain seperti Ikan, Sarden, Udang dll disebabkan banyaknya pilihan lain. Biasanya Udang dan Ikan laut itu ada musimnya ketika dia banyak dihasilkan. Maka hal itulah yang menyebabkan menurunnya permintaan lokan. Melihat hal itu perempuan di Nagari Persiapan Sikilang mulai mengolah lokan dengan cara mengoreng lokan ratus dan kemudian dijual kepada UMKM terdekat dengan harga jual 1000/perbungkus.

Menurut penuturan Nenek mewarni salah satu penjual lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang lokan sangat diminati oleh warga Nagari Persiapan Sikilang. Lokan diolah terlebih dahulu kemudian baru dipasarkan ke UMKM setempat, yang membeli lokan tersebut bukan hanya oraang tua saja namun juga anak-anak. Lokan goreng yang dibuat oleh Nenek mewarni selalu laris setiap harinya tanpa tersisa sehingga nenek harus membuat lagi untuk hari berikutnya. Lokan yang sudah digoreng mempunyai cita rasa yang sangat nikmat dipadukan dengan bumbu cabe dan rasa yang kriyuh dan enak dipadukan dengan aneka makanan yang mempunyai kuah seperti bakso, miso, mie rebus, pop mie dan juga enak digunakan makan dengan nasih putih biasa. Hal inilah yang

membuat permintaan lokan melambung tinggi apalagi hanya nenek Mewar sendiri yang mengelah pada masa itu.[43]

Setelah goreng lokan banyak diminati oleh masyarakat Nagari Persiapan Sikilang bermunculan masyarakat yang juga menjual goreng lokan sama seperti Nenek Mewar tercatat tersebut terdapat 5 orang penjual lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang. Meningkatnya peminat lokan di Nagari Persiapan Sikilang membuat perekonomiaan masyarakat juga mengalami peningkatan dan bagi Ibu2 Rumah Tangga juga memiliki pekerjaan seperti menjual lokan goreng.

Menurut penuturan Milda salah satu penduduk sekaligus pedagang penjual lokan goreng sejak tahun 2018 sampai dengan sekarang penjual lokan goreng berkurang bahkan bisa disebutkan tidak ada lagi, ada pun itu hanya sekali kali saja. Hal itu dikarenakan banyaknya olahan lain yang muncul seperti tahu krispi, risol, tempe goreng, pastel, pecal ayam dan jenis makanan lainnya. Selain itu dari proses pembuatan lokan pun cukup susah dan butuh waktu 1-5 jam an dalam membuat lokan tersebut.[44]

Hal ini yang menyebabkan lokan mulai ditinggalkan dan tidak seperti dahulunya. Masyarakat Nagari Persiapan Sikilang lebih memilih mengolah produk yang lain yang lebih hemat,mudah dan mendapatkan untuk yang lebih besar dibandingkan usaha goreng lokan.

B. Gambaran Aktivitas Produksi

[43]Hasil Wawancara dengan Nenek Mewarni sebagai Pedagang Penjual Lokan Goreng, pada tanggal 28 Mei 2022

[44]Hasil Wawancara dengan Ibu Milda sebagai Pedagang Penjual Lokan Goreng, pada tanggal 28 Mei 2022

Aktivitas produksi adalah suatu proses atau siklus kegiatan ekonomi untuk yang menghasian lkan sebuah nilai yaitu barang atau jasa tertentu dengan memanfaatkan sektor-sektor produksi dalam waktu tertentu.[45] Sebagaimana dengan olahan lain, maka peadang lokan untuk menghasilkan sebuah lokan yang bisa dikonsumsi oleh masyarakat juga membutuhkan proses produksi. Produk yang dihasilkan dari lokan ini adalah Lokan Goreng. Setiap produk yang dihasilkan tentu ada bahan bakunya ataupun jikalau ada bahan pembantunya sehingga produk tersebut menjadi barang jadi. Dengan tersedianya bahan dan alat produksi maka pedagang lokan bisa melakukan kegiatan produksi.

Bahan-bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi Lokan Goreng dan peralatan yang digunakan sehingga produk tersebut siap dipasarkan, berikut adalah bahan baku dan peralatan yang digunakan dalam pembuatan serta bahan-bahan yang digunakan dalam lokan goreng yaitu sebagai berikut:

1. Lokan 1000 buah
2. Minyak goreng 1 kg
3. Garam secukupnya
4. Bawang ½ Kg
5. Lengkuas 1 buah
6. Kunyit 3 buah
7. Jeruk Nipis 4 Buah

[45]Nur Fadilah, *Aktivitas Produksi Kapitalis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2019) h. 98-99

8. Cabe merah 1 kg
9. Bawang putih 1 buah
10. Jahe 2 buah
11. Daun salam secukupnya

Peralatan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kompos gas

2.Tabung gas

3.Kuali

4.Sudu

5.Ember

6.Plastik pembungkus ukuran kecil

7.Lampu corong yang kecil

8.Penjahit karung

9.Tali

Tahap-tahap proses produksi usaha Goreng Lokan di Nagari Persiapan Sikilang adalah sebagai berikut:

1. Rebus lokan
2. Dikeluarkan isi lokan dari cangkangnya
3. Balurkan dengan jeruk nipis, lengkuas, jahe dan bawang putih
4. Dimasak dengan kuali dikompor gas hingga ia kering
5. Digoreng dengan minyak goreng
6. Diamkan 5 menit

7. Siapkan terlebih dahulu cabe yang telah digiling dan telah dicampur dengan bahan yang diatas
8. Goreng cabe
9. Diamkan 10 menit
10. Lumuri cabe dengan lokan tersebut sampai merata
11. Setelah itu bungkus menggunakan plastik pembungkus yang kecil sekitar
12. lokan yang telah digoreng
13. Diamkan sekitar 10 menit
14. Setelah itu, lem menggunakan lampu corong
15. Setelah itu satukan lokan yang telah dilem tadi dengan tali yang telah disiapkan
16. Siap dipasarkan.[46]

C. Gambaran Aktivitas Pemasaran

Aktivitas pemasaran adalah proses atau cara yang dilakukan untuk memasarkan produk yang sedang dirintis dengan melakukan berbagai cara untuk menarik konsumen agar membeli produk yang dijual. Penjualan lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang yaitu sebagai berikut:

1. Daerah Penjualan

Penjualan goreng lokan hasil produksi pedagang lokan didaerah Nagari Persiapan Sikilang yaitu bekerjasama dengan UMKM dan juga menjual ke sekolah-sekolah yang ada Nagari Persiapan Sikilang.

2. Harga

[46]Sumber Usaha Pedagang Lokan Nagari Persiapan Sungai Aur

Jumlah permintaan suatu barang sangat dipengaruhi oleh tingkat harga suatu barang tersebut. Jika barang yang ditawarkan harganya rekatif tinggi dari harga produk lain. Maka konsumen akan membeli produk yang mempunyai kualitas yang sama namun harganya relatif lebih rendah, sehingga mengakibatkan permintaan terhadap barang yang ditawarkan cendrung menurun. Sebaliknya, bila harga yang ditawarkan lebih rendah dari harga produk lain maka lokan tersebut akan banyak diminati oleh konsumen. Diharapkan bahwasanya goreng lokan yang ada di Nagari Persiapan Sikilang banyak diminati oleh kosumen bukan hanya didaerah Nagari Persiapan Sikilang saja namun juga daerah lain.

Harga jual yang ditetapkan oleh pedagang goreng lokan di Nagari Persiapan Sikilang yaitu dengan harga 1000/1 bungkus goreng lokan dijual kesekolah-sekolah,namun jikalau bekerjasama dengan UMKM maka harganya 800/1 bungkus karena adanya kesepatan dan bagi hasil dengan UMKM tersebut.

3. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi tertentu untuk meningkatkan volume penjualan. Tujuan dari promosi adalah memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Jadi dapat diketahui bahwasanya promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menyampaikan pesan kepada konsumen. Dalam kegiatan promosi ini terdapat empat unsur utama promosi yaitu pengiklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan.

Dalam usaha memasarkan usaha lokan goreng, pedagang penjual lokan menggunakan hanya salah satu kegiatan promosi yaitu personal selling, dimana melakukan kontak langsung/pribadi antara penjual dan pembeli maupun penjualan serta pengenalan produk lain umumnya terjadicerita dari mulut ke mulut dari konsumen atau masyarakat lainnya.

4. Persaingan

Persaingan dalam hal ini dapat diartikan banyak usaha sejenis yang sama yang tengah dilakukan disuatu daerah. Dalam hal ini yang dihadapi oleh usaha goreng lokan atau persaingan usaha goreng lokan bukan datang dari produk yang sejenis namun yang berbeda jenis. Banyak usaha-usaha baru yang muncul di Nagari Persiapan Sikilang membuat usaha goreng lokan tidak diminati lagi dan membuat pedagang penjual lokan meninggal usaha tersebut lalu berpindah kepada usaha lain.:

D. Gambaran Pengembangan Usaha Lokan Goreng

Usaha goreng lokan di Nagari Persiapan Sikilang adalah usaha yang sudah lama dijalankan oleh penduduk Nagari Persiapan Sikilang, namun usaha ini belum menunjukkan perkembangannya. Cara untuk membuat goreng lokan masih menggunakan alat yang tradisional dan cara pemasarannya juga masih menggunakan cara dari mulut ke mulut, bekerja sama dengan UMKM dan ke sekolah-sekolah. Olah karena itu, suatu usaha juga harus memperhatikan ataupun membaca dan memperikarakan suatu kebutuhan konsumen sehingga dapat menaikkan harga dari lokan yang dijual. Sehinggahal ini menuntut

pedagang pengoreng lokan untuk bisa meningkatkan kreasi dari lokan supaya bisa meningkatkan volume penjualan.

Strategi-strategi pengembangan yang dilakukan dalam mengembangkan produk berbasis lokan adalah sebagai berikut:

a. Strategi penganekaragaman produk

1). Jenis produk

Jenis produk yang ditawarkan oleh usaha pedagang lokan di Nagari Persiapan Sikilang hanya lokan goreng saja, belum ada tambahan jenis yang lain.

2). Rasa

Sejak pertama kali dibuat usaha goreng lokan dibuat, lokan hanya dibuat dengan lumuran cabe merah atau cabe rawit saja tanpa ada penambahan rasa lain yang dicampurkan dalam bumbu pembuatan lokan tersebut dari tahun 2016 sampai dengan sekarang.

Hal ini harus diperhatikan oleh pedagang pengoreng lokan supaya bisa meningkatkan volume penjualan lokan dan banyak diminati oleh konsumen.

3). Bentuk

Bentuk dari usaha yang dibuat seharusnya bisa menarik konsumen untuk membelinya. Pedagang usaha pengoreng lokan hanya satu bentuk saja.

4). Kemasan

Usaha pedagang goreng lokan tidak menggunakan kemasan yang khusus dalam usahanya hanya menggunakan plastik berukuran kecil saja yang bisa memuat 10-12 lokan yang sudah digoreng didalamnya.

b. Strategi peningkatan Mutu atau kualitas produk

Kualitas produk merupakan hal yang sangat diperlukan oleh suatu perusahaan ataupun produsen, sebab kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah konsumen, yaitu tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan adalah bagaimana konsumen minat membeli produk yang dibuat oleh suatu perusahaan atau produsen. Jadi setiap perusahaan harus memilih kualitas produk yang baik dan meningkatkan kualitas produk yang akan membantu mempertahankan posisi produk dalam pasar sasarannya. Dengan adanya kualitas produk yang baik akan membuat konsumen menyukai produk tersebut dan akan membeli terus menerus produk yang dibuat oleh suatu perusahaan atau produsen tersebut.

Hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1). Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan oleh pedagang goreng lokan dari awal sampai dengan sekarang menggunakan lokan yang biasanya dibeli kepada penyelam lokan. Sedangkan untuk rasanya hanya dilumuri dengan cabe merah dan cabe rawit/kutu.

2). Proses Produksi

Pedagang pengoreng lokan sejak awal dimulai usahanya hingga sekarang melakukan proses produksi atau pembuatan lokan goreng yaitu dengan alat dan cara yang tradisional yaitu dengan menggunakan kompor gas, kuali, dan penjahit karung.

E. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Produk Berbasis Lokan di Nagari Persiapan Sikilang

Analisis swot adalah proses pengambilan keputusan strategis bagi suatu perusahaan atau organisasi untuk melanjutkan suatu kelangsungan bisnis dan mempermudah untuk pengambilan keputusan yang umumnya dikaitkan dengan masalah misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, sebagai sebuah strategi perencanaan dalam melakukan analisis perlu memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 4 kategori yang disebutkan sebagai kekuatan (Strenght), kelemahan (Weakness), peluang (Oppotunity) dan Ancaman (Threat) sehingga hal ini dikenal dengan istilah Analisis SWOT.[47]

Data yang diambil oleh penulis adalah data primer berupa data data masyarakat dengan berbagai personal yang terkait dalam strategi pengembangan produk berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang dengan metode wawancara. Untuk mengetahui kekuatan dari produk berbasis lokan dan perkembangan yang dihadapi selama ini serta lebih jauh

[47]Paulus Wardoyo, *Alat Analisis Managemen*, (Semarang: University Press, 2011), h. 2-4

mengenai bagaimana analisis terhadap strategi pengembangan usaha produk berbasis lokan dalam meningkatkan pemasarannya. Maka peneliti menyajikan data yang diperoleh setelah wawancara dengan masyarakat di Nagari Persiapan Sikilang didapatkan faktor yang mempengaruhi perkembangan produk lokan tersebut yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berikut disajikan faktor internal dan faktor eksternalnya sebagai berikut:

1. Rekapitulasi Faktor Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal produk berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang yaitu faktor internal yang terdiri dari kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*).

a). Kekuatan (*Strenght*)

Tabel 4.1

Faktor Lingkungan Internal Kekuatan

S1	Tekstur lokan yang renyah sehingga cocok untuk dicampur dengan makanan seperti bakso, miso, lontong, dll.
S2	Lokan bisa diolah menjadi berbagai usaha seperti keripik lokan, bakso lokan, lokan saus/kecap dll.

Kekuatan (*Strenght*) adalah kondisi internal suatu perusahaan yang menunjang untuk mencapai sesuatu yang diinginkan dimiliki adalah:

1).Tekstur lokan yang renyah sehingga ccok dicampur dengan makanan berkuah seperti bakso, miso, lontong dan lain-lain sehingga hal ini yang membuat lokan laris dipasaran.

2).Lokan bisa diolah menjadi aneka beragam macam seperti bakso lokan, keripik lokan, lokan saus/ lokan kecap. Jika pedagang penjual lokan mengkreasikan lokan dengan berbagai aneka tersebut maka lokan akan laris dipasaran.

b). Kelemahan (*Weakness*)

Tabel 4.2

Faktor Internal Internal Kelemahan

W1	Proses pengolahan lokan yang lama dan masih menggunakan alat tradisional
W2	Kurang bisa bersaing dengan produk lain yang sedang berkembang di Nagari Persiapan Sikilang

Kelemahan (*Weakness)* adalah kelemahan atau kekurangan yang dihadapi oleh pedagang penjual lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang, adapun kelemahannya sebagai berikut:

1).Proses pengolahan lokan yang masih menggunakan alat tradisional sehingga memerlukan proses yang lama dalam mengolahan lokan goreng tersebut. Hal ini menjadi kelemahan dalam pengembangan produk berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang sehingga usaha lokan banyak ditinggalkan oleh masyarakat di Nagari Persiapan Sikilang.

2).Produk berbasis lokan hanya diolah menjadi lokan goreng saja sehingga banyak dari masyarakat yang pindah memilih produk lain seperti risol, tahu krispi dan lain sebagainya.

2. Rekapitalasi Faktor Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor ekstenal pengembangan usaha produk berbasis lokan yaitu faktor eksternal yang terdiri dari peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang dihadapi pedagang penjual lokan sebagai berikut:

a). Peluang (*Opportunity)*

Tabel 4.3

Faktor Lingkungan Eksternal Peluang

O1	Lokan makanan khas di Nagari Persiapan Sikilang yang digunakan untuk Perkawinan, idul fitri dll.
O2	Menjadi peluang untuk laris dipasaran jikalau objek wisata berupa pantai diberdayagunakan

Peluang (Opportunity) adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Terdiri dari :

1).Lokan menjadi makanan khas Nagari Persiapan Sikilang sehingga dengan hal ini lokan sangat menunjang untuk meningkatkan perekonomian rakyat di Nagari Persiapan Sikilang.

2).Nagari Persiapan Sikilang disuguhkan dengan pantai yang indah, jikalaupantai tersebut dimanfaatkan untuk objek wisata maka lokan pun juga akan laris dipasaran baik untuk masyarakat daerah Nagari Persiapan Sikilang maupun wisatawan yang datang ke Nagari Persiapan Sikilang dan tentunya sangat cocok untuk oleh-oleh.

c). Ancaman (*Threat)*

Tabel 4.4

Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman

T1	Kurangnya akses sarana dan prasarana jalan ke Nagari Persiapan Sikilang
T2	Promosi masih sederhana

Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang menghambat kemajuan dari suatu perusahaan, terdiri atas:

1).Kurangnya akses sarana dan prasarana ini menjadi salah satu dampak produk berbasis lokan tidak dikenal oleh daerah lain sehingga lokan ini hanya dipasarkan dilingkungan masyarakat Nagari Persiapan Sikilang saja.

2).Promosi yang masih sederhana menjadi salah satu penghambat produk berbasis lokan tidak berkembangan sebab promosi hanya mulut ke mulut ataupun cuma dittitipkan kepada UMKM sehingga hanya masyarakat yang tau.

Tabel 4.5

EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) Usaha Lokan Goreng

di Nagari Persiapan Sikilang

Faktor- Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar

PELUANG 1.Lokan cocok digunakan untuk acara acara besar seperti perkawinan, idul fitri, syukuran dll 2.Menjadi oleh-oleh yang bisa dibawa oleh wisatan yang mengunjungi Nagari Persiapan Sikilang	0,25 0,15	3 2	0,75 0,30	Kualitas peluang dimiliki oleh usaha goreng lokan masih lemah
Ancaman 1.kurangnya akses sarana dan prasarana menuju Nagari Persiapan Sikilang 2.Promosi yang masih sederhana	0,10 0,10	2 3	0,10 0,30	Perlu hati hati dengan ancaman dan juga ancaman baru
Total	**1,00**		**1,25**	

Dilihat dari tabel 4.5 diatas tentang EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 1,25. Karena total skor 0,75 menunjukkan bahwasanya faktor eksternal yang kuat.

Tabel 4.6

IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Usaha Lokan Goreng

di Nagari Persiapan Sikilang

Fakor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Kekuatan				
1. Tekstur lokan yang renyah dan cocok untuk dicampur dengan makanan lain seperti bakso, soto, lontong dll.	0,25	3	0,75	Kunci dari suksesnya suatu produk adalah mengetahui permintaan konsumen
2. Lokan bisa meningkatkan perekonomiaan masyarakat karena jumlahnya yang banyak	0,30	3	0,90	
Kelemahan				
1. Alat produksi masih menggunakan alat yang tradisional	0,25	2	0,50	Akan lambat untuk memproduksi produk baru karena berbagai kelamahan
2. Kalah saing dengan produk lain yang lebih unggul dan mulai banyak di Nagari Persiapan Sikilang	0,20	1	0,20	
Total	**1,00**		**2,35**	

Dari hasil analisis pada tabel 4.6 tentang IFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,35. Karena total skor tinggi berarti ini

mengidentifikasi bahwa usaha lokan goreng merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Dari tabel diatas 4.5 EFAS *(Eksternal Factor Analysis Summary)* dan tabel 4.6 IFAS *(Internal Factor Analysis Summary*) maka dapat dibuat diagram Matriks SWOT sebagai berikut:

DIAGRAM 4.7 MATRIKS SWOT

IFAS EFAS	STRENGHT (S) 1. Tekstur lokan yang renyah dan cocok untuk dicampur dengan makanan lain seperti bakso, soto, lontong dll. 2. Lokan bisa meningkatkan perekonomiaan masyarakat karena jumlahnya yang banyak	WEAKNESSES (T) 1.Alat produksi masih menggunakan alat yang tradisional. 2.Kalah saing dengan produk lain yang lebih unggul dan mulai banyak di Nagari Persiapan Sikilang
OPPORTUNIES (O) 1. Lokan cocok digunakan untuk acara acara besar seperti perkawinan, idul fitri, syukuran dll 2. Menjadi oleh-oleh yang bisa dibawa oleh wisatan	**STRATEGI SO** 1. Mengembangkan usaha lokan dengan bekerja sama dengan UMKM dan membuka pesanan untuk acara-acara besar. 2. Membuat aneka khas makanan seperti kripik lokan, sambal lokan dan sate lokan sehingga	**STRATEGI WO** 1. Menggunakan alat modren untuk mengolah lokan sehingga akan mempermudah dalam pengolahan 2. Melakukan inovasi dan kreasi baru dalam mengolah

yang mengunjungi Nagari Persiapan Sikilang	bisa dinikmati dan menjadi bagi wisatawan.	lokan dan mulai mengembangkannya
THREATS (T) 1. kurangnya akses sarana dan prasarana menuju Nagari Persiapan Sikilang 2. Promosi yang masih sederhana	**STRATEGI ST** 1. Melakukan kerja sama dengan UMKM yang ada diluar daerah dengan melakukan kreasi baru seperti sate lokan. 2. Melakukan pemasaran melalui media sosial seperti WA, Facebook, Instaragram dll	**STRATEGI WT** 1. Menggunakan alat yang modren untuk mengolah lokan. 2. Memasarkan lokan dengan memberikan harga yang promo dan hadiah kepada pelanggan yang membeli lokan lebih dari 100.000,00

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja usaha lokan goreng dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram analisis SWOT dan menjadi strategi pengembangan usaha lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strenght – Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Dalam kasus usaha lokan goreng yang dibuat oleh pedagang di Nagari Persiapan Sikilang, yaitu bekerja sama dengan UMKM didalam daerah Nagari Persiapan Sikilang dan membuka orderan untuk acara-acara besar serta mengembangkan usaha lokan menjadi kripik lokan, rendang lokan, dan sate lokan.

b. Strategi ST (*Strenght – Threat*)

Strategi yang digunakan oleh perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan cara menghindari ancaman. Dalam kasus usaha lokan goreng yang dibuat oleh pedagang di Nagari Persiapan Sikilang, yaitu melakukan kerja sama dengan UMKM diluar daerah Nagari Persiapan Sikilang dan melakukan promosi melalui media sosial seperti *Watsapp, Facebook, Instagram* dll.

c. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*)

Strategi ini digunakan dengan memanfaatkan peluang peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Dalam kasus usaha lokan goreng yang dibuat oleh pedagang di Nagari Persiapan Sikilang, yaitu dengan menggunakan alat yang modren untuk mengolah lokan dan melakukan inovasi serta kreasi dalam mengembangkan lokan goreng.

d. Strategi WT (*Weakness – Threat*)

Strategi ini digunakan didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dalam kasus usaha lokan goreng yang dibuat oleh pedagang di Nagari Persiapan Sikilang, yaitu memberikan harga promo dan memberikan hadiah kepada pelanggan lokan goreng yang membeli lebih dari 100.000,00.[48]

F. Skor Bobot Dari Analisis SWOT Pada Pedagang Lokan Goreng Di Nagari Persiapan Sikilang

Berdasarkan tabel 4.5 tentang EFAS dan tabel 4.6 tentang IFAS lebih besar dari pada nilai EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary)* yaitu skor bobot 2,35 dibandingkan dengan nilai IFAS (Internal Factor Analysis Summary) yaitu skor bobot 1,25. Dapat kita simpulkan bahwa faktor internal Usaha Lokan Goreng di Nagari Persiapan Sikilang lebih dominan daripada faktor eksternal. Adapun faktor internal kekuatannya adalah sebagai berikut:

1. Memanfaatkan tekstur lokan yang renyah untuk bisa dicampur dengan produk manapun
2. Mengkreasikan lokan menjadi beberapa kreasi seperti sate lokan, bakso lokan, kerupuk lokan dan lain-lain.

Sehingga dapat dipastikan usaha lokan goreng dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kekuatan seperti dikreasikannnya produk lokan menjadi produk baru seperti lokan diolah menjadi berbagai usaha seperti keripik lokan, bakso lokan, lokan saus/kecap dll dan bahan yang

[48]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), h 22-32

berkualitas dan harga yang murah. Sedangkan faktor internal kelemahannya adalah sebagai berikut:

1. Proses pengolahan lokan masih menggunakan alat tradisional
2. Kalah saing dengan produk baru muncul

Ini adalah kelemahan yang tidak bisa dipungkiri sebab masyarakat Nagari Persiapan Sikilang merupakan desa yang jauh dari jangkauan masyarakat kota termasuk dalam segi alat-alat yang digunakan cendrung banyak yang masih tradisional namun hal ini bukan berarti tidak bisa diatasi namun pasti ada jalannya untuk mengembangkan usaha lokan goreng ini. Maka dalam hal ini untuk meminimalisir terjadi kendala tersebut penulis menyarankan pedagang lokan goreng untuk menggunakan alat yang modren seperti menggunakan alat pengering lokan.

Berdasarkan hasil strategi SWOT diatas yang cocok digunakan oleh pedagang lokan goreng adalah strategi internal yaitu kekuatan adalah mengkreasikan lokan menjadi produk yang multi manfaat yaitu dengan menjadikan lokan dengan novasi baru seperti Bakso Lokan, Kripik Lokan, Lokan suas/kecap dll. Dan hal ini bisa digunakan oleh pedagang lokan goreng untuk meningkatkan penjualan lokan goreng kedepannya.

G. Analisis Penulis

1. Strategi Pengembangan Produk Berbasis Lokan Untuk Meningkatkan Penjualan Lokan Goreng di Nagari Persiapan Sikilang

Berdasarkan penelitian diatas maka penulis dapat menganalisis masalah-masalah yang dihadapi oleh pedagang pengereng lokan dalam

meningkatkan volume penjualan. Dengan menganalisis data yang ada dengan menghubungkannya dengan masalah yang ada, sehingga dapat memperjelas keadaan sebenarnya mengenai kegiatan pengembangan produk pada usaha lokan di Nagari Persiapan Sikilang.

Pada bab I dijelaskan yang menjadi permasalahan adalah bagaimana strategi pengembangkan produk dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada usaha goreng lokan di Nagari Persiapan Sikilang. Kita ketahui bahwasanya usaha goreng lokan sudah lama dilakukan oleh masyarakat Nagari Persiapan Sikilang namun belum berkembanga sampai dengan sekarang. Setelah penulis melihat bahwa permasalahan yang dihadapi oleh pedagang goreng lokan di Nagari Persiapan Sikilang adalah sebagai berikut:

a. Lokan yang ditawarkan oleh pedagang goreng lokan hanya berbentuk goreng lokan saja yang dibaluri dengan cabe tanpa ada bentuk yang lain. Sehingga konsumen terbatas dalam memilih olahan produk lokan yang dipasarkan oleh pedagang pengoreng lokan.

b. Proses pemasaran lokan juga menjadi suatu kelemahan yang dihadapi oleh pedagang usaha goreng lokan karena masih menggunakan bungkus plastik kecil dalam memasarkannya

c. Tidak adanya kreasi atau kreativitas yang dilakukan oleh pedagang usaha goreng lokan padahal bisa saja lokan dibuat menjadi bakso lokan, kerupuk lokan dan rendang lokan.

d. Kualitasnya kurang baik

Faktor- faktor diatas menjadi penyebab turunnya volume penjualan lokan goreng dan hal ini sangat berpengaruh bagi kelangsungan usaha goreng lokan di Nagari Persiapan Sikilang. Sebagai suatu usaha mengharuskan pedagang pengoreng lokan harus mencari cara bagaimana supaya hal ini tidak terjadi untuk kedepannya. Lokan ditawarkan dalam bentuk lokan goreng saja sehingga bisa membuat jenuh masyarakat ataupun konsumen yang membeli apalagi lokan tersebut sudah berhari-hari tidak terjual otomatis rasa pun akan berubah dan tidak enak lagi. Cita rasa ini harus diperhatikan oleh pedagang pengoreng lokan supaya lokan tersebut bisa laku diapasaran dan disukai oleh konsumen. Oleh karena itu seharusnya usaha lokan lokan ini dikembangkan dengan beberapa bentuk dan beberapa olahan sebab lokan ini bisa dibuat menjadi olahan lain seperti kerupuk lokan, rendang lokan, bakso lokan, lokan kecap/lokan saus dan aneka lokan lainnya. Maka hal ini dapat menarik konsumen untuk tertarik membelinya dan laris dipasaran.

Konsep persaingan yang semakin ketat hari ini mengharuskan produsen atau pedagang penjual lokan harus siap dengan melakukan berbagai mengembangkan produk sehingga bisa menghadapi persaingan yang berat. Dengan adanya pengembangan produk ini akan membuat konsumen tertarik membeli olahan lokan goreng yang dipasarkan oleh pedagang penjual lokan goreng. Lokan bisa dikembangkan menjadi beberapa produk yang bisa meningkatkan penjualan seperti kerupuk lokan, bakso lokan, rendang lokan dan lokan saus/lokan kecap dan juga bisa dikreasikan menjadi beberapa produk lainnya sehingga lokan tersebut bisa lebih banyak berfungsi dan juga bisa

menaikkan perekonomiaan masyarakat di Nagari Persiapan Sikilang. Maka dari itu pedagang penjual lokan harus melihat kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen dan peka dengan perkembangan produk lain yang sedang berkembang di daerah Nagari Persiapan Sikilang. Dengan begitu usaha lokan ini akan lebih maju dari sebelumnya dan tentunya lokan akan jelas pasarannya dan dikenal oleh masyarakat banyak bukan hanya masyarakat yang ada didaerah Nagari Persiapan Sikilang namun daerah lainnya juga mengenal usaha lokan ini.

1). Analisis Strategi Pengembangan Produk

Pedagang penjual lokan di Nagari Persiapan Sikilang belum dapat mengembangkan produknya selama ini. Terlihat dari terhentinya usaha lokan karena susah dalam prosesnya dan tidak bisa meningkatkan volume penjualannya yang cendrung menurun dari tahun ke tahunnya, dimana menunjukkan bahwa usaha lokan yang ditawarkan oleh usaha pedagang lokan kurang mampu menarik minat bagi konsumen.

Pedagang usaha lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang harus memperbaiki kualitas dan mutu lokan goreng tersebut, membuat lokan dengan olahan baru dengan kreasi atau bentuk yang baru sehingga akan meningkatkan volume penjualan. Namun disamping itu pedagang usaha lokan goreng juga harus memperhatikan proses pembuatan lokan goreng tersebut yaitu dengan menggunakan alat yang lebih modren bukan alat tradisional seperti sebelumnya sehingga dalam prosesnya lebih hemat dan praktis serta tidak menghabiskan waktu terlalu lama. Dengan hal yang

dimikian akan membuat konsumen tertarik membeli usaha olahan lokan tersebut dan pelanggan akan terus membeli produk olahan lokan serta tidak beralih kepada produk lain.

2). Analisis Strategi Penganekaragaman Produk

a). Jenis Produk

Agar tidak menimbulkan kejenuhan pada konsumen, seharusnya pedagang usaha olahan lokan menciptakan kreasi baru dari lokan tersebut seperti: kerupuk lokan, bakso lokan, rendang loka, lokan kecap/lokan saus.

b). Rasa

Dalam hal rasa yang telah diolah oleh pedagang lokan goreng hanya dengan diberi bumbu cabe saja, namun seharusnya olahan lokan tersebut juga harus diberikan rasa yang bervariasi seperti rasa saus bagi suka pedas dan rasa saus manis bagi yang suka manis.

c). Bentuk

Dalam segi bentuk yang ditawarkan oleh pedagang goreng lokan adalah dengan bentuk lokan itu saja tanpa dimodifikasi dalam bentuk lain, jika dimodifikasi dalam bentuk lain maka hal itu akan menarik konsumen untuk membeli lokan tersebut. Contohnya produk berbasis lokan dimofikasi menjadi kerupuk lokan.

d). Kemasan

Dari segi kemasan, selama ini lokan goreng dipasarkan dengan menggunakan plastik ukuran kecil dan kemudian menggunakan lem nya

dari api dan kemudian untuk menyatukan lokan tersebut menggunakan tali. Dari kemasan tersebut bahwasanya hal itu tidak bisa menarik konsumen untuk membelinya, maka dari hal ini dari segi kemasan pun pedagang pengoreng lokan hanya menggunakan kemasan yang menarik konsumen. Contoh menggunakan plastik warna warni dan menggunakan kotak/box kecil untuk membungkus lokan tersebut kemudian baru dipasarkan.

3). Analisis Strategi Peningkatan Mutu atau Kualitas Produk

a). Bahan Baku

Pedagang usaha goreng lokan harus memperhatikan bahan yang digunakan untuk membuat lokan tersebut sebab bahan akan menentukan mutu dari suatu produk yang dihasilkan.

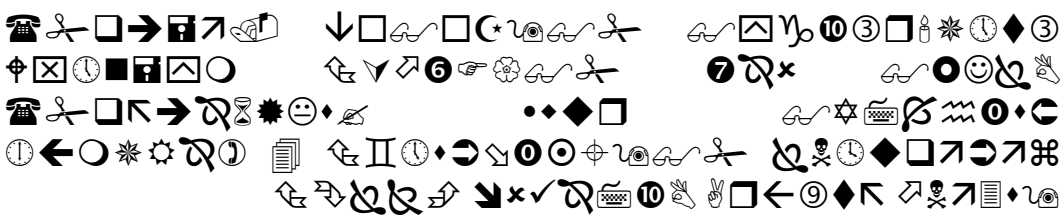
b). Proses Produksi

Pedagang usaha lokan goreng harus memperhatikan proses pembuatan lokan goreng tersebut sebab ada beberapa dari lokan goreng yang kriuh atau melempem hal ini dapat mengecewakan konsumen sehingga konsumen tidak mau membelinya dan tidak tertarik untuk membelinya lagi. Mengenai alat yang digunakan untuk sekarang masih menggunakan alat dan cara yang tradisional sehingga masih lama dalam prosesnya dan semoga kedepannya bisa menggunakan alat yang lebih moderen.

2. Strategi Pengembangan Produk Berbasis Lokan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Syariah Islam tidak hanya mengatur masalah ibadah saja namun juga mengatur permasalahan ekonomi. Permasalahan ekonomi ini sangat komplit bahkan untuk menghasilkan produk juga diatur dalam ekonomi Islam. Produk yang sesuai dengan syariah Islam harus memperhatikan kehalalan dan *Tayyiban* produk yang dihasilkan, bermanfaat dan berhubungan dengan kehidupan manusia. Tidak hanya itu dalam proses penjualan harus jelas atau tidak boleh mengaandung unsur gharar sehingga tidak akan terjadi penipuan dan ketidakadilan. Dalam hal ini penjual lokan goreng harus memperhatikan hal itu untuk membuat strategi pengembangan produk yang sesuai dengan Syariah Islam.

Berdasarkan pengamatan dan penelitian yang telah dilakukan, strategi pengembangan produk usaha berbasis lokan yang dilakukan oleh pedagang lokan goreng di Nagari Persiapan Sikilang yaitu menggunakan konsep kejujuran sebab didukung oleh lingkungan yang masih tradisional dan jrang yang melakukan penipuan apalagi usahanya masih terbilang usaha yang kecil. Kejujuran dalam proses pembuatan lokan dan juga jujur dalam proses pemasaran lokan goreng tersebut. Bahan yang digunakan juga berupa bahan yang halal sesuai dengan perintah Allah dalam Qs. Al Baqarah : 168.



Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dalam islam juga terdapat beberapa prinsip ekonomi yang seharusnya agai pedoman bagi umat Islam untuk membuat suatu usaha ataupun bisnis. Diantara prinsip ekonomi Islam tersebut adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Tauhid (*Keesaan Tuhan*)

   Prinsip tauhid dalam ekonomi Islam sangatlah penting sebab prinsip ekonomi mengajarkan kepada manusia bagaimana seharusnya hubungannya dengan manusia lain dalam transaksi namun tidak lupa juga bagaimana hubungannya dengan Allah SWT, apapun aktivitas yang manusia lakukan haruslah menyertakan Allah SWT dan tidak boleh melenceng dari apa yang telah Allah jelaskan dalam Al Qur'an dan Hadits. Dengan demikian dalam Islam melakukan suatu usaha tidak hanya untuk mencari keuntungan namun juga mencari keberkahan yaitu Ridho Allah SWT.

b. Prinsip Khilafah

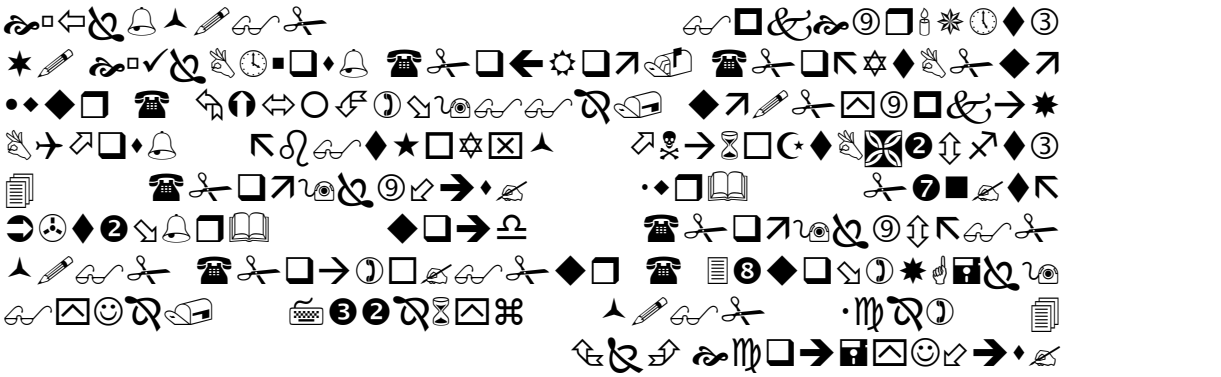
   Manusia adalah khalifah dimuko bumi yaitu sebagai seorang pemimpin yang akan menjalankan amanah yang diberikan oleh Allah SWT kepadanya. Khalifah tidak bisa berbuat sesuai kehendak hatinya saja baik itu dalam kehidupannya sendiri ataupun dalam suatu usaha yang berhubungan dengan orang lain. Maka dari itu tidak hanya khalifahnya yang harus baik namun dalam sistem pemerintahannya juga

harus baik sehingga khalifah akan sangat mudah untuk menjalankan sistem yang telah dibuat sebelumnya. Dalam kegiatan ekonomi diperlukan konsepyang benar supaya usaha tersebut berjalan dengan baik dan berkah yang bernilai suatu ibadah disisi Allah SWT.

c. Prinsip Keadilan

Keadilan adalah salah satu faktor penting dalam mekanisme perekonomiaan Islam. Adil yang dimaksud dalam perekonomiaan Islam adalah menetapkan sesuatu pada tempatnya dan tidak membebankan orang lain dalam perekonomiaan tersebut. Adil dalam ekonomi bisa diterapkan dalam penentuan harga, kualitas produk, perlakuan terhadap para pekerja, tidak melakukan penipuan, tidak melakukan penimbunan barang dan berbagai kebijakan lain yang dilarang oleh Allah SWT.

Dalam Al Qur'an juga dijelaskan tentang keadilan, dimana derajat adil sama dengan derajat taqwa disisi Allah SWT yang terdapat dalam Qs. Al Maidah : 8 yang berbunyi sebagai berikut:



Artinya : Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan

bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

d. Prinsip kejujuran dan kebenaran

Prinsip ini merupakan akhlak dalam perekomiaan Islam, sistem ekonomi yang baik akan menghasilkan akhlak yang baik. Dalam ekonomi Islam diperlukan kejujuran dan kebenaran sehingga perekonomiaan akan berjalan dengan lancar. Ekonomi Islam berbeda dengan ekonomi kapitalis, dalam Islam kejujuran merupakan nilai yang harus dijaga sedangkan dalam ekonomi kapitalis tidak hanya memikirkan keuntungan berupa materi semata. Kejujuran dalam ekonomi Islam adalah melarang transaksi yang dilarang oleh Islam, aqad transaksi harus tegas, jelas dan pasti baik dalam benda yang menjadi objek aqad maupun barang yang diaqadkan itu.

e. Prinsip Ma'ad (hasil)

Dalam perekonomiaan islam dikenal istilah Ma'ad yaitu hasil. Artinya hasil yang didapatkan dalam usaha yang dilakukan oleh seorang muslim adalah hanya untuk mendekatkan dirinya kepada Allah yaitu dalam ketaatan kepada Allah SWT bukan sebaliknya yaitu menjauhkan dirinya dari Allah yang telah menciptakannya.

Berdasarkan prinsip ekonomi Islam diatas, peneliti mendapatkan bahwasanya pedagang lokan goreng dalam memasarkan produknya yaiu dengan jujur dengan menyebutkan apakah lokan itu telah lama terletak di UMKM tersebut atau tidak, maka dari hal konsumen yang memilih mau

membeli lokan goreng tersebut atau tidak sehingga konsumen tidak akan kecewa setelah mengkonsumsi lokan tersebut. Dalam segi tauhid atau mengesakan Allah SWT pedagang lokan goreng belum sepenuhnya mengesakan Allah sebab lokan goreng dibuat hanya untuk memenuhi kebutuhan pedagang dan kebutuhan keluarga semata bukan untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Dan hal yang sangat perlu diperhatikan oleh pedagang lokan goreng untuk kedepannya adalah prinsip keadilan yaitu memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Sebab sampai saat ini kualitas produk masih tradisional dan hanya dalam bentuk satu model saja sehingga membuat usaha tersebut tidak berkembang.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian diatas diperoleh kesimpulan bahwa strategi dalam mengembangkan usaha produk berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang yaitu dengan mengkreasikan produk dalam bentuk baru seperti Kripik Lokan, Rnedang Lokan, Sate Lokan dll. Kemuadian berdasarkan analisis SWOT yaitu dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi usaha produk berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang adalah kekuatan (tekstur lokan yang renyah sehingga cocok untuk dicampur dengan makanan seperti bakso, miso, lontong dll dan lokan bisa diolah menjadi berbagai usaha seperti kripik lokan, bakso lokan, sate lokan dll). Dan kelemahan (proses pengolahan lokan yang lama dan masih menggunakan alat tradisional dan kurang bisa bersaing dengan produk lain yang sedang berkembang di Nagari Persiapan Sikilang. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi usaha berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang adalah peluang (lokan makanan khas di Nagari Persiapan Sikilang yang sering digunakan untuk pesta perkawinan, idul fitri, syukuran dll dan menjadi oleh-oleh untuk wisatawan yang berkunjung ke Pantai Nagari Persiapan Sikilang) dan ancaman (kurangnya akses sarana dan prasarana jalan ke Nagari Persiapan Sikilang dan promosi masih sederhana).

B. Saran

1. Bagi pedagang usaha berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang harus berupaya meningkatkan kualitas produk dengan mengkreasikan produk berbasis lokan menjadi inovasi-inovasi baru seperti kripik lokan, bakso lokan, sate loka dll sehingga dapat menaikkan permintaan terhadap usaha berbasis lokan ini.
2. Bagi pedagang usaha berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang harus berupaya meningkatkan strategi promosinya sehingga bisa menaikkan minat masyarakat untuk membalinya dan meningkatkan penjualannya.
3. Bagi pedagang usaha berbasis lokan di Nagari Persiapan Sikilang sebaiknya mencoba memgikuti acara adat yang ada seperti yang ada diperkawinan untuk memperkenalkan produk berbasis lokan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap makanan khas tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz, 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta

Agus Bhakti, 2016. "*Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sakilla Jember:"*, *Skripsi,* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Ahmad Muhammadin, dkk. 2021. *Stretagi Pemasaran*, Jakarta: Yayasan Kita Menulis

Albi Anggito & Johan Setiawan, 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: Tim CV Jejak

Ariyadi, 2018. *Jurnal Hadratul Madaniyyah, Volume 5 Issue I*

Ari Juwita, 2019. *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Renders Madium,* Skripsi: Ponogoro

Alyah Arfianti, *Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar,* Skripsi, Makassar, 2017.

Darsalina Puceh Barus, *Analisis usaha produksi ikan asin*, Sumatera Utara: Skirpsi, 2019

Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, 2012. *Managemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press

Eddy Yunus, 2016. *Managemen Strategis*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Ellitan Rena dan Lina Anatan, 2009. *Managemen Inovasi Transformasi*, Bandung: Alfabeta

Fredy Rangkuti, 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Hasil Wawancara dengan ibu Fitria sebagai Pedagang Goreng Lokan, pada tanggal 20 November 2021

Hasil Wawancara dengan Sendri sebagai Penyelam Lokan, pada tanggal 24 November 2021

Hasil wawancara dengan Bapak imut sebagai Agen Pembeli Lokan, pada tanggal 23 November 2021

Hasil Wawancara dengan Bapak Zarimal sebagai Pengelola Lokan, pada tanggal 15 November 2022

Hasil Wawancara dengan Ibu Milda sebagai Pedagang Penjual Lokan Goreng, pada tanggal 28 Mei 2022

Hasil Wawancara dengan Nenek Mewarni sebagai Pedagang Penjual Lokan Goreng, pada tanggal 28 Mei 2022

Hasil Wawancara dengan Bapak Jupendri sebagai penyelam lokan, pada tanggal 27 Mei 2022

Hasil Wawancara dengan Bapak Tunuih sebagai Penyelam Lokan, pada tanggal 27 Mei 2022

Hesti Nur ‘Aini. *Inovasi Abonmpro Lokan (pilsbryoconcha exillis) dengan perlaku substitusi tebu telur,* 2019

Istijanto Oie, 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Jogiyanto Hartono, 2016. *Metoda Pengumpulan dan Teknis Analisis Data*, Yogyakarta: CV Andi Offset

Kasmir, 2011. *Kewirausahaan,* Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Kasmir. dan Jakfar, 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Prenada Media Group

Khodijah Ishak, 2015. *Konsep Etika Produksi Dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Afzalur Rahman dan Yusuf Qordhiowi*

Md. Mahabub Alom dan Md. Shariful Haque, 2011. *Pemasaran Dalam Islam, Jurnal Hukum dan Syariah Vol. 1, no.*

Mifta Thoha, 2004. *Kepemimpinan Dalam Managemen,* Jakarta: raja Grafindo Persada

Nur Fadilah, 2019. *Aktivitas Produksi Kapitalis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta: Ghalia Indonesia

Novi Ardy dan Yulia Sari, *Strategi pengembangan atraksi memproduksi Rendang (Marandang) sebagai daya tarik wisata Gastronomi di Kampung Rendang Kota Payakumbuh*, 2020

Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, 2010. *Studi Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri

Nurul Hak, 2011. *Ekonomi Islam, Hukum Bisnis Syariah,* Yogyakarta: Teras

Novi Ardy dan Yulia Sari, *Strategi pengembangan atraksi memproduksi Rendang (Marandang) sebagai daya tarik wisata Gastronomi di Kampung Rendang Kota Payakumbuh*, 2020

Oktaviana, 2018. Strategi *Pemasaran UMKM Dalam Perspektif Syariah Marketing*, Yogyakarta: Skripsi

Rukin, 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Surabaya: CV Jakad Media Publishing.

Paulus Wardoyo, *Alat Analisis Managemen*, Semarang: University Press, 2011

Rukin, 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia

Sesra Budio, 2019. *Strategi Managemen Sekolah*, Jurnal Menata Volume 2, No. 2

Sugiono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D,* Bandung: Alfabeta, CV

Sugiono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Bandung: Alfabeta, CV

Syamsul Rijal Hamid, 2007. *Buku Pintar Agama Islam*, Bogor: Lembaga Pengajar/Kajian dan Konsultasi Agama Islam

Sukmadi, 2016. *Inovasi dan Kewirausahaan*, Bandung: Hummaniora Utama Pers

Taqiyuddin An Nabhani, 2019. *Peraturan Hidup Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Fikrul Islam

Wayan Suwendra, 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Nila cakra