

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Indonesia adalah tempat yang bagus untuk investasi dan berbisnis. Bisnis adalah kumpulan tindakan individu yang terorganisir yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa untuk keuntungan finansial dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.¹ Orang melakukan bisnis untuk mendapatkan uang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.² Manajemen sumber daya sangat penting untuk mendapatkan uang dan memenuhi kebutuhan.³ salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia adalah kuliner. Ini dapat dilihat dari kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk produk makanan dan minuman yang lebih berinovasi.

Ekstistensi bisnis di bidang kuliner terus bertahan karena konsep yang berbeda-beda di tawarkan oleh mereka untuk menarik perhatian konsumen.⁴ Indonesia memiliki beberapa komoditas yang menjadi andalan di subsektor budidaya perikanan Indonesia terus naik dari tahun ke tahunnya. Dengan potensi yang luar biasa, Indonesia tentu akan memiliki peluang yang sangat baik untuk memberikan kontribusi yang lebih besar kepada budidaya global.⁵ Subsektor perikanan mempunyai peranan penting sebagai penyumbang protein bagi Masyarakat Indonesia. Namun tidak semua wilayah Indonesia tercukupi kebutuhan proteinnya, karena produksi perikanan sendiri

¹ Elsa Rizki Aprilia and Sulistyowati Sulistyowati, *Implementasi Akad Mudarabah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syari'Ah Di Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga Dalam Perspektif Fikih*, *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9.1 (2022), 45-214 <<https://doi.org/10.21274/an.v9i1.5346>>.

² Sulistyowati Sulistyowati, 'Haji Fund Investment Development Strategy Sharia Investment Management Perspective', *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 10.2 (2022), 62-148 <<https://doi.org/10.18860/ed.v10i2.16318>>.

³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktekk*. (Jakarta: Gema isnasi pres, 2018), 30-35.

⁴ Raditya, *Strategi Public Relation Melalui Penerapan Integrated Marketing Communication Untuk Meningkatkan Terhadap Penjualan Produk Pada Lavamong Caffe and Resto*, Universitas Sahid Surakarta, 2022, 6-8.

⁵ Sulistyowati, 'Settlement Of Non-Performing Lending In Sharia Banking Through Kpknl Surabaya From The Perspective Of Islamic Law', *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam*, 11.2 (2021), 197-223 <<https://jurnalsh.uinsby.ac.id/index.php/aldaulah/article/view/1187>>.

tidak dapat terdistribusi kesuluruh wilayah Indonesia. Salah satu produk perikanan adalah penyebab proses distribusi, sehingga dengan industriliasasi produk perikanan, sifat yang cepat rusak dapat diatasi dan proses pendistribusian dapat dilakukan.⁶ Bisnis memiliki kesempatan untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat dengan mengembangkan, membuat dan memasarkan barang dan jasa. Konsumen dapat memeuhi kebutuhan ini.⁷

Bisnis memiliki kesempatan untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat dengan mengembangkan, membuat, dan memasarkan barang dan jasa. Konsumen dapat memenuhi kebutuhan ini. Indonesia adalah salah satu negara dengan populasi yang cukup besar. Karena populasinya yang terus meningkat dari tahun ke tahun, Tingkat konsumsi masyarakatnya meningkat. Ikan sebagai makanan pokok tentu saja semakin dibutuhkan.⁸ Saat ini tingkat konsumsi daging sapi dan daging ayam di Indonesia masih lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat konsumsi daging ikan.⁹ Namun karena pengetahuan Masyarakat tentang manfaat Kesehatan daging ikan dan harganya yang lebih murah, orang mulai beralih dari daging sapi dan ayam ked aging ikan.¹⁰

Salah satu olahan ikan yang banyak digemari Masyarakat adalah *Fillet* ikan UD Sari Laut Jaya mempekerjakan 3 orang tenaga kerja khusus untuk pengolahan ikan yang mencakup perbersihan ikan, pencucian kulit dan lemak, pencucian daging daging ikan, perendaman, pembekuan, dan

⁶ Fajryan Hakim, 'Strategi Pemasaran *Fillet* Ikan Patin Di Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Studi Kasus CV.Graha Pratama Fish)', *Skripsi*, 2019,15-20.

⁷ Elsa Rizki Aprilia dan Sulistyowati Sulistyowati, 'Implementasi Akad Mudarabah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syari 'Ah Di Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga Dalam Perspektif Fikih', *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9.1 (2022), 60-75 <<https://doi.org/10.21274/an.v9i1.5346>>.

⁸ Widya Ratna Sari and Sulistyowati, 'Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Membangun Ekonomi Yang Berkelanjutan Dan Inklusif', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.2 (2023),15-18 <<https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1690>>.

⁹ Sofjan Assauri, *Strategic Manajement* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2019), 7.

¹⁰ Wahyu N U R Andini and others, 'Villa Kurnia Bahari Batang Pada Masa Pandemi Covid-19', 2021,20-25.

penimbangan, lalu menyiapkan ikan untuk dikemas.¹¹ *Fillet* ikan juga merupakan potongan daging ikan yang dibuat setelah ikan dipotong dari perutnya, kepala, sisrip, dan juga sisik. Ikan dipotong membujur mulai dari punggung, tulang belakang, dan durinya untuk mendapatkan dagingnya. Daging ini kemudian dibersihkan dan dipotong sesuai selera¹²

Jumlah pengusaha ikan konsumsi yang meningkat pasti meningkatkan persaingan diantara pengusaha ikan konsumsi lainnya. Jumlah bisnis bersaing untuk mempertaruhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa mereka. Bisnis memiliki keterbatasan eksternal, tetapi pemasaran berfungsi dengan baik di dalamnya.¹³ Pemasaran ikan konsumsi ini mendorong konsumen untuk mengkonsumsi ikan yang sudah dibeli dari pengepul dan nelayan.¹⁴ Seiring dengan perkembangan zaman, banyaknya usaha muncul untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papan Masyarakat. Dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk yang memenuhi kebutuhan mereka.¹⁵

Usaha bisnis dapat menjadikan seseorang berperan sebagai pelaku ekonomi salah satunya adalah usaha ikan konsumsi pada UD Sari Laut Jaya adalah suatu usaha untuk mendistribusikan suatu barang dalam hal ini adalah ikan yang berupa dari laut atau ikan budidaya.

UD Sari Laut Jaya merupakan salah satu penjual ikan konsumsi yang terletak berlokasi di Pasar Setono Betek Kota Kediri Jawa Timur, Pak Faudzan ialah pemilik UD Sari Laut Jaya

¹¹ Mohamad Utama, 'Analisis Pendapatan Usaha Pengolahan *Fillet* Ikan', Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011, 1–68.

¹² Fajryan Hakim, 'Strategi Pemasaran *Fillet* Ikan Patin Di Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Studi Kasus CV.Graha Pratama Fish)', Skripsi, 2019, 18-25.

¹³ Sulistyowati, 'Penerapan *Artificial Intelligence* Sebagai Inovasi Di Era Disrupsi', 7.2 (2023), 16.

¹⁴ H. Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep Dan Strateg Pemasaran*, (Makasar: CV Sah Media, 2019), 1.

¹⁵ Elsa Rizki Aprilia dan Sulistyowati Sulistyowati, 'Implementasi Akad Mudarabah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syari'Ah Di Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga Dalam Perspektif Fikih', *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9.1 (2022), 56-105 <<https://doi.org/10.21274/an.v9i1.5346>>.

berdiri sejak tahun 2012 yakni salah satu penjual ikan konsumsi yang mempunyai berbagai jenis ikan, ada berbagai ikan laut dan juga ikan tawar. Dengan pelayanan maksimal yang dilakukan oleh UD Sari Laut Jaya, mengharapkan hal ini bisa menjadi sebuah citra tersendiri bagi konsumen. UD Sari Laut Jaya memiliki banyak konsumen antara lain UD Sari Laut Jaya memiliki keunikan tersendiri. Pembaruan yang tersedia bisa dibuat persediaan dalam menghadapi kompetisi saat zaman maju sekarang ini. ¹⁶Hal ini ditunjukkan terdapat beberapa pedagang ikan yang berada di Kota Kediri.

Tabel 1.1
Daftar Beberapa Pedagang Ikan di Pasar Setono Bet Kota Kediri Tahun 2023

NO	NAMA	ALAMAT	PRODUK	INOVASI PRODUK
1.	UD SARI LAUT JAYA	Jl. Patimura, Pasar Setonobetek, kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	<p>Ikan laut : tuna 1 kg /40k, tongkol 1 kg/30k, kembung 1 kg/40k, tengiri 1 kg/70k Salem 1 kg/35k, salmon 1 kg/60k Dorang 1 kg/70k, layur 1 kg/60k kakap 1 kg/70k, krapu 1 kg/65k layang 1 kg/35k, cakalan 1 kg/35k blanak 1 kg/45k, Cucut 1 kg/40k Seafood: udang besar 1 kg/100k, udang tanggung 1 kg/ 90k, udang kecil 1 kg/80k cumi cumi 1 kg/75k, bebi cumi 1 kg/55k kerang kupas 1 kg/50k, kepiting 1 kg/120k -ikan pari 1 kg/70k Jenis kerang kulit: krang dara 1 kg/25k krang ijo 1 kg/20k, kerang batik 1 kg/35k kerang simping 1 kg/40k, kerang bambu 1 kg/40k Ikan tawar: bandeng 1 kg/40k bandeng tanggung 1 kg/30k, bandeng kecil 1 kg/25k patin 1 kg/28k, gurami 1 kg/35k nila 1 kg/30k, belut 1 kg/70k Bawal 1 kg : 30k</p>	Menggunakan <i>Fillet</i>
2	UD BUMI PERTIWI	Jl. Patimura, Pasar Setonobetek,	<p>Ikan laut : tuna 1 kg /50k, tongkol 1 kg/30k, kembung 1 kg/30k, tengiri 1 kg/80k</p>	Tidak menggunakan <i>Fillet</i>

¹⁶ Muhammad Ilham Alhaq, *strategi word of mouth marketing dalam mengembangkan bisnis (studi deskriptif kualitatif pada pelayanan praktik wedding organizer)*, yogyakarta, 2019,20.

		kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Salem 1 kg/45k, salmon 1 kg/60k Dorang 1 kg/65k, layur 1 kg/70k	
3	UD KENARI	Jl. Patimura, Pasar Setonobetek, kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Ikan tawar: bandeng 1 kg/45k bandeng tanggung 1 kg/35k, bandeng kecil 1 kg/20k patin 1 kg/35k, gurami 1 kg/40k	Tidak menggunakan <i>Fillet</i>
4	UD SUMBER LAUT	Jl. Patimura, Pasar Setonobetek, kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Ikan laut: krapu 1 kg/70k layang 1 kg/30k, cakalan 1 kg/40k blanak 1 kg/35k, Cucut 1 kg/45k	Tidak menggunakan <i>Fillet</i>
5	UD. Sumber alam	Jl. Patimura, Pasar Setonobetek, kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Ikan tawar: belut 1 kg/750k Bawal 1 kg : 35k	Tidak menggunakan <i>Fillet</i>

(Sumber : Hasil wawancara Bapak Fauzan, Bapak Putra, Bapak Mulyadi, Ibu Fatimah, Bapak Purnomo)¹⁷

Dari tabel dapat dilihat bahwa terdapat beberapa pedagang ikan yang berada di Kota Kediri dengan pembanding bidang usaha yang serupa yang ada di wilayah Kota Kediri.

Tabel 1.2

Daftar Fillet Ikan di Ud Sari Laut Jaya

NO	Nama Ikan	Penjualan per hari	Total
1	Ikan Bandeng	Rp. 30.000,- x 5 kg	Rp.150.000,-
2	Ikan Patin	Rp. 28.000,- x 7 kg	Rp. 196.000,-
3	Ikan Nila	Rp. 30.000,-x 4 kg	Rp. 120.000,-
4	Ikan Gurami	Rp. 35.000,- x 7 kg	Rp. 245.000,-
5	Ikan Bawal	Rp. 30.000,- x 5 kg	Rp. 150.000,-

(Sumber observasi pak Fauzan Owner UD Sari Laut Jaya Kota Kediri (pada tanggal 30 Januari 2024).¹⁸

Dari tabel diatas dilihat bahwa terdapat beberapa fillet ikan di Ud Sari Laut Jaya Kota Kediri. UD Sari Laut Jaya memiliki keunikan kualitas ikan yang segar. selain itu kreativitas

¹⁷ Hasil observasi pada UD Sari Laut Jaya pada tanggal 30 januari 2024.

¹⁸ Observasi di UD Sari Laut Jaya di pasar setono betek kota Kediri pada tanggal 30 januari 2024.

yang dimiliki oleh penjual yakni (fillet ikan) yang artinya penjual bisa memenuhi semua keinginan pembeli dari jenis pemotongan.¹⁹ Hal ini sudah dibuktikan dari beberapa pedagang lainnya. Adapun yang membedakan beberapa UD di wilayah Kota Kediri. UD Sari Laut Jaya memiliki berbagai jenis ikan di tokonya.²⁰ Pembaruan yang tersedia bisa dibuat persediaan dalam menghadapi kompetisi saat zaman maju sekarang ini. Hal ini ditujukan terdapat beberapa pedagang ikan yang berada di Kota Kediri. UD Sari Laut Jaya yang dicantumkan merupakan objek yang sudah terkenal dan hanya terdapat di Kota Kediri, bagaimana persamaan jenis produk yang berupa ikan, tetapi ada perbedaan dari jenis ikan yang berbeda dari kelima UD tersebut. Dimana UD Sari Laut Jaya yang terdapat banyak varian ikan. Dilihat dari segi promosi kelima UD Sari Laut Jaya juga memiliki perbedaan. UD Sari Laut Jaya yang tidak hanya menggunakan metode promosi online yaitu GOjek.²¹

UD Sari Laut Jaya yang tidak hanya menggunakan metode promosi online dan juga promosi offline tetapi juga mengedepankan pelayanan atau interaksi dengan pelanggan.

Tabel 1.3
Penjualan UD Sari Laut Jaya tahun 2021-2023

No	Tahun	Penjualan
1	2021	Rp. 957.000.000,-
2	2022	Rp. 1.068.000.000,-
3	2023	Rp. 1.265.000.000,-

Sumber observasi pak Fauzan Owner UD Sari Laut Jaya Kota Kediri (pada tanggal 30 Januari 2024).²²

Berdasarkan tabel 1.3 menjelaskan bahwa terdapat data penjualan objek UD Sari Laut Jaya yang merupakan riwayat permintaan barang terdapat penjualan ikan di angka Rp.

¹⁹ Sofjan Assauri, *Strategic Manajement* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), 7.

²⁰ sulistyowati, 'Penerapan Artificial Inteligence Sebagai Inovasi Di Era Disrupsi', 7.2 (2023),7-10.

²¹ Hasil observasi pada tanggal 30 januari 2024.

²² Hasil observasi pada UD Sari Laut Jaya pada tanggal 30 januari 2024.

957.000.000 tahun 2022 Rp. 1.068.000.000, dan tahun 2023 di angka Rp. 1.265.000.000. permintaan terhadap suatu pasar yang sudah dicapai oleh UD Sari Laut Jaya permintaan pasar yang meningkat merupakan peluang tersendiri bagi bisnis ini agar tetap terus berkembang. Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak terkait di UD Sari Laut Jaya, seperti karyawan, dan juga tim penjualan.²³ Selain itu data pendukung seperti laporan penjualan, data konsumen dan data harga UD Sari Laut Jaya juga akan diperoleh untuk mendukung analisis. Penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks pemasaran dan penjualan ikan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi UD Sari Laut Jaya.²⁴

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti **“Strategi *Fillet* Ikan dalam Meningkatkan Penjualan (Studi pada UD Sari Laut Jaya di Pasar Setono Betek Kota Kediri)**

B. FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengolahan *fillet* ikan pada UD Sari Laut jaya?
2. Bagaimana strategi pengolahan *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan pada UD Sari Laut Jaya?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menjelaskan dan mendiskripsikan strategi pengolahan *fillet* ikan pada UD Sari Laut Jaya.

²³Nuruli Mubaro kidani Erizai Yolandai Maldina, “Strategi Pemasaran Dalam Islam Dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *I-Economic*, 2019,75.

²⁴ Hasil observasi pada tanggal 30 januari 2024.

2. Untuk menjelaskan dan mendiskripsikan strategi pengolahan *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan pada UD Sari Laut Jaya.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur kajian ilmiah dan khazanah ilmu pengetahuan dibidang manajemen bisnis syariah. Khususnya di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri yang berakitan dengan Strategi *Fillet* Ikan Dalam Meningkatkan Penjualan (studo pada UD Sari Laut Jaya Pasar Setono Betek Kota Kediri).

2. Manfaat Praktis.

- a. Bagi Akademisi.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai strategi *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, untuk memberkan pemahaman kepada penelitian selanjutnya sehingga dapat mengembangkan dengan mengkaji lebih mendalam mengenai strategi *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan dan diharapkan dapat terjalinnya kerja sama yang baik antara Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Kediri ketika sedang melansungkan kegiatan yang mengharuskan kerjasama dengan pihak UD Sari Laut Jaya Pasar Setono Betek Kota Kediri.

- b. Bagi Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan bisa dijadikan bahan masukan atau pertimbangan pada UD Sari Laut Jaya dalam meningkatkan penjualan. Sehingga UD Sari Laut Jaya dapat menjalankan strategi *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan lebih baik lagi.

c. Bagi Penulis.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan penulis dalam melakukan penelitian di bidang manajemen bisnis syariah khususnya pada strategi *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan.

E. PENELITIAN TERDAHULU

1. Analisis Pendapatan Usaha Pengolahan *Fillet* Ikan (Studi Kasus PT. Ojid Kharisma Nusantara), yang dilakukan oleh Mohammad Utama, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2019.²⁵

Indonesia merupakan negara maritim dengan Kekayaan sumber daya laut yang sangat berlimpah dengan potensi perikanan sebesar 6,26 juta ton per tahun dan dua per tiga wilayah indonesia terdiri dari laut. jenis ikan. Hal ini menjadikan ikan sebagai salah satu sumber protein terbaik selain daging ayam, sapi, dan kambing. Namun, sumber laut yang luar bias aini masih kurang dimanfaatkan. Dengan lebih dari 200 juta orang diseluruh dunia, ikan menjadi pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan protein mereka. Selain itu, sumber protein seperti daging ayam dan daging sapi semakin mahal. Hal inilah yang menimbulkan minat para pengusaha untuk bergelut di bidang pengolahan ikan, baik pengolahan dalam bentuk basah maupun kering dengan keanekaragaman jenis ikan yang ada. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan *fillet* ikan untuk mengembangkan usahanya, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus penelitiannya, fokus penelitian sebelumnya adalah pengolahan *fillet* ikan sedangkan penelitian ini adalah strategi *fillet* ikan.

²⁵ Mohammad Utama, " Analisis Pendapatan Usaha Pengolahan *Fillet* Ikan (Studi Kasus PT. Ojid Kharisma Nusantara)", (skripsi, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (UIN), Jakarta, 2019).

2. Strategi Pengelolaan Bisnis Ikan *Fillet* Di UD Villa Kurnia Bahari Batang pada Masa Pandemi Covid-19, yang dilakukan oleh Wahyu Nur Andini, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, tahun 2021.²⁶

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan sebagai pendekatan untuk mengelola bisnis ikan *fillet* ikan di UD Villa Kurnia Bahari Batang selama pandemi Covid-19. Penelitian ini melibatkan UD Villa Kurnia Bahari Batang dan subjeknya adalah pemilik, bagian keuangan, dan staf. Keabsahan data yaitu menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Teknik analisis yang digunakan meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) telah diterapkan dalam strategi pengelolaan bisnis ikan *fillet* UD Villa Kurnia Bahari selama pandemi Covid-19. Namun fungsi manajemen ini tidak memiliki struktur organisasi yang jelas dan tidak dibagi menjadi departemen seperti fungsi bisnis utama yaitu pemasaran, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia. Permasalahan saat ini yang dihadapi UD Villa Kurnia Bahari adalah ketersediaan bahan baku yang terbatas, yang membuat mereka harus menambah stok untuk memenuhi permintaan pelanggan, selain itu, ada masalah dengan distribusi produk. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas *fillet* ikan sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah strategi pengelolaan bisnis sedangkan penelitian ini strategi *fillet* ikan untuk meningkatkan penjualan.

²⁶ Wahyu Nur Andini, *Strategi Pengelolaan Bisnis Ikan Fillet Di UD Villa Kurnia Bahari Batang Pada Masa Pandemi Covid-19*, skripsi, Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, tahun 2021

3. Strategi Pemasaran *Fillet* Ikan Patin Di Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Studi Kasus CV. Graha Pratama *Fish*) yang dilakukan oleh Fajryan Hakim, Universitas Islam Riau Pekanbaru, Riau, tahun 2019.²⁷

Jika usaha dikelola dengan baik, usaha olahan dapat memberikan nilai tambah dan mengatasi masalah ketenagakerjaan. Profil Perusahaan adalah subjek penelitian ini. Metode pembuatan *fillet* ikan patin. Lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran *fillet* ikan patin dan strategi pemasaran *fillet* ikan patin. Prioritas strategi pemasaran *fillet* ikan patin. Penelitian ini dilakukan di Desa Koto Mesjid Kecamatan XII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau selama 6 bulan dimulai dari bulan Juli hingga Desember 2019. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada usaha CV.Graha Pratama Fish. Responden sebanyak 6 orang diambil secara sensus. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Persamaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya adalah sama-sama menggunakan Teknik *fillet* ikan, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus penelitian sebelumnya adalah tentang strategi pemasaran sedangkan penelitian ini tentang strategi *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan.

4. Analisis Finansial Usaha *Fillet* Ikan Di CV. Camar Laut Kota Gorontalo Provinsi Gorontalo, yang dilakukan oleh Pratewo Ibrahim, Universitas Sam Ratulangi Manado, Manado, tahun 2023²⁸

Upaya untuk meningkatkan nilai dan mengoptimalkan pemanfaatan produksi hasil tangkapan laut adalah dengan pengembangan produk bernilai tambah ,baik olahan

²⁷ Fajryan Hakim, “*Strategi Pemasaran Fillet Ikan Patin Di Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Studi Kasus CV. Graha Pratama Fish)*”, Universitas Islam Riau Pekanbaru, Riau, tahun 2019.

²⁸ Pratewo Ibrahim and others, ‘*Analisis Finansial Usaha Fillet Ikan Di Cv. Camar Laut Kota Gorontalo Provinsi Gorontalo*’, *Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 11.1 (2023), 203–12.

tradisional maupun modern. Saat ini produk bernilai tambah yang diproduksi di Indonesia seperti tuna, udang dan lain sebagainya. Apabila ingin merubah nilai jual ikan non ekonomis maka salah satu cara yang bisa ditempuh adalah melalui diversifikasi pengolahan produk perikanan agar lebih bisa diterima oleh Masyarakat dan sesuai dengan selera pasar dalam rangka memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, aman, sehat melalui asupan gizi, vitamin dan protein dari produk hasil perikanan dan ketahanan pangan. Pengembangan produk bernilai tambah baik olahan konvensional maupun modern, adalah cara untuk meningkatkan nilai dan mengoptimalkan pemanfaatan hasil tangkapan laut. *Fillet* ikan adalah salah satu teknologi pengolahan hasil perikanan yang dapat memberi nilai tambah. Hasil penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui struktur biaya usaha fillet ikan di CV. Camar Laut Gorontalo serta mengetahui analisis finansial usaha fillet ikan apakah layak atau tidak. Persamaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya adalah sama-sama pakai teknik *fillet* ikan sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah *fillet* ikan digunakan untuk nilai tambah sedangkan penelitian ini *fillet* ikan sebagai meningkatkan penjualan.

5. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bibit Tanaman Hutan dan Buah-Buahan (Studi Kasus Di CV. Argo Bibit Kabupaten Nganjuk). Yang dilakukan oleh Mohammad Ali Asyad Abdillah, tahun 2022, Institut Agama Islam Negeri Kediri.²⁹

Hasil dari penelitian ini adalah system pemasaran yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Argo Bibit kabupaten Nganjuk adalah menggunakan sistem pemasaran online. Kemudian untuk kendala dalam pemasaran yaitu banyaknya competitor yang memasang harga dengan tidak normal. Persamaan penelitian terdahulu ini adalah

²⁹ Mohammad Ali Asyad Abdillah, “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bibit Tanaman Hutan dan Buah-Buahan (Studi Kasus Di CV. Argo Bibit Kabupaten Nganjuk)*”. tahun 2022.

sama-sama merumuskan mengenai strategi marketing mix atau bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah konsumen. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah sama- sama meningkatkan penjualan sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pemasaran dalam meningkatkan penjualan sedangkan penelitian yang akan diteliti membahas tentang *fillet* ikan dalam meningkatkan penjualan.