

SKRIPSI

**DAMPAK INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN
OMZET PADA USAHA OLAHAN IKAN BANDENG
DI DESA MANDALLE KABUPATEN
PANGKAJENE KEPULAUAN**



OLEH

**NUR ALFI SYAHRI
NIM : 21202038602027**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**DAMPAK INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN
OMZET PADA USAHA OLAHAN IKAN BANDENG
DI DESA MANDALLE KABUPATEN
PANGKAJENE KEPULAUAN**



OLEH

**NUR ALFI SYAHRI
NIM : 2120203860202027**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan
Omzet Pada Usaha Olahan Ikan Bandeng
Di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene
Kepulauan

Nama Mahasiswa : Nur Alfi Syahri

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203860202027

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Nomor B-3979/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing : A. Rio Makkulau Wahyu, M.E (.....)

NIP : 19930405 202012 1 022

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Muzdalifah Muhammadun, M.Ag
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan
Omzet Pada Usaha Olahan Ikan Bandeng
Di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene
Kepulauan

Nama Mahasiswa : Nur Alfi Syahri

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203860202027

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor B-3979/In.39/FEBL04/PP.00.9/07/2024

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2025

Disetujui Oleh :

A. Rio Makkulau Wahyu, M.E (Ketua) (.....)

Arwin, M.Si (Anggota) (.....)

Dian Resky Pangestu, M.E (Anggota) (.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah tuhan yang maha esa yang telah memberikan nikmat iman dan ridho-Nya, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda tercinta Herman yang telah memberikan doa, dukungan moral, semangat, serta kasih sayang yang tiada henti selama proses perkuliahan penulis. Dengan penuh rasa cinta dan rindu yang mendalam, penulis mempersembahkan karya ini untuk almarhumah Ibunda tercinta, Saniasa. Meski raganya telah tiada, kasih sayang, doa, dan semua ajaran kehidupan yang diberikan tetap hidup dalam setiap langkah penulis.

Penulis juga telah mendapat bimbingan yang banyak dari Bapak A. Rio Makkulau Wahyu, M.E, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar mengarahkan dan memberikan masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan dedikasi Bapak mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, beliau telah dengan tulus meluangkan waktu serta memberikan dedikasi yang tinggi dalam mendampingi proses pendidikan.
3. Bapak Arwin, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan sekaligus Dosen Penguji Pertama, yang telah banyak memberikan dorongan, arahan, serta saran yang sangat berarti bagi penulis.

4. Ibu Dian Resky Pangestu, M.E selaku Dosen Penguji Kedua yang selama ini telah memberikan arahan, motivasi, dukungan dalam proses penulisan tugas akhir.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada mahasiswa.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah bekerja keras dalam memberikan bantuan dan informasi kepada mahasiswa.
7. Kepada Kepala Perpustakaan IAIN Parepare, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan pelayanan yang telah diberikan selama proses penyusunan penelitian ini.
8. Kepada pihak Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, yang telah bersedia memberikan informasi dan meluangkan waktu untuk membantu penelitian penulis.
9. Kepada seluruh keluarga yang terlibat dalam setiap proses yang penulis lakukan dari awal pembuatan skripsi sampai selesai, rasa terima kasih penulis ucapkan atas segala doa restu yang diberikan.
10. Terkhusus kakak penulis Magfirah, A.Md.Pi, adik-adik penulis, Rahmat dan Nurul Hidayat, penulis menyampaikan banyak terima kasih atas segala doa, dukungan baik fisik maupun materi selama penulis menyusun skripsi ini.
11. Kepada sahabat, Nadia Apriliyanti Sukran, Meutia Prawirawardana, Aril Rusbi, Juardi dan Aditya Saputra, terima kasih telah membersamai dan mendukung penulis dalam setiap proses yang dilakukan.
12. Kepada sahabat seperjuangan, St. Hajar Putri, Kurnia Ardi, Eliza Andriani Suparman, Nur Aisyah, Aulia Ramadhani Burhanuddin, Aulia Sari dan Nurmy Zahra, penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk segala dukungan dan selalu membersamai penulis dalam proses perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk semangat, doa, maupun bantuan materi selama proses penyusunan tulisan ini. Segala bentuk kebaikan yang telah diberikan menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini hingga tuntas. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan tersebut dengan pahala yang berlipat ganda dan menjadikannya sebagai amal jariyah yang terus mengalir hingga akhir hayat.

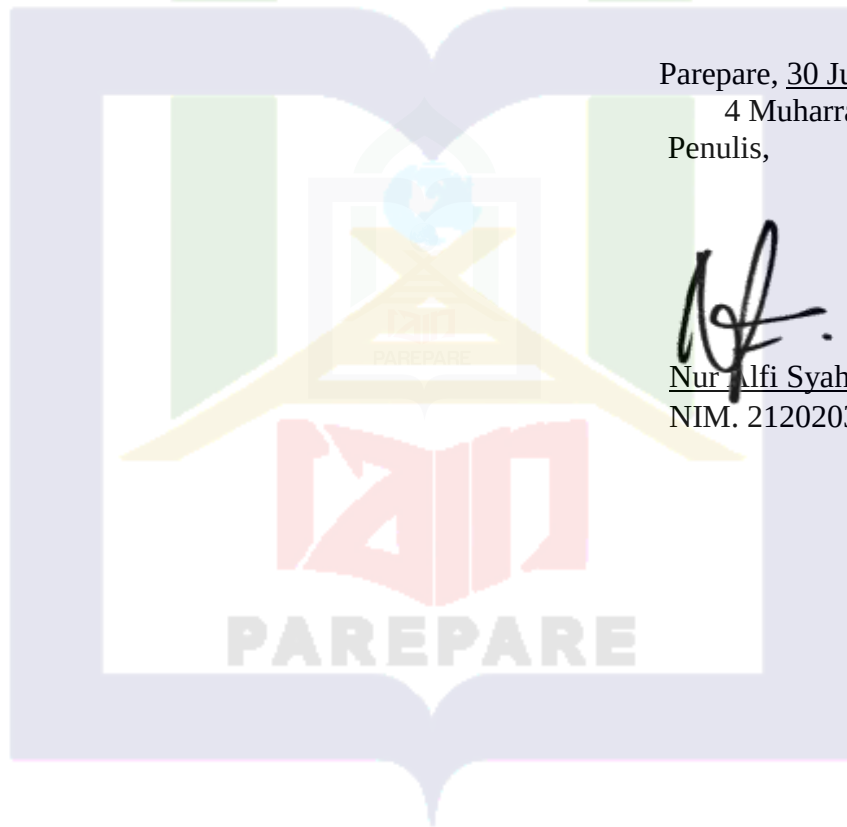
Parepare, 30 Juni 2025 M
4 Muharram 1447 H

Penulis,



Nur Alfi Syahri

NIM. 2120203860202027



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

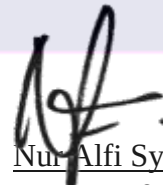
Mahasiswa Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Nur Alfi Syahri
Nim : 212020360202027
Tempat/Tgl Lahir : Parepare/17 September 2002
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet Pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan.

Dengan penuh kesadaran dan kejujuran, saya menyatakan bahwa seluruh isi dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini mengandung unsur duplikasi, tiruan, plagiat, atau ternyata dibuat oleh pihak lain baik sebagian maupun keseluruhan maka saya bersedia menerima segala konsekuensi yang berlaku, termasuk pembatalan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Parepare, 30 Juni 2025

Penulis,



Nur Alfi Syahri

NIM. 2120203860202027

ABSTRAK

Nur Alfi Syahri. *Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan.* (dibimbing oleh Bapak A. Rio Makkulau Wahyu).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, UMKM sering menjadi motor penggerak perekonomian lokal karena kedekatannya dengan masyarakat serta fleksibilitasnya dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar. Inovasi produk menjadi salah satu kunci bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak inovasi produk terhadap peningkatan omzet pada usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Inovasi produk dalam konteks ini mencakup variasi bentuk olahan, perbaikan rasa, kemasan, serta strategi pemasaran.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, *display data* (penyajian data), penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berperan penting dalam mendorong peningkatan omzet pelaku usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle. Pelaku usaha secara bertahap mengembangkan variasi produk seperti *Nugget* bandeng, bakso bandeng, dan otak-otak bandeng untuk menarik minat konsumen. Penerapan sistem *pre-order* juga dianggap membantu dalam mengefisienkan penggunaan bahan baku dan menyesuaikan jumlah produksi dengan kebutuhan pasar. Meski demikian, pelaku usaha masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan modal, belum adanya label halal, serta keterbatasan akses pasar. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan lembaga terkait melalui pelatihan, pendampingan legalitas produk (salah satunya label halal) dan penyediaan sarana produksi agar usaha dapat berkembang secara optimal. Dengan inovasi yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle berpotensi untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Desa Mandalle, Ikan Bandeng, Inovasi Produk, Omzet, Usaha Olahan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan	7
B. Landasan Teoritis.....	9
1. Teori Difusi Inovasi (<i>Diffusion of Innovation Theory</i>).....	9
2. Strategi Inovasi Produk.....	11
3. Omzet.....	20
C. Kerangka Konseptual	23
D. Kerangka Pikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27

C. Fokus Penelitian.....	27
D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data.....	29
F. Uji Keabsahan Data	32
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV METODE PENELITIAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan.....	53
BAB V METODE PENELITIAN.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	I
BIODATA PENULIS.....	XXXVII

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Karakteristik Informan	28
4.1	Perkiraan Omzet per Produk dan Peningkatannya	42



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	25
4.1	Dokumentasi Produk Olahan Ikan Bandeng di <i>Teaching Factory</i>	38



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp.	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	II
2	Berita Acara Revisi Skripsi	III
3	Surat Izin Pelaksanaan Penelitian dari IAIN Parepare	IV
4	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	V
5	Surat Selesai Meneliti Dari Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep	VI
6	Validasi Instrumen Penelitian	VII
7	Transkrip Wawancara	X
8	Surat Keterangan Wawancara	XXIII
9	Dokumentasi	XXXIII
10	Biodata Penulis	XXXVII

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Tha	th	te dan ha
ج	Jim	j	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

1. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	a	A
إ	Kasrah	i	I
و	Dammah	u	U

2. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ / اَ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أُ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta
رَمَى : ramā
قِيلَ : qīla
يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fatha, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
2. *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (*h*).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	:	<i>rauḍah al-jannah</i> atau <i>rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	:	<i>al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>al-madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	:	<i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	:	<i>Rabbanā</i>
نَجِّينَا	:	<i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	:	<i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	:	<i>al-hajj</i>
نُعَمُّ	:	<i>nu‘ima</i>
عَدُوُّ	:	<i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah, maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ	:	‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ	:	‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱ (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-</i> <i>syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-</i> <i>zalzalah</i>)
الْفَلَسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (") hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
النَّوْءُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ẓilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. Lafẓ al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُوَ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi
Bakkata mubārakan
Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an
Nasir al-Din al-Tusī
Abū Nasr al-FArabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd

Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

11. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta‘āla*

saw. = *ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam*

a.s. = *‘alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

بدون = بدون

صلعم = ﷺ

ط = طبعة

بدون ناشر	=	بدون
إلى آخرها / إلى آخره	=	الخ
جزء	=	ج

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perairan Indonesia menyimpan potensi sumber daya perikanan yang melimpah dan diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini dapat dicapai melalui penguatan kegiatan ekonomi nelayan dan masyarakat pesisir, khususnya yang terlibat dalam sektor penangkapan, budidaya, serta pengolahan hasil perikanan. Aktivitas tersebut berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, membuka peluang usaha, serta memperkuat ketahanan pangan sebagai bagian dari upaya pemulihan ekonomi nasional pasca krisis.¹

Salah satu pendekatan yang terus berkembang dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi adalah pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dipandang sebagai solusi alternatif dalam menghadapi berbagai permasalahan ekonomi, seperti tingginya tingkat pengangguran dan rendahnya pendapatan masyarakat. Pendekatan ini berfokus pada pemanfaatan ide, inovasi, kreativitas, bakat, serta keterampilan sebagai aset utama dalam menghasilkan produk dan layanan yang memiliki nilai ekonomis. Perkembangan ekonomi kreatif semakin meningkat seiring pesatnya kemajuan teknologi dan kemudahan akses terhadap informasi. Pemanfaatan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* turut menjadi sarana promosi yang efektif, khususnya bagi pelaku usaha berskala kecil di lingkungan rumah tangga. Tujuannya untuk memperkenalkan strategi pelaku usaha dalam memasarkan produk secara online dengan memanfaatkan media *smartphone* maupun komputer agar bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, perdagangan secara online juga memudahkan pembeli dalam bertransaksi, dan telah menjadi cara baru yang sangat diminati oleh konsumen.² Potensi ini dapat dimaksimalkan melalui

¹ Roslindah Daeng Siang, Andi Besse Patadjai, and Andi Irwan Nur, "Sumber daya Perikanan Di Kabupaten Bulukumba , Indonesia" 3, no. 2 (2024): 49–64.

² S, Andi Bahri, Muhammadun, Muzdalifah, et al. Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan

penguatan kegiatan ekonomi masyarakat pesisir dan nelayan, terutama yang bergerak di bidang penangkapan, budidaya, dan pengolahan hasil perikanan.³

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan (Pangkep), yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan dan menjadi lokasi penelitian, memiliki karakteristik wilayah perairan yang jauh lebih luas dibandingkan dengan daratannya, dengan rasio 1:17. Dengan potensi kelautan yang demikian besar, Kabupaten Pangkep termasuk salah satu daerah yang memiliki jumlah pelaku usaha budidaya tambak yang cukup signifikan. Berdasarkan data dari Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pangkep, tercatat sebanyak 5 orang menjalankan usaha budidaya tambak intensif, 8 orang melakukan budidaya tambak semi intensif, dan sebanyak 2.175 orang terlibat dalam usaha budidaya tambak tradisional.⁴

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan merupakan salah satu daerah penghasil perikanan dengan tingkat produktivitas yang tinggi di wilayah perairan Sulawesi. Hal ini tercermin dari melimpahnya hasil tangkapan ikan setiap tahunnya, dengan berbagai jenis ikan yang memiliki mutu kompetitif di pasar internasional. Produk perikanan tangkap umumnya dipasarkan dalam kondisi segar. Selain itu, daerah ini juga memiliki potensi besar dalam sektor perikanan budidaya air payau, khususnya ikan bandeng, yang menghasilkan panen dalam jumlah besar. Namun, sebagian besar hasil panen tersebut masih dijual dalam bentuk glondongan dengan harga yang relatif rendah. Padahal, pengolahan ikan bandeng menjadi produk olahan dapat meningkatkan nilai tambah dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha serta petambak atau nelayan budidaya. Salah satu wilayah sentra budidaya air payau di Kabupaten Pangkep adalah Desa Mandalle, di mana

Pemasaran Hasil Kerajinan Pada Komunitas Industri Kreatif Cangkang Kerang Di Kota Parepare. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2022, 6.2: 1369-1382.

³ Pangestu, D., Wulandari, K., Padila, N., & Yusuf, M. (2025). Ekonomi Kreatif Desa Bilalange': Pelatihan Keterampilan Tangan Pembuatan Eksesoris. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 6 no. 1 (2025): 12-18. <https://doi.org/10.51673/jaltn.v6i1.2424>.

⁴ Harnita Agusanty et al., "Pola Manajerial Dan Relasi Kerja Pada Tambak Tradisional Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan (Kasus Budidaya Ikan Bandeng Di Desa Bonto Manai) Managerial Pattern and Work Relations at Traditional Pond in Pangkajene and the Island District (Milkfish A," *Torani* 6, no. 1 (2022): 14–32.

terdapat 3 orang pelaku usaha budidaya tambak intensif dan 5 orang pelaku budidaya tambak semi intensif. Komoditas utama yang dibudidayakan di wilayah ini adalah ikan bandeng, yang umumnya dipelihara dengan sistem tradisional dan dikelola langsung oleh pemilik tambak.

Salah satu produk olahan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan serta memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi adalah produk olahan ikan bandeng. Namun, upaya pengembangannya masih menghadapi berbagai kendala, antara lain terbatasnya pengetahuan masyarakat terkait penanganan pascapanen yang berdampak pada kurang optimalnya kualitas tekstur dan cita rasa produk. Di samping itu, informasi mengenai ragam produk turunan dari ikan bandeng masih sangat terbatas di kalangan masyarakat sekitar tambak maupun nelayan pembudidaya. Penerapan teknologi pengemasan, baik dari segi bahan kemasan maupun metode yang digunakan sebagai strategi peningkatan omzet penjualan, juga belum dipahami secara menyeluruh. Kendala lainnya yang turut memengaruhi proses dan kapasitas produksi adalah keterbatasan sarana dan prasarana, khususnya peralatan yang mendukung kegiatan pengolahan dan pengemasan produk olahan bandeng.⁵

Produk-produk olahan tersebut dapat diproses secara sederhana dalam skala rumah tangga, namun hasilnya akan lebih optimal apabila diproduksi menggunakan peralatan modern dan mesin dalam skala industri. Penggunaan sistem pengemasan yang tepat juga akan memberikan nilai tambah dengan meningkatkan daya simpan, nilai jual produk, serta memperluas jangkauan pemasaran. Terlebih lagi, apabila produk-produk bernilai tambah ini dipadukan dengan teknologi pembekuan, maka potensi pasar yang dapat dijangkau akan menjadi semakin luas.⁶

⁵ D I Perairan and Kota Makassar, "Jurnal Pengabdian Masyarakat Kauniah" 1, no. 1 (2022): 1–13.

⁶ Afifah Rosyidah, Ratna Edianti, and Irmina Kris Murwani, "Aneka Olahan Bandeng Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kelurahan Keputih," *Sewagati* 5, no. 3 (2021): 269–77, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.39>.

Rencana yang tepat untuk memulai usaha yaitu menyiapkan strategi bisnis jangka pendek dan panjang, serta mencari peluang bisnis yang potensial.⁷ Setiap pelaku usaha menerapkan strategi tertentu dalam upaya mengembangkan usahanya. Penyusunan strategi merupakan proses yang penting karena berperan sebagai perencanaan jangka panjang. Seiring perkembangan waktu, konsep strategi mengalami evolusi dari sekadar alat untuk mencapai tujuan menjadi instrumen dalam menciptakan keunggulan bersaing, hingga akhirnya berkembang sebagai tindakan dinamis yang memberikan kekuatan kepada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, strategi dapat dimaknai sebagai rangkaian upaya nyata yang telah dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya secara optimal.⁸

Teaching Factory merupakan salah satu bentuk usaha rumahan (*home made*) yang dibina dalam lingkup pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2018 hingga saat ini dan menjalin kemitraan dengan mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Pangkep dalam bidang pengolahan ikan bandeng menjadi beragam produk, seperti nugget bandeng, bakso bandeng, dan otak-otak bandeng. Keberadaan *Teaching Factory* memiliki peran yang strategis, karena mampu memberikan dukungan bagi para pembudidaya ikan bandeng di Desa Mandalle dan wilayah sekitarnya, khususnya dalam hal pengolahan serta pemasaran produk agar lebih menarik dan diminati konsumen. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian mengenai Strategi Inovasi Produk dalam kaitannya dengan peningkatan omzet usaha yang dijalankan oleh *Teaching Factory*.

Selain itu, peneliti juga memiliki ketertarikan untuk mengkaji kondisi faktual usaha yang dijalankan oleh *Teaching Factory*, yang mencakup berbagai aspek penting seperti profil usaha, aspek teknis, pemasaran, manajemen, serta aspek

⁷ Hamka, R. A., Arwin, A., & Sutrisno, S. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Iain Parepare. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4 no. 5 (2025), 1171-1180.

⁸ Ananda Muhamad Tri Utama, "Dampak Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" *Jurnal Ilmiah MEA*. 9 (2022): 356–63.

finansial. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana keuntungan yang diperoleh telah sejalan dengan strategi yang telah dirumuskan sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk inovasi produk yang diterapkan pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle?
2. Bagaimana dampak inovasi produk terhadap peningkatan omzet usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam melakukan inovasi produk?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk inovasi produk yang diterapkan pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle.
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak inovasi produk terhadap peningkatan omzet usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam melakukan inovasi produk.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi tambahan mengenai olahan ikan bandeng dan peningkatan omzet pelaku

usaha melalui Strategi Inovasi Produk yang dilakukan dan sebagai pelengkap penelitian yang telah ada.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk peneliti, sebagai kesempatan untuk memperluas pengetahuan, pemahaman dan pengalaman mengenai permasalahan penelitian, serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah dari Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- b. Untuk pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan olahan budidaya ikan bandeng.
- c. Untuk digunakan oleh mahasiswa sebagai bahan referensi, terutama bagi studi lanjutan yang berhubungan tentang Strategi Inovasi Produk Olahan Ikan Bandeng.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

1. Skripsi yang ditulis oleh Kristina Djojoatmodjo dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan pada MEFS Food and Snack Palangka Raya” bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kelompok usaha pengolahan hasil perikanan MEFS Food and Snack, guna merumuskan strategi yang tepat dalam upaya pengembangan usaha tersebut. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang dinilai paling sesuai adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*), yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki oleh MEFS Food and Snack Palangka Raya untuk menangkap dan mengoptimalkan peluang-peluang eksternal yang tersedia.⁹ Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini terletak pada ruang lingkup kajian yang sama, yaitu bidang pengolahan hasil perikanan, serta memiliki tujuan utama untuk mendorong pengembangan usaha agar lebih maksimal. Keduanya juga menggunakan pendekatan kualitatif dalam pelaksanaan penelitiannya. Adapun perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada fokus penelitian; penelitian terdahulu menitikberatkan pada pengembangan usaha secara menyeluruh, termasuk aspek manajemen, pemasaran, dan distribusi, sementara penelitian ini secara khusus berfokus pada inovasi produk sebagai upaya untuk meningkatkan omzet usaha.
2. Skripsi yang ditulis oleh Lia Ibniwasum dengan judul “Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu” menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk

⁹ Kristina Djojoatmodjo, Ferdinand, and Bambang Mantikei, “Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Pada MEFs Foods and Snack Palangka Raya,” *Of Environment and Management* 1, no. 2 (2022): 112–23.

menggambarkan pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk yang diterapkan oleh Sheren Hijab secara nyata mampu mendorong peningkatan penjualan, yang ditunjukkan melalui pertumbuhan jumlah pembeli dari tahun 2018 hingga 2019.¹⁰ Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang sama-sama meneliti inovasi produk sebagai strategi dalam meningkatkan kinerja bisnis, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh inovasi produk terhadap hasil usaha, baik dalam bentuk peningkatan omzet maupun volume penjualan. Perbedaan dari kedua penelitian tersebut terdapat pada objek kajiannya, di mana penelitian sebelumnya menitikberatkan pada UMKM lokal yang bergerak di sektor fashion muslim, sedangkan penelitian ini difokuskan pada UMKM lokal yang bergerak di bidang produk pangan.

3. Skripsi yang ditulis oleh Putri Alifia Ardana berjudul “Peran Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Dolphin Bakery Kota Kediri)” menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi inovasi produk oleh UMKM Dolphin Bakery mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Strategi tersebut diterapkan melalui rotasi penawaran 6 hingga 7 jenis produk dalam menu mereka, serta dengan rutin melakukan inovasi produk setiap 4 hingga 6 bulan sekali.¹¹ Penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas strategi inovasi produk sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja usaha, dengan fokus pada UMKM yang bergerak di bidang produk konsumsi, khususnya makanan. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian, di mana penelitian sebelumnya berorientasi pada peningkatan

¹⁰ L I A Ibniwasum, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu,” 2020, 1–97,

¹¹ Ardana A,P “Meningkatkan Penjualan (Studi UMKM Dolphin Bakery Kota Kediri),” 2024.

penjualan produk, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan omzet usaha secara keseluruhan.

B. Landasan Teoritis

1. Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*)

Teori difusi inovasi merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana suatu ide, gagasan baru, maupun teknologi menyebar dalam suatu lingkungan sosial atau budaya. Istilah ini merupakan gabungan dari dua kata, yaitu difusi dan inovasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, difusi diartikan sebagai proses penyebaran atau perembesan suatu unsur, baik berupa kebudayaan, teknologi, maupun gagasan dari satu pihak ke pihak lainnya. Sementara itu, inovasi merujuk pada pengenalan atau penerapan hal-hal baru sebagai bentuk pembaruan. Teori ini pertama kali dipopulerkan oleh Everett Rogers pada tahun 1964 melalui karyanya yang berjudul *Diffusion of Innovations*. Dalam bukunya, Rogers menjelaskan bahwa difusi merupakan suatu proses di mana inovasi dikomunikasikan melalui berbagai saluran dalam rentang waktu tertentu di dalam suatu sistem sosial.¹²

Rogers meyakini bahwa proses penyebaran inovasi dalam masyarakat berlangsung mengikuti pola yang dapat diprediksi. Ia mendefinisikan difusi inovasi sebagai suatu proses penyampaian informasi mengenai ide-ide baru yang dinilai secara subjektif oleh individu. Pemahaman terhadap inovasi ini kemudian berkembang secara bertahap melalui suatu proses konstruksi sosial. Sementara itu, Tarde mengamati adanya peluang bahwa dalam suatu kelompok sosial tertentu terdapat individu-individu yang menunjukkan minat tinggi terhadap ide dan hal-hal baru. Individu-individu ini dinilai memiliki tingkat pengetahuan yang lebih luas dibandingkan dengan anggota kelompok lainnya. Mereka yang memiliki ketertarikan terhadap inovasi inilah yang kemudian dianggap

¹² Iis Mulyati, Mohammad Mansyuruddin, Adrianus, Yohanes Bahari, Warneri, "Proses Difusi Inovasi dalam Penerapan Metode Pengajaran Baru" *Jurnal Ilmu Pendidikan* Vol 5 No.6 Desember 2023.

berpotensi memengaruhi komunitasnya untuk menerima dan mengadopsi inovasi yang diperkenalkan.¹³

a. Empat Elemen Utama Teori Difusi Inovasi

Rogers mengemukakan bahwa Inovasi memiliki empat elemen teratas yaitu ;

- 1) Inovasi: Ide, tindakan, atau objek yang dianggap baru oleh individu.
- 2) Saluran Komunikasi: Metode dalam menyebarkan informasi mengenai inovasi, seperti melalui komunikasi langsung antar individu, platform media sosial, maupun melalui peragaan atau demonstrasi produk.
- 3) Waktu: Lama waktu yang diperlukan oleh seseorang untuk menentukan apakah akan menerima atau menolak suatu inovasi.
- 4) Sistem Sosial: Sekelompok individu yang menjadi sasaran penerapan inovasi, yang memiliki norma, nilai, serta pola hubungan sosial yang khas.¹⁴

b. Indikator Keberhasilan Difusi Inovasi

Ada lima karakteristik inovasi yang memengaruhi seberapa cepat dan luas inovasi diadopsi :

- 1) *Relative Advantage* : Tingkat kelebihan atau manfaat suatu inovasi dibandingkan dengan metode atau cara yang sebelumnya digunakan.
- 2) *Compatibility* : Tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai-nilai, pengalaman, serta kebutuhan yang dimiliki oleh pengguna.
- 3) *Complexity* : Seberapa mudah inovasi dipahami dan digunakan.
- 4) *Trialability* : Seberapa mudah inovasi bisa diuji coba dalam skala kecil.
- 5) *Observability* : Seberapa terlihat hasil positif dari penggunaan inovasi.¹⁵

¹³ Ersu Nanda Aulia, "Strategi Pengembangan Bisnis Tambak Ikan Bandeng Di Desa Mengare Watuagung Gresik," *Profit* 15, no. 01 (2021): 112–19, <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.15.01>

¹⁴ Rogers, Everett M. "*Diffusion Of Innovations Third Edition*" New York (1995): The Free Press.

¹⁵ Asiva Noor Rachmayani, "Teori Media/Teori Difusi Inovasi," *Guru Kita* 6 (2022): 6.

2. Strategi Inovasi Produk

a. Pengertian Strategi Inovasi

Menurut Winardi, strategi merupakan keputusan yang berkaitan dengan penetapan tujuan yang ingin dicapai, langkah-langkah yang harus ditempuh, serta tindakan yang perlu dilakukan. Strategi juga mencakup cara-cara dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁶

Inovasi produk merupakan suatu bentuk kemajuan fungsional pada produk yang dianggap mampu membawa produk tersebut melangkah lebih jauh dibandingkan dengan produk pesaing. Inovasi ini memegang peranan penting dalam keberlangsungan bisnis yang berkelanjutan, khususnya bagi usaha kecil dan menengah. Inovasi produk juga dapat menjadi faktor penentu dalam menciptakan kinerja yang berkualitas. Oleh karena itu, strategi inovasi produk dapat dipahami sebagai suatu metode, gagasan, atau proses yang diterapkan oleh organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk sehingga memiliki keunggulan dibandingkan produk kompetitor.¹⁷

Hal ini menjadi sangat penting, mengingat saat ini banyak pelaku usaha pemula yang berhasil memulai bisnisnya, namun belum tentu mampu mempertahankan keberlanjutannya. Umumnya, para pelaku usaha berupaya menciptakan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya. Strategi tersebut terbukti cukup efektif karena memungkinkan produk yang dihasilkan memiliki

¹⁶ J. Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Kencana, Bogor, 2003 hal.108

¹⁷ Yulia Nur Khasanah, "Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso Dan Tahu Bakso Ud Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja Skripsi,"(2022).

keunggulan kompetitif yang kuat dan mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan pasar.¹⁸

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu metode dalam merumuskan tujuan yang hendak dicapai. Dalam penerapan strategi, berbagai aktivitas yang melibatkan pengelolaan dan alokasi sumber daya untuk setiap produk yang dibutuhkan oleh pasar diarahkan guna memenuhi permintaan pasar. Tujuannya adalah untuk meraih keunggulan bersaing serta keuntungan, yang menjadi sasaran utama perusahaan.

b. Jenis – Jenis Inovasi

Menurut Roberts, inovasi dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu secara radikal dan secara incremental. Inovasi radikal mengacu pada penciptaan produk yang sepenuhnya baru, yang umumnya didorong oleh kemajuan teknologi (*technology push*). Sementara itu, inovasi incremental dilakukan dengan cara memperbaiki atau menyempurnakan produk yang telah ada sebelumnya, dan biasanya dipengaruhi oleh permintaan atau kebutuhan pasar (*market pull*).

1) *Product and Process*

Dalam model ini, inovasi difokuskan pada organisasi pengadopsi di sektor jasa, yang mencakup tiga jenis: inovasi proses bertahap yang bertujuan meningkatkan efisiensi operasional; inovasi proses radikal yang ditujukan untuk meningkatkan efektivitas; serta inovasi produk radikal yang berfokus pada penciptaan layanan baru.

2) *Technical and Administrative Innovation*

¹⁸ Khasanah, “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso Dan Tahu Bakso Ud Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja Skripsi.”

Inovasi administratif mencakup perubahan pada struktur organisasi serta proses-proses administratif, dan memiliki keterkaitan langsung dengan pengelolaan atau manajemen pekerjaan.

3) Radikal dan *Incremental*

Menurut pandangan ini, tipe inovasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu inovasi radikal yang mengacu pada perubahan menyeluruh terhadap bentuk yang benar-benar baru, dan inovasi incremental yang merupakan perubahan berupa penambahan fungsi atau penyempurnaan pada produk yang sudah ada.

4) Teknologi Inovasi

Jenis inovasi ini mengacu pada pembaruan yang merombak struktur lama dan membentuk struktur baru. Konsep tersebut berfokus pada sektor manufaktur dan sangat bergantung pada kegiatan riset dan pengembangan (R&D). Inovasi ini tercermin dalam kecepatan proses produksi, kemutakhiran produk, efisiensi pengiriman, serta pengelolaan data dalam skala besar.

5) Inovasi Produk

Produk yang ditawarkan kepada calon pengguna, baik merupakan produk baru maupun yang telah mengalami perubahan signifikan dalam hal karakteristik atau fungsinya.

6) Inovasi Proses

Proses inovasi ini memunculkan kebutuhan akan suatu produk, di mana unsur-unsur baru dimasukkan ke dalam input operasional produksi atau layanan organisasi. Inovasi tersebut mencakup perubahan pada spesifikasi

tugas, mekanisme kerja, alur informasi, serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi atau penyediaan layanan, dengan tujuan untuk menurunkan biaya dan/atau meningkatkan kualitas produk.¹⁹

Inovasi produk memberikan dampak terhadap terciptanya keunggulan kompetitif karena adanya produk atau layanan baru yang diperkenalkan ke pasar. Keberlanjutan inovasi dalam suatu perusahaan menjadi kebutuhan utama yang secara langsung mendukung pencapaian keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan untuk terus melakukan inovasi terhadap produknya memungkinkan mereka untuk menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Keunggulan produk baru memiliki peran yang sangat penting dalam menghadapi persaingan di pasar global yang semakin ketat. Keunggulan ini sangat bergantung pada pengembangan produk inovatif yang mampu menempatkan produk pada posisi strategis di pasar dan pada akhirnya memenangkan persaingan.²⁰

Salah satu tantangan utama dalam melakukan inovasi adalah terbatasnya sumber daya, anggaran, serta kemampuan sumber daya manusia. Untuk mengatasi hambatan tersebut, pelaku usaha perlu memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat agar mampu terus mengembangkan dan memperbarui produknya. Berikut ini merupakan beberapa hambatan dan tantangan yang kemungkinan besar akan dihadapi dalam proses pelaksanaan inovasi produk:²¹

¹⁹ Imas Ayu Salamah, Nindya Azzahrah, and Syahpan Ramadhan, "Strategi Inovasi Dalam Mengembangkan Pertumbuhan Bisnis," *Deflasi Jurnal Ekonomi* 2, no. 2 (2023): 160–68.

²⁰ Muhammad Agung and Hendra Hendra, "Inovasi Produk Dalam Konteks Pemasaran Internasional: Strategi Dan Implementasi," *Jurnal Minfo Polgan* 12, no. 2 (2023): 2523–28, <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13306>.

²¹ Wibowo, Dimas Hendika; Zainul Arifin dan Sunarti. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)" *Jurnal Administrasi Bisnis* 29 no. 1 (2015): 59-66.

1. Keterbatasan sumber daya: Terbatasnya ketersediaan sumber daya, baik dari segi keuangan, tenaga kerja, maupun teknologi, dapat menjadi penghambat dalam pelaksanaan proses inovasi produk.
2. Risiko kegagalan: Produk inovatif mengandung risiko kegagalan yang cukup tinggi, sehingga diperlukan analisis yang mendalam dan pengujian yang cermat sebelum produk tersebut diperkenalkan ke pasar.
3. Perubahan perilaku konsumen: Perubahan dalam perilaku konsumen dapat berdampak pada keberhasilan produk baru, sehingga penting untuk melakukan riset pasar secara mendalam guna memahami kebutuhan serta preferensi konsumen secara akurat.
4. Persaingan yang ketat: Tingginya tingkat persaingan di pasar dapat menyulitkan upaya untuk membuat produk baru tampil berbeda dibandingkan dengan produk yang telah lebih dahulu ada.
5. Keterbatasan waktu: Kurangnya waktu yang tersedia dapat menjadi kendala dalam proses inovasi produk, sehingga dibutuhkan perencanaan dan manajemen waktu yang efisien untuk mengatasinya.
6. Keterlibatan tim: Kurangnya efektivitas dalam keterlibatan tim dapat menjadi penghalang dalam proses inovasi produk, sehingga diperlukan komunikasi yang jelas dan kolaborasi yang solid antar anggota tim.
7. Pengujian dan validasi: Proses pengujian dan validasi produk baru sering kali membutuhkan waktu dan sumber daya yang cukup besar, sehingga diperlukan perencanaan yang terstruktur dengan baik guna menjamin keberhasilan produk tersebut.

c. Branding dan Kemasan

1. Branding

Branding merupakan seluruh upaya atau strategi yang dirancang untuk menambah nilai suatu produk atau mencegahnya menjadi sekadar komoditas, melalui pembentukan identitas merek yang unik. Adapun manfaat dari branding antara lain:²²

- a) Memberikan daya tarik bagi konsumen
- b) Memudahkan usaha untuk mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa
- c) Membuka peluang usaha untuk menetapkan harga jual yang lebih tinggi
- d) Peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan diferensiasi produk
- e) Menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk perusahaan dengan produk milik *competitor*.

Berdasarkan manfaat yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa branding memiliki peran penting dalam mengembangkan sebuah usaha dengan menciptakan daya tarik bagi konsumen melalui pembeda yang jelas antara produk tersebut dengan produk pesaing. Adapun menurut Neumeier, tujuan dari sebuah merek yaitu :

- 1) Membantu persepsi
- 2) Membangun kepercayaan

²² Keller, Kevin Lane, “*Strategic brand management: building, measuring, and managing brand*” Penerbitan, New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2008.

3) Membangun citra (kepada *brand*)²³

2. Peranan kemasan

Kemasan berfungsi dalam tiga aspek utama, yakni melindungi produk (*to protect*), menjadi tempat atau wadah produk (*to contain*), serta berperan sebagai sarana promosi (*to promote*).

a. Sebagai Pelindung Produk

Kemasan perlu mampu menjaga produk agar kualitasnya tidak menurun selama berada di dalam kemasan. Dengan fungsi ini, kemasan bertanggung jawab memastikan produk tetap dalam kondisi baik hingga diterima oleh konsumen.

b. Sebagai Wadah Produk

Kemasan berperan dalam memberikan kemudahan bagi konsumen saat membawa, menyimpan, dan menggunakan produk. Fungsi sebagai wadah ini menekankan pada aspek kenyamanan dan kepraktisan bagi konsumen.

c. Sebagai Promosi

Fungsi ketiga ini berkaitan erat dengan aspek visual dari kemasan, yaitu bagaimana desain kemasan mampu menarik perhatian konsumen melalui bentuk dan elemen dekoratif yang melekat padanya. Tujuannya adalah agar konsumen tertarik melihatnya dalam waktu singkat saat berada di rak penjualan, lalu terdorong untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai pesan yang ingin

²³ Veni Soraya Dewi, "Branding UMKM Rengginang Dan Pengembangan Pertanian Padi Organik Dusun Randucanan, Desa Tonoboyo, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang," Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma 1, no. 2 (2020): 63–75, <https://doi.org/10.26874/jakw.v1i2.79>.

disampaikan melalui tampilan kemasan tersebut. Fungsi ini mencakup peran desain dalam membedakan produk dari kompetitor, menyampaikan informasi mengenai isi produk, keunggulan, manfaat, cara penggunaan, serta berbagai informasi lain yang dibutuhkan oleh konsumen.²⁴

d. Klasifikasi Produk

Menurut Kotler, produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu :

- 1) Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasi menjadi dua kelompok utama diantaranya :
 - a) Barang adalah produk yang memiliki bentuk fisik sehingga dapat dilihat, disentuh, dirasakan, disimpan, dan dipindahkan.
 - b) Jasa adalah suatu aktivitas, manfaat, atau bentuk kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan digunakan oleh pihak lain. Menurut Kotler, jasa merupakan setiap tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun. Jasa ini bisa berkaitan ataupun tidak berkaitan dengan produk fisik.²⁵
- 2) Berdasarkan aspek daya tahannya, produk dapat dikelompokkan menjadi dua, diantaranya :

²⁴ Wisnu Indra Kusumah et al., “Desain Kemasan Produk Umkm Bir Pletok Sebagai Branding Meningkatkan Citra Minuman Khas Tradisional Jakarta Di Masa Covid-19,” *Prosiding SNADES 11*, no. 2 (2019): 50–57.

²⁵ Dunia Pendidikan, “Pengertian Produk: Pengertian, Jenis, Klasifikasi, dan Cirinya”, <https://duniapendidikan.co.id/pengertian-produk/pengertian-jenis-klasifikasi-cirinya/>. Diakses pada hari Selasa, 25 Februari 2025 pukul 22.56 WITA.

- a) *Nondurable goods* (Barang tidak tahan lama)
- b) Barang fisik yang umumnya digunakan sekali pakai atau hanya dalam beberapa kali pemakaian, contohnya seperti sampo.
- c) *Durable goods* (Barang tahan lama)

Barang fisik yang dirancang untuk digunakan berulang kali dalam jangka waktu tertentu, misalnya lemari es, mesin-mesin, dan pakaian.²⁶

- 3) Berdasarkan tujuan penggunaannya, produk diklasifikasikan dengan melihat siapa yang mengonsumsi dan untuk keperluan apa produk tersebut digunakan. Oleh karena itu, produk dapat dibagi menjadi dua kategori, diantaranya :

- a) Barang konsumsi (*consumer's goods*)
- b) Barang konsumsi adalah produk yang bisa langsung digunakan atau dinikmati tanpa memerlukan proses tambahan untuk mendapatkan manfaatnya.
- c) Barang industri (*industrial's goods*)

Barang industri adalah jenis produk yang masih membutuhkan proses lanjutan sebelum dapat memberikan manfaat tertentu. Umumnya, hasil dari pemrosesan barang industri ini akan dijual kembali.²⁷

e. Indikator inovasi Produk

²⁶ Surjono, Herman Dwi. "Kajian Pustaka : Blended Learning: Konsep dan Implementasi pada Pendidikan Tinggi Vokasi" *Molucca Medica* 11, no. April (2020): 13–45.

²⁷ M. Anang Firmansyah, "Buku Pemasaran Produk Dan Merek," *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August (2019): 1–337.

Strategi inovasi produk terdiri dari 3 (tiga) indikator, yang dikemukakan oleh Lena Elitan, yang mencakup :

1) Kualitas Produk

Kualitas produk meliputi sejauh mana produk mampu menjalankan fungsinya secara optimal, termasuk daya tahan, tingkat keandalan, serta ketepatan kinerja yang dihasilkan.

2) Varian Produk

Varian produk berfungsi sebagai cara untuk membedakan suatu produk dari produk lainnya, baik dari jenis yang sama maupun dari produk milik pesaing.

3) Gaya dan Desain Produk

Gaya dan desain produk berkaitan dengan tampilan visual dan perancangan produk. Gaya menggambarkan ciri khas tampilan produk, sedangkan desain mencakup konsep yang lebih menyeluruh yang melibatkan aspek fungsional serta nilai estetika dari produk tersebut.²⁸

3. Omzet

Menurut Chaniago, omzet merupakan total pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu. Sementara itu, menurut Tjiptono, omzet adalah pendapatan yang dihasilkan dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan, yang kemudian menghasilkan pemasukan berupa uang dan memberikan keuntungan dari setiap unit barang yang terjual.²⁹

Meningkatkan omzet penjualan merupakan tantangan besar bagi para pelaku usaha, karena keberhasilan suatu bisnis sering diukur dari seberapa banyak produk yang berhasil terjual di pasar. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi khusus untuk

²⁸ Lena Elitan, Manajemen Inovasi, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal.15.

²⁹ FandyTjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal.118

mencapainya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, omzet penjualan diartikan sebagai jumlah hasil dari penjualan barang dagangan. Omzet penjualan juga merujuk pada total penjualan barang atau jasa yang tercatat dalam laporan laba rugi perusahaan selama periode tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah barang dan jasa yang terjual, yang dihitung berdasarkan laba bersih yang tercantum dalam laporan laba rugi selama periode penjualan tertentu.³⁰

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan

Menurut Swasta terdapat dua faktor yang mempengaruhi omzet penjualan yaitu :

- 1) Merupakan faktor-faktor yang umumnya dapat dikendalikan oleh perusahaan, di antaranya :
 - a) Kemampuan perusahaan dalam mengelola produk yang akan dipasarkan.
 - b) Kebijakan perusahaan terkait penetapan harga dan strategi promosi. Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (al-mu'awid).³¹
 - c) Kebijakan perusahaan dalam menentukan saluran distribusi atau perantara yang digunakan.
- 2) Faktor eksternal, faktor ini berada di luar kendali perusahaan, yang meliputi:
 - a) Perkembangan di bidang ekonomi, perdagangan nasional maupun internasional, serta kondisi moneter.
 - b) Kebijakan pemerintah dalam sektor ekonomi, perdagangan, dan moneter.

³⁰ Dewi Antika Safitri, "Lampung Desa Purwosari Batanghari Nuban Lampung Timur Oleh : Dewi Antika Safitri Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 1444 H / 2022 M," 2022.

³¹ Soumena, M. Y., Gasali, I., & Makkulau, A. R. Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah. RIKAZ, (2023): 45-59.

c) Tingkat persaingan pasar.³²

3) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kumpulan konsumen atau target penjualan turut memengaruhi aktivitas penjualan. Faktor-faktor pasar yang perlu diperhatikan meliputi jenis pasar, karakteristik kelompok pembeli, daya beli konsumen, frekuensi pembelian, serta kebutuhan dan keinginan konsumen.³³

Omzet juga memiliki tiga dimensi penerapan, yaitu: Target penjualan yang ingin dicapai, Pengembangan pasar sebagai sarana transaksi atau tempat berlangsungnya kegiatan jual beli, Keuntungan yang diperoleh dari penjualan.³⁴

Peningkatan omzet yang tinggi akan terpenuhi apabila:

- a) Faktor eksternal memberikan dampak positif bagi perusahaan.
- b) Kinerja perusahaan mengalami kemajuan secara konsisten dalam setiap periode.
- c) Tidak terjadi penurunan pada omzet penjualan.
- d) Kenaikan omzet sejalan dengan pertambahan jumlah pelanggan.
- e) Omzet tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang tidak mendukung atau kurang kompetitif. Kinerja perusahaan secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode waktu.³⁵

Bisnis tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan materi (qimah madiyah), tetapi juga untuk memperoleh dan memberikan

³² Nadya Mukti Kamarinda, "Analisis Swot Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Produk Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung)," 2021: 17–53.

³³ Dewi Sartika, "Pengaruh Modal Terhadap Omzet Pada Pelaku Umkm Di Seluruh Kecamatan Pekanbaru," Jurnal Daya Saing 4, no. 2 (2020): 234–39, <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v4i2.240>.

³⁴ FandyTjiptono, StrategiPemasaran, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal.118

³⁵ Phillip Kotler, ManajemenPemasaran , Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal.168

manfaat non materi kepada internal organisasi perusahaan dan lingkungan eksternal.³⁶

C. Kerangka Konseptual

1. Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*)

Teori ini menyatakan bahwa komunikator yang menyampaikan pesan melalui media massa memiliki pengaruh yang sangat besar dalam memengaruhi masyarakat. Oleh karena itu, ketika sebuah inovasi atau penemuan baru disebarluaskan melalui media massa, maka pengaruhnya terhadap publik akan sangat kuat.³⁷

Artinya, media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai penemuan baru, apalagi jika informasi tersebut diperkuat oleh tokoh-tokoh masyarakat. Meskipun demikian, penyebaran inovasi juga bisa langsung menjangkau khalayak tanpa perantara.

2. Strategi Inovasi Produk

Menurut Hunger dan Wheelen, strategi inovasi produk bertujuan untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif sekaligus mengurangi kelemahan dalam persaingan. Agar suatu usaha mampu bersaing dan mengungguli pesaingnya, produsen perlu menerapkan strategi inovatif, bukan hanya mengandalkan kualitas produk.³⁸

Melalui inovasi, pelaku usaha dituntut menciptakan produk baru yang berbeda dari sebelumnya atau memperbaiki produk yang sudah ada agar lebih menarik. Konsumen kini tidak hanya mempertimbangkan fungsi dan

³⁶ Addury, Multazam Mansyur. Pemaknaan Laba Usaha di Kalangan Pebisnis Keuangan Syariah. *Balanca*, 2023, 105-116.

³⁷ Rosidah, Umi Rochayati, Ridwan Daud Mahande, "Menerapkan Teori Difusi: Adopsi Program Literasi Media di Sekolah," dalam Zamroni (ed.), *Theories of Diffusion of Innovation* (Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

³⁸ Hunger David J. dan Wheelen L. Thomas, *Manajemen Strategis*. Yogyakarta (2003) : Andi

manfaat produk, tetapi juga memperhatikan apakah produk tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk sejenis lainnya. Pemahaman terhadap keinginan ini menjadi dasar bagi produsen untuk melakukan inovasi.³⁹

3. Omzet

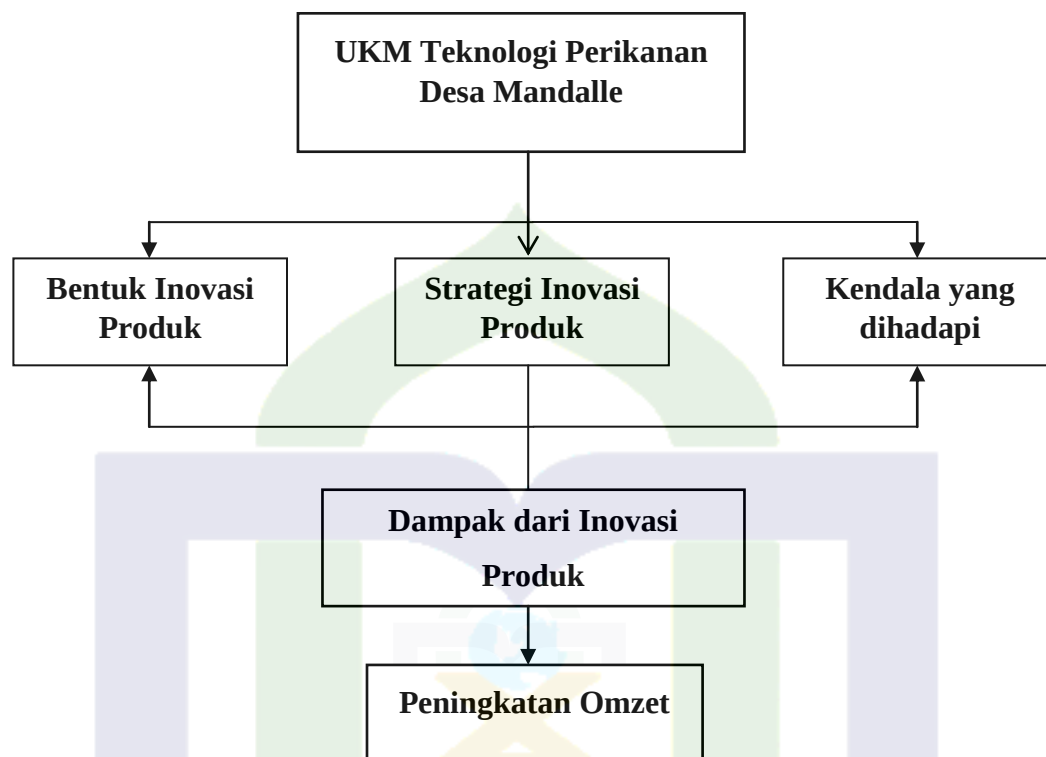
Omzet merupakan total penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan suatu produk atau jasa dalam periode waktu tertentu, baik harian, bulanan, maupun tahunan. Menurut pendapat Swastha dan Irawan, omzet penjualan didefinisikan sebagai akumulasi dari seluruh aktivitas penjualan yang dilakukan terhadap barang dan jasa, yang dihitung secara menyeluruh selama jangka waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu periode akuntansi. Hal ini mencerminkan besarnya pendapatan kotor yang dihasilkan oleh suatu usaha sebelum dikurangi oleh biaya operasional, pajak, atau pengeluaran lainnya.⁴⁰

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan merupakan cerminan dari volume transaksi penjualan yang terjadi antara penjual dan pembeli, di mana pembeli menerima sejumlah barang atau jasa dan menyerahkan sejumlah uang kepada penjual sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Omzet juga sering dijadikan sebagai indikator awal untuk mengukur kinerja usaha, karena tingginya omzet menunjukkan besarnya daya serap pasar terhadap produk yang ditawarkan.

³⁹ Dinda Ayu Darma, Zulfia K Abdussamad, and Endi Rahman, “Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo,” *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...* 5, no. 1 (2022): 238–50.

⁴⁰ Swastha, dan Irawan, “Manajemen Pemasaran Modern” Yogyakarta (1990): Liberty.

D. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif. Artinya, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, mencatat, menganalisis, serta menginterpretasikan objek yang diteliti melalui metode observasi, wawancara, dan telaah dokumentasi.⁴¹

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yakni jenis penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi kejadian untuk mengkaji peristiwa yang benar-benar berlangsung di lapangan.⁴² Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, metode kualitatif dianggap lebih fleksibel dan mudah digunakan ketika berhadapan langsung dengan situasi nyata di lapangan. Kedua, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyajikan secara langsung esensi hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini dinilai lebih sensitif dan adaptif terhadap dinamika serta interaksi nilai yang kompleks, sehingga mampu menangkap pengaruh timbal balik yang terjadi dalam konteks yang diteliti.⁴³

Dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif, yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Namun tidak bisa terlepas juga dari penelitian kepustakaan (*library research*) karena dapat menjadi rujukan untuk mencari literatur-literatur dalam mengumpulkan data yang berbicara tentang penetapan harga hal-hal lain yang berkaitan dengannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah fenomenologi. Fenomenologi dipilih karena didalamnya peneliti mengidentifikasi tentang suatu

⁴¹ Mardalis, Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal (Cet. VII; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hal.26.

⁴² Aji Damanuri, Metodologi Penelitian Muamalah (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), hal.6.

⁴³ Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), hal. 11-13.

fenomena tertentu, serta mengharuskan peneliti mengkaji subjek dengan terlibat langsung untuk mengembangkan pola dan relasi yang bermakna.⁴⁴

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di Desa Mandalle, Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan yang dikenal sebagai salah satu daerah penghasil ikan bandeng yang melimpah. Letaknya di pesisir barat Pulau Sulawesi dan berbatasan langsung dengan selat Makassar. Adapun penelitian ini menggunakan waktu kurang lebih 2 bulan lamanya.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian mempermudah peneliti dalam memberikan arah sepanjang proses penelitian terutama pada saat pengumpulan data, untuk memisahkan data yang relevan dengan tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui jenis-jenis inovasi produk olahan ikan bandeng yang diterapkan oleh pelaku usaha di Desa Mandalle, baik dari segi rasa, kemasan, maupun bentuk penyajian serta mengkaji sejauh mana inovasi produk berkontribusi terhadap peningkatan omzet penjualan usaha olahan ikan bandeng

D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data yang memberikan datanya secara langsung kepada pengumpul data atau peneliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari Kepala Lab. Kampus Politani Pangkep, Tim Produksi dan konsumen untuk mengetahui harga produk, jenis produk, kemasan produk,

⁴⁴ J. .W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar, 2010), hal.8.

bahan penggunaannya, serta strategi inovasi produk yang digunakan dalam meningkatkan omzet usaha. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang.

Tabel 3.1 Karakteristik Informan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Ir. Nurlaeli Fattah, M.Si	Perempuan	Dosen P2HP Politani Pangkep
2.	Herianti, A.Md.Pi	Perempuan	Teknisi TEKPER (Teknologi Perikanan) Prodi P2HP Politani Pangkep
3.	Hasni, A.Md.Pi		Teknisi TEKPER (Teknologi Perikanan) Prodi P2HP Politani Pangkep
4.	Arnida	Perempuan	Tim Produksi <i>Teaching Factory</i>
5.	Hasnawati	Perempuan	Tim Produksi <i>Teaching Factory</i>
6.	Rusmiati	Perempuan	IRT
7.	Syahrul	Laki-laki	Mahasiswa
8.	Kasma, S.Pd	Perempuan	Guru SMPN 1 Mandalle
9.	Zahrah Khumairah	Perempuan	Mahasiswa
10.	Wati	Perempuan	IRT

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2025

2. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber data yang memberikan datanya tidak secara langsung kepada peneliti atau bisa dikatakan melalui perantara lain, seperti lewat dokumen. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa dari sumber literasi jurnal online maupun buku-buku yang berkaitan tentang strategi inovasi produk dalam meningkatkan omzet usaha.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Adapun Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan proposal ini diantaranya yaitu Teknik penelitian lapangan (*field research*). Teknik penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti terjun ke lapangan untuk melakukan penelitian dan untuk memperoleh data-data kongkret terkait dengan objek penelitian.

1. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknis, yakni sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah mengamati kejadian, gerak, atau proses.⁴⁵ Observasi dapat didefinisikan sebagai pengamatan dan pencatatan suatu objek dengan sistematis fenomena yang ada.⁴⁶ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi Usaha Olahan Ikan Bandeng di *Teaching Factory* Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan.

b. Wawancara

⁴⁵ Suharsimi Arikunto, *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*, Cet. XIII (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

⁴⁶ Sukandarrumidi, *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004).

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mengidentifikasi permasalahan yang penting untuk dikaji. Wawancara kemudian dilakukan kembali untuk mengetahui hal-hal penting dari informan secara lebih mendalam.⁴⁷ Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh catatan-catatan penting yang terkait dengan permasalahan penelitian. Catatan penting yang dimaksudkan adalah catatan dari kejadian-kejadian yang sudah berlalu. Adapun sumber-sumber data dokumen ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, internet, dan dokumen resmi institut.⁴⁸

Dalam penelitian ini, peneliti mempelajari serta mendokumentasikan berkas atau dokumen khususnya milik Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle baik dalam bentuk file data, rekam suara, video maupun gambar.

2. Teknik Pengolahan Data

Adapun teknik pengolahan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Editing merupakan proses pemindaian data-data yang telah dikumpulkan, terutama berdasarkan kelengkapan jawaban, kemudahan untuk dibaca, pemaknaan yang jelas, keselarasan dan relevansinya dengan data lainnya.⁴⁹

⁴⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013).

⁴⁸ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013)

⁴⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (*Mixed Methods*) (Bandung: Alfabeta, 2015).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses editing dari hasil wawancara kepada informan yang berkaitan langsung dengan topik penelitian.

b. *Classifying* (Klasifikasi)

Classifying merupakan tahapan kategorisasi seluruh data baik yang diperoleh dari wawancara dengan subjek penelitian maupun observasi yang dilakukan di lapangan, hingga hasil dokumentasi. Semua data yang telah diperoleh tersebut dibaca kemudian dikaji secara mendalam. Setelah itu, data tersebut kemudian dikategorisasikan berdasarkan kebutuhan peneliti.⁵⁰ Tahapan-tahapan tersebut dilakukan agar data yang terkumpul dapat dengan mudah dibaca dan dimengerti oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menemukan informasi yang objektif berdasarkan kebutuhan peneliti melalui data tersebut. Setelah itu, data-data tersebut dikelompokkan kedalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan data yang didapatkan melalui referensi.

c. *Verifying* (Verifikasi)

Verifying merupakan tahapan menguji data dan informasi yang telah dikumpulkan di lapangan supaya validitas data bisa diterima dan layak untuk digunakan dalam penelitian.⁵¹ Dalam penelitian ini, data yang bersumber dari informan diverifikasi supaya peneliti bisa mendapatkan data valid yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle.

d. *Concluding* (Kesimpulan)

⁵⁰ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

⁵¹ Nana Saudjana and Ahwal Kusuma, *Proposal Penelitian* (Bandung: PT. Sinar Baru Argasindo, 2002).

Concluding yaitu tahapan paling akhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan tersebut yang kemudian akan menjadi sebuah informasi yang berhubungan dengan objek penelitian peneliti. Proses tersebut dikenal dengan istilah *concluding*, yakni kesimpulan atas proses pengolahan data yang mencakup empat proses dalam pengolahan data diantaranya *editing*, *classifying*, *verifying* dan *concluding*.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak memiliki perbedaan antara data yang didapatkan peneliti dengan data yang terjadi sebenarnya pada objek penelitian, maka dari itu keabsahan data yang disajikan bisa dipertanggung jawabkan. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi: Uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.⁵² Dari uji keabsahan data tersebut penulis menggunakan uji *credibility* yakni seberapa besar data yang diperoleh dalam penelitian dapat dipercaya dan diterima kebenarannya. Dalam penelitian ini, uji kredibilitas dilakukan menggunakan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber data adalah mengkaji kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan beragam sumber data seperti, dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

Kriteria yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. *Credibility* (Kepercayaan)

Kriteria ini untuk memenuhi data dan informasi yang informasi yang dikumpulkan mesti memiliki nilai kebenaran. Nilai kebenaran yang dimaksud adalah hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya oleh para

⁵² Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2023).

pembaca yang kritis dan dapat diterima oleh informan yang memberikan informasi. Peneliti akan melengkapi data yang telah dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk memperoleh kebenaran yang valid dari data yang diperoleh.

2. *Transferrability* (Keteralihan)

Pada teknik keteralihan, penulis mengungkapkan hasil penelitian secara akurat dan jeli yang mencerminkan kondisi lokasi penelitian tersebut dilakukan dengan merujuk kepada fokus penelitian.⁵³ Maka dari itu, peneliti membuat laporan penelitian dengan menyajikan deskripsi terperinci dan jelas sehingga para informan dapat mengerti tentang penelitian yang dilakukan kemudian dapat mengungkapkan ketepatan pengaplikasian penelitian ini.

3. *Dependability* (Ketergantungan)

Kriteria ketergantungan ini bisa diterapkan untuk mengidentifikasi apakah prosedur penelitian kualitatif berbobot atau tidak. Maka dari itu, peneliti akan menganalisis data dan teknik pengumpulan data. Analisis tersebut dilakukan untuk membuktikan kelogisan sehingga dapat memutuskan apakah hasil penelitian bisa dipertahankan (*dependable*).

4. *Confirmability* (Kepastian)

Kriteria kepastian merupakan sebuah prosedur kriteria peninjauan, yakni tahapan apa yang dipilih oleh peneliti dalam melaksanakan konfirmasi

⁵³ Hardani et al., Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020).

hasil penelitian.⁵⁴ Pengujian konfirmabilitas merupakan pengujian hasil penelitian yang berhubungan dengan proses penelitian yang dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data adalah analisis interaktif model yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Adapun langkah-langkah dalam proses analisis data tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Pada tahap reduksi data, peneliti mengacu pada tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan utama penelitian kualitatif terletak pada temuan. Oleh sebab itu, ketika peneliti melakukan penelitian kemudian menjumpai segala sesuatu yang terlihat janggal dan asing, malah itulah yang semestinya diperhatikan oleh peneliti dalam proses reduksi data.

Reduksi data adalah proses meringkas, menguraikan hal-hal pokok, memusatkan pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Maka dari itu, data yang telah melewati tahapan reduksi akan menghasilkan gambaran yang lebih jelas, sehingga memudahkan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari data apabila masih ada data yang diperlukan. Reduksi data bisa dilakukan dengan bantuan alat seperti *computer*, *notebook*, dan lain-lain.⁵⁵

2. Display Data (Penyajian Data)

Setelah melewati tahapan reduksi data, maka tahap selanjutnya adalah penyajian data. Display data dilakukan dalam bentuk deskripsi pendek,

⁵⁴ Arnild Augina Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Masyarakat," *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020): 47.

⁵⁵ Umrati and Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologi Jaffrayr, 2020).

skema, hubungan antar kategori, diagram alur, dan sejenisnya. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa yang paling sering digunakan pada tahap display data dalam melakukan suatu penelitian kualitatif yakni teks yang bersifat naratif. Setelah melewati tahap penyajian data, maka peneliti lebih mudah untuk memahami suatu peristiwa, kemudian merencanakan pelaksanaan tahapan selanjutnya berdasarkan pemahaman peneliti dari penyajian data sebelumnya.⁵⁶

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahapan terakhir dalam analisis data pada penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang diperoleh masih bersifat sementara, kemudian dapat berubah apabila tidak terdapat bukti pendukung yang memperkuat pada tahap pengumpulan selanjutnya. Akan tetapi, apabila kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal, diperkuat melalui bukti-bukti yang sah dan konstan ketika peneliti turun kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang diperoleh adalah kesimpulan yang andal.⁵⁷

Setelah peneliti mengumpulkan data-data dan beragam informasi yang dibutuhkan dari lapangan, selanjutnya peneliti mengolah secara sistematis sesuai dengan target dari permasalahan penelitian kemudian dilakukan analisis data. Setelah itu, dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan.

⁵⁶ Muh. Fitrah and Lutfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus)* (Bima: CV. Jejak, 2017).

⁵⁷ Fitrah and Lutfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus)* (Bima: CV. Jejak, 2017).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam bab ini, penulis memaparkan hasil penelitian terkait dampak inovasi produk dalam meningkatkan omzet pada usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan. Adapun hasil temuan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Bentuk Inovasi Produk yang diterapkan pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle

Kegiatan pengelolaan dan pengolahan ikan bandeng di *Teaching Factory* Kampus Politani telah diintegrasikan ke dalam proses pembelajaran sejak tahun 2018. Program ini merupakan bentuk penerapan pembelajaran berbasis praktik yang dikembangkan oleh Jurusan Teknologi Hasil Perikanan, dengan tujuan untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis dalam mengolah produk perikanan, khususnya komoditas ikan bandeng.

Dalam kurun waktu empat tahun terakhir, usaha pengolahan ikan bandeng di Desa Mandalle menunjukkan perkembangan yang signifikan sebagai respons terhadap permintaan pasar akan produk yang praktis dan siap saji. Berbagai produk seperti bandeng presto, bakso bandeng, nugget bandeng, abon bandeng, otak-otak, serta bandeng tanpa duri menjadi pilihan utama masyarakat dalam mengembangkan usaha berskala rumah tangga. Inovasi dalam aspek pengolahan, pengemasan, hingga strategi pemasaran mulai diadopsi oleh para pelaku usaha, khususnya kalangan generasi muda dan ibu rumah tangga. Upaya pengembangan inovasi produk olahan ikan bandeng ini turut memperoleh dukungan dari berbagai pihak, termasuk Politeknik Pertanian Negeri Pangkep (Politani Pangkep) yang secara aktif melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat serta kegiatan pendampingan dalam inovasi produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala Laboratorium Pengolahan Perikanan di Politeknik Pertanian Negeri Pangkep atau dikenal *Teaching Factory* oleh Ibu IR. Nurlaeli Fattah, M.Si untuk mengetahui jenis-jenis inovasi produk olahan ikan bandeng yang telah dikembangkan di *Teaching Factory* serta untuk menilai peran dan kontribusinya dalam mendorong kreativitas, kewirausahaan, dan pengembangan industri berbasis pendidikan di *Teaching Factory*, diberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan hal tersebut seperti pada pertanyaan Apa saja bentuk inovasi produk olahan ikan bandeng yang telah dikembangkan di *Teaching Factory*? Mendapatkan tanggapan dari Kepala Laboratorium Politani Pangkep seperti berikut :

“Kami telah melakukan beberapa inovasi produk, antara lain: Inovasi produk dilakukan melalui pengembangan variasi produk olahan ikan bandeng (seperti nugget, bakso, otak-otak dan olahan lainnya), perbaikan resep untuk meningkatkan cita rasa, serta penggunaan kemasan yang lebih menarik dan higienis. Proses inovasi ini didasarkan pada pengalaman dan masukan konsumen serta bimbingan dari dosen Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa tim produksi *Teaching Factory* Politeknik Pertanian Negeri Pangkep telah menerapkan beberapa strategi inovasi produk sebagai bagian dari upaya peningkatan daya saing olahan ikan bandeng. Inovasi tersebut mencakup tiga aspek utama, yaitu: pengembangan variasi produk, perbaikan cita rasa, dan peningkatan kualitas kemasan. Pengembangan variasi produk dilakukan dengan menciptakan olahan baru dari ikan bandeng, seperti nugget, bakso, otak-otak, serta produk olahan lainnya. Langkah ini bertujuan untuk memberikan pilihan yang lebih beragam kepada konsumen dan menyesuaikan dengan selera pasar yang dinamis. Dengan adanya berbagai bentuk olahan, konsumen dapat memilih produk sesuai preferensi mereka, baik dari segi tekstur, rasa, maupun kemudahan penyajian.

⁵⁸ Nurlaeli Fattah, Dosen P2HP Politani Pangkep, Wawancara, di Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, 22 Juni 2025.

Berikut beberapa produk olahan ikan bandeng yang telah dilakukan inovasi sehingga menciptakan nilai jual yang lebih tinggi.



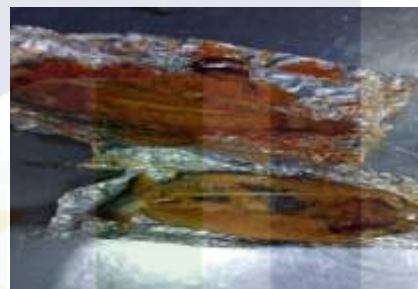
Nugget Bandeng



Bakso Bandeng



Otak-otak Bandeng



Bandeng Presto

Gambar 4.1 Dokumentasi Produk Olahan Ikan Bandeng di *Teaching Factory*

Dalam konteks usaha olahan ikan bandeng di *Teaching Factory*, inovasi produk dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan pasar modern yang menyukai produk praktis, higienis, dan memiliki nilai gizi tinggi.

Sebagian besar informan mengetahui adanya usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle. Hal ini ditegaskan oleh Syahrul yang menyatakan bahwa :

“Ya, saya mengetahui bahwa di Desa Mandalle terdapat usaha olahan ikan bandeng yang dikelola oleh masyarakat setempat termasuk pihak Kampus Politani dan kelompok binaan. Usaha ini cukup berkembang karena mereka juga aktif promosi lewat media sosial.”⁵⁹

Namun ada pula yang belum familiar dengan usaha ini dan sebagian informan hanya mengetahui melalui media sosial atau teman. Hal ini berdasarkan

⁵⁹ Syahrul, Mahasiswa, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 14 Juni 2025.

hasil wawancara bersama Ibu Kasma yang memberikan tanggapan sebagai berikut :

“Saya baru tahu waktu ada yang jual lewat *WhatsApp*. Ternyata buatan dari Desa Mandalle.”⁶⁰

Usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle merupakan bentuk pemanfaatan potensi lokal yang sangat baik. Desa ini dikenal sebagai wilayah penghasil bandeng, sehingga mengolah ikan menjadi produk bernilai tambah adalah langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk membeli produk tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa konsumen usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle guna mengetahui jenis produk yang paling disukai oleh masyarakat. Hasil wawancara menunjukkan adanya perbedaan selera konsumen, namun terdapat kecenderungan preferensi pada produk tertentu. Sebagian besar informan menyukai nugget bandeng karena dianggap lebih praktis, enak, dan memiliki tekstur yang disukai oleh anak-anak maupun orang dewasa. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Rusmiati, salah satu konsumen:

“Saya paling suka nugget bandeng karena teksturnya lembut dan cocok untuk anak-anak. Selain itu, bakso bandeng juga lumayan sering saya beli karena rasanya gurih dan tidak amis.”⁶¹

Sementara itu, terdapat pula konsumen yang lebih menyukai produk olahan lainnya, seperti otak-otak bandeng. Hal ini disampaikan oleh Ibu Kasma:

“Kalau saya suka otak-otak bandeng. Wanginya khas dan enak dimakan pas masih hangat. Apalagi dicocol sambal.”⁶²

Dari data wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa produk nugget bandeng merupakan jenis olahan yang paling disukai oleh mayoritas konsumen, diikuti oleh bakso bandeng dan otak-otak bandeng. Preferensi ini menunjukkan bahwa inovasi dalam bentuk dan tekstur produk memiliki pengaruh terhadap

⁶⁰ Kasma, Guru SMPN 1 Mandalle, Wawancara, di Desa Mandalle, 13 Juni 2025.

⁶¹ Rusmiati, IRT, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 13 Juni 2025.

⁶² Kasma, Guru SMPN 1 Mandalle, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 13 Juni 2025.

minat beli masyarakat. Produk-produk yang praktis, tidak berbau amis, dan cocok untuk anak-anak cenderung lebih diminati.

Selain itu, bentuk dan tekstur nugget yang lebih modern serta menyerupai makanan cepat saji membuatnya lebih akrab bagi selera masyarakat, khususnya generasi muda dan ibu rumah tangga yang menginginkan kepraktisan. Hal ini juga menunjukkan bahwa inovasi dalam pengolahan ikan bandeng tidak hanya penting dari sisi rasa, tetapi juga dari sisi visual, kemasan, dan pengalaman konsumsi. Konsumen saat ini cenderung memilih produk yang memiliki tampilan menarik, siap masak, dan bisa disimpan dalam jangka waktu tertentu.

Peneliti juga menggali pendapat masyarakat selaku konsumen terkait kualitas dan cita rasa produk olahan ikan bandeng yang dijual di Desa Mandalle. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan memberikan tanggapan positif baik dari segi rasa maupun kualitas produk. Syahrul menyatakan bahwa produk memiliki kualitas yang baik karena tidak mengandung bahan pengawet dan memiliki rasa yang seimbang:

“Kualitasnya bagus, apalagi karena tidak menggunakan bahan pengawet. Cita rasanya pas, tidak terlalu asin, dan bandengnya tidak terasa bau lumpur. Saya juga suka karena kemasannya mulai bagus dan terlihat profesional.”⁶³

Ibu Rusmiati menilai produk dari segi kebersihan dan rasa:

“Menurut saya kualitasnya sudah bagus, kemasannya rapi dan higienis. Rasanya juga enak, bumbunya terasa.”

Sementara itu, Ibu Wati juga menyampaikan kepuasannya terhadap rasa dan kepraktisan produk:

“Saya suka sekali. Rasanya enak dan gurih, cocok buat lauk sehari-hari. Anak-anak juga suka, jadi tidak repot masak dua kali.”⁶⁴

Dari hasil wawancara, penilaian terhadap kualitas dan cita rasa produk olahan ikan bandeng menjadi salah satu indikator penting keberhasilan inovasi

⁶³ Syahrul, Mahasiswa, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

⁶⁴ Wati, IRT, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

produk. Dalam hal ini, respon positif terhadap tekstur yang lembut, rasa yang gurih dan seimbang, serta tidak berbau amis atau lumpur menunjukkan bahwa proses produksi telah dilakukan dengan baik dan sesuai standar. Ini juga mencerminkan keberhasilan dalam pemilihan bahan baku yang segar serta teknik pengolahan yang tepat.

2. Dampak Inovasi Produk terhadap Peningkatan Omzet Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle

Setelah melakukan inovasi produk, omzet penjualan di *Teaching Factory* mengalami peningkatan signifikan dengan jumlah rata-rata 40-60%. Awalnya omzet hanya sekitar 2-3 juta rupiah per bulan, kemudian meningkat menjadi 5-10 juta rupiah per bulan. Peningkatan ini disebabkan oleh produk yang lebih bervariasi dan kualitas yang lebih baik sehingga menarik lebih banyak konsumen. Hal ini berdasarkan hasil wawancara oleh Kepala Lab. Politani Pangkep dengan pertanyaan Apakah inovasi produk memberikan pengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan? Jika ya, seberapa besar dampaknya? Ibu Nurlaeli Fattah selaku kepala Lab. Memberikan penjelasan sebagai berikut :

“Ya, inovasi produk memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan. Setelah dilakukan pengembangan produk seperti bakso, nugget, otak-otak, dan bandeng presto, minat konsumen meningkat karena pilihan produk menjadi lebih beragam dan menarik. Dari data yang kami amati, terjadi peningkatan omzet sekitar 40% hingga 60% dibandingkan sebelum inovasi dilakukan. Selain itu, kemasan yang lebih baik dan pemasaran yang mulai dilakukan melalui media sosial juga berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk.”⁶⁵

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh besar terhadap peningkatan omzet karena membuat produk lebih variatif, menarik, dan sesuai dengan selera pasar. Konsumen memiliki lebih banyak pilihan, seperti bakso, nugget, dan otak-otak bandeng, sehingga permintaan

⁶⁵ Nurlaeli Fattah, Dosen P2HP Politani Pangkep, Wawancara, di Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, 22 Juni 2025.

meningkat. Selain itu, kemasan yang lebih profesional dan promosi melalui media sosial juga membantu memperluas jangkauan pasar. Berikut perkiraan omzet setelah adanya inovasi produk di *Teaching Factory*:

Tabel 4.1 Perkiraan Omzet Per Produk & Peningkatannya

Produk	Persentase Omzet Awal	Omzet Awal (Rp)	Omzet +40% (Rp)	Omzet +60% (Rp)
Nugget Bandeng	30%	1.200.000	1.680.000	1.920.000
Otak-Otak Bandeng	25%	1.000.000	1.400.000	1.600.000
Bakso Bandeng	25%	1.000.000	1.400.000	1.600.000
Bandeng Presto	20%	800.000	1.120.000	1.280.000
Total	100%	4.000.000	5.600.000	6.400.000

Melalui wawancara dengan Kepala Lab. Kampus Politani dengan pertanyaan Berapa rata-rata jumlah ikan bandeng yang digunakan per bulan untuk keperluan produksi? Apakah ada perbedaan jumlah penggunaan ikan bandeng pada tiap produk seperti bakso, nugget, dll.? Ibu Nurlaeli Fattah memberikan penjelasan sebagai berikut :

“Karena sistem produksi kami berdasarkan pesanan atau pre-order, jumlah ikan bandeng yang digunakan setiap bulan bisa bervariasi. Namun, secara rata-rata, kami menggunakan sekitar 40–70 kg ikan bandeng per bulan, tergantung banyaknya pesanan yang masuk.”
 Tiap produk memang menggunakan jumlah ikan yang berbeda. Misalnya, bakso bandeng biasanya membutuhkan lebih banyak daging ikan murni karena teksturnya harus halus dan padat. Sedangkan untuk nugget dan otak-otak, penggunaan ikan dicampur dengan bahan tambahan seperti

tepung atau bumbu, sehingga konsumsi bandeng per unit lebih sedikit. Bandeng presto menggunakan ikan utuh, jadi jumlahnya tergantung ukuran bandeng yang digunakan. Perbedaan inilah yang membuat estimasi kebutuhan bahan baku bergantung pada jenis produk yang paling banyak dipesan di bulan tersebut.”⁶⁶

Selanjutnya pertanyaan apakah produk olahan ikan bandeng hasil inovasi ini hanya dipasarkan di lingkungan kampus, atau juga keluar kampus? Dengan tanggapan kepala Lab. Kampus Politani sebagai berikut :

“Produk olahan ikan bandeng hasil inovasi awalnya memang dipasarkan di lingkungan kampus, terutama saat kegiatan praktik, pameran, dan event mahasiswa. Namun, seiring dengan meningkatnya minat dan kualitas produk, pemasaran mulai diperluas ke luar kampus, seperti ke masyarakat sekitar, kegiatan pameran daerah, serta melalui media sosial dan sistem pre-order. Beberapa produk juga telah dipasarkan sampai di Papua & Jawa. Hal ini menunjukkan bahwa produk tidak hanya terbatas untuk lingkungan internal, tetapi juga sudah mulai menjangkau pasar yang lebih luas.”

Pemasaran produk olahan ikan bandeng yang awalnya hanya berfokus di lingkungan kampus merupakan langkah awal yang umum dilakukan oleh *Teaching Factory* atau unit-unit kewirausahaan kampus. Lingkungan kampus menjadi tempat yang strategis untuk uji pasar, memperoleh umpan balik dari konsumen internal (dosen, mahasiswa, dan staf), serta sebagai media pembelajaran langsung bagi mahasiswa. Namun, ketika produk mengalami peningkatan dari segi kualitas, cita rasa, dan kemasan, serta mendapat respons positif dari konsumen, maka perluasan pasar menjadi langkah logis selanjutnya. Pemasaran di luar kampus membuka peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan volume penjualan, dan mengukur potensi produk di pasar nyata.

Untuk mengetahui produk olahan ikan bandeng yang paling diminati dan memberikan kontribusi omzet tertinggi, peneliti melakukan wawancara dengan Tim Produksi *Teaching Factory* yang terlibat langsung dalam proses produksi

⁶⁶ Nurlaeli Fattah, Dosen P2HP Politani Pangkep, Wawancara, di Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, 22 Juni 2025.

dan pemasaran produk. Hasil wawancara menunjukkan bahwa masing-masing produk memiliki keunggulan dan segmen pasarnya tersendiri. Ibu Herianti menyatakan bahwa nugget bandeng adalah produk yang paling diminati dan memberikan omzet tertinggi:

“Menurut saya, nugget bandeng yang paling banyak diminati. Pembelinya mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Selain rasanya yang gurih, bentuknya juga menarik. Penjualannya paling stabil dan sering dipesan dalam jumlah besar, jadi omsetnya paling tinggi.”⁶⁷

Sementara itu, Ibu Hasni mengungkapkan bahwa otak-otak bandeng juga sangat diminati, terutama pada saat event atau pameran:

“Kalau dari pengamatan saya, otak-otak bandeng lebih cepat laku, apalagi kalau ada event kampus atau pameran. Orang-orang suka karena praktis dan aromanya khas. Kami sering dapat pesanan khusus untuk produk ini, jadi keuntungannya juga lumayan.”⁶⁸

Ibu Arnida menambahkan bahwa bakso bandeng menjadi produk yang sering diproduksi karena banyak permintaan dari pelanggan:

“Bakso bandeng termasuk yang paling sering dibuat karena banyak permintaan. Banyak pelanggan yang bilang rasanya beda dari bakso biasa. Dari segi produksi juga bisa dibuat dalam jumlah banyak, jadi hasil penjualannya besar.”⁶⁹

Sedangkan Ibu Hasnawati menyampaikan bahwa meskipun abon bandeng tidak sepopuler produk lainnya dalam hal jumlah, namun tetap menghasilkan omzet yang baik karena nilai jual yang tinggi:

“Saya lihat abon bandeng justru punya pasar tersendiri. Meski tidak secepat nugget atau otak-otak, tapi harganya lebih tinggi dan daya simpannya lama. Jadi meski volumenya kecil, omzetnya tetap bagus karena dijual dalam kemasan premium.”⁷⁰

Dari hasil wawancara dinyatakan bahwa produk inovasi yang paling diminati dan menghasilkan omzet tertinggi berbeda-beda tergantung segmen

⁶⁷ Herianti, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 10 Juni 2025.

⁶⁸ Hasni, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 10 Juni 2025.

⁶⁹ Arnida, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 11 Juni 2025.

⁷⁰ Hasnawati, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 12 Juni 2025.

pasar, bentuk promosi, daya tahan produk, dan karakteristik pembeli. Inovasi tidak hanya terletak pada jenis produk, tetapi juga bagaimana produk tersebut dipasarkan dan diposisikan sesuai kebutuhan konsumen.

Kehadiran usaha ini menunjukkan adanya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya inovasi dalam pengolahan hasil perikanan. Hal ini membuktikan bahwa Desa Mandalle memiliki potensi besar untuk menjadi sentra olahan ikan bandeng yang kompetitif di masa depan.

Peneliti juga menggali informasi mengenai seberapa sering masyarakat selaku konsumen membeli produk olahan ikan bandeng dari *Teaching Factory*. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa frekuensi pembelian konsumen bervariasi, tergantung kebutuhan rumah tangga, momen tertentu, dan kebiasaan konsumsi masing-masing individu. Sebagian konsumen membeli secara rutin setiap minggu atau bulanan, seperti yang disampaikan oleh Ibu Wati:

“Hampir tiap minggu beli, karena anak-anak suka sama nugget bandengnya. Sekalian bantu promosi juga.”⁷¹

Ibu Rusmiati juga membeli cukup sering, tergantung kebutuhan rumah tangga:

“Biasanya satu atau dua kali sebulan, tergantung kebutuhan di rumah. Kalau ada acara kumpul-kumpul, saya beli lebih banyak. Sekarang saya juga simpan beberapa produk beku sebagai stok di kulkas.”⁷²

Sementara itu, beberapa konsumen membeli dalam frekuensi sedang atau tidak tetap, seperti Zahrah Khumairah yang menyampaikan:

“Kalau ada teman yang jual atau open order, saya pasti ikut beli. Jadi tidak punya waktu tetap.”⁷³

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki pola pembelian yang fleksibel berdasarkan kebutuhan rumah tangga dan momen tertentu, seperti acara kumpul-kumpul. Frekuensi pembelian satu atau dua kali

⁷¹ Wati, IRT, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

⁷² Rusmiati, IRT, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 13 Juni 2025.

⁷³ Zahrah Khumairah, Mahasiswa, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

sebulan menandakan bahwa produk olahan ikan bandeng termasuk dalam kategori produk yang diminati secara rutin, meskipun tidak setiap hari.

Selain itu, kebiasaan menyimpan produk dalam bentuk beku (*frozen*) menunjukkan bahwa konsumen merasa produk ini praktis, tahan lama, dan layak disimpan untuk keperluan mendadak. Hal ini menegaskan bahwa produk sudah masuk ke dalam kebutuhan rumah tangga dan dianggap cukup penting untuk dijadikan stok makanan di rumah.

3. Kendala yang Dihadapi dalam Melakukan Inovasi Produk dan Solusi yang Diterapkan

Beberapa kendala yang dihadapi dalam inovasi produk meliputi: keterbatasan peralatan modern, ketersediaan bahan baku, kurangnya pengetahuan teknis tentang pengemasan dan label, tenaga kerja dan pengolahan, serta akses pemasaran yang masih terbatas. Kendala ini menghambat kemampuan *Teaching Factory* untuk memperluas produksi dan meningkatkan omzet lebih jauh.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Nurlaeli selaku Kepala Laboratorium *Teaching Factory* di Politani Pangkep, beliau menjelaskan bahwa:

“Ya, kadang ada kendala dalam penyediaan bahan baku, terutama saat permintaan meningkat atau saat pasokan ikan bandeng dari petambak menurun misalnya saat cuaca buruk apalagi budidaya ikan bandeng di Kampus Politani hanya 2-3 setahun jadi diluar dari hasil panen budidaya kami juga memesan ke pengecer Ikan Bandeng. Hal ini menyebabkan kami harus menyesuaikan jadwal produksi atau mengurangi jumlah pesanan. Selain itu, kualitas ikan yang tidak stabil juga bisa memengaruhi hasil produk, terutama jika daging ikan terlalu kecil atau berbau lumpur.”⁷⁴

Dari hasil wawancara membuktikan bahwa penyediaan bahan baku merupakan faktor krusial dalam proses produksi olahan ikan bandeng. Kendala seperti terbatasnya pasokan saat musim panen rendah, fluktuasi harga, dan

⁷⁴ Nurlaeli Fattah, Dosen P2HP Politani Pangkep, Wawancara, di Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, 22 Juni 2025.

kualitas ikan yang bervariasi sering kali menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha, termasuk *Teaching Factory*. Ketika permintaan pasar meningkat sementara pasokan ikan tidak mencukupi, maka akan berdampak langsung pada produktivitas, efisiensi waktu, dan kepuasan konsumen. Selain itu, standar ukuran bandeng untuk diolah menjadi nugget, otak-otak, dan abon juga menjadi pertimbangan dalam seleksi bahan baku. Hal ini tentu berdampak pada kelancaran proses produksi, karena jika bahan baku tidak tersedia dalam jumlah dan kualitas yang diharapkan, maka proses inovasi produk dan skala produksi akan terhambat.

Inovasi produk menjadi salah satu strategi penting dalam upaya meningkatkan omzet usaha olahan ikan bandeng di *Teaching Factory*. Namun, dalam pelaksanaannya, tim produksi menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi kelancaran proses inovasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Herianti, salah satu anggota tim produksi *Teaching Factory*, diketahui bahwa keterbatasan alat menjadi kendala utama dalam proses pengembangan produk. Ia mengungkapkan bahwa:

“Kalau dari kami, kendala paling sering itu keterbatasan alat. Kadang ide sudah ada, tapi alat yang ada belum cukup mendukung untuk uji coba produk baru.”⁷⁵

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ide-ide inovatif telah dimiliki oleh tim, namun keterbatasan sarana dan prasarana, khususnya alat produksi dan uji coba, membatasi implementasi dari inovasi tersebut. Selanjutnya, Ibu Hasni sebagai tim produksi kedua, menambahkan bahwa masalah utama lainnya terletak pada ketersediaan bahan baku, terutama dalam hal konsistensi kualitas. Ia menyampaikan bahwa:

“Yang paling terasa itu kendala di persediaan bahan baku. Kadang susah dapat ikan bandeng yang kualitasnya konsisten, apalagi kalau mau produksi dalam jumlah besar.”⁷⁶

⁷⁵ Herianti, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 10 Juni 2025.

Tantangan dalam mendapatkan bahan baku berkualitas secara kontinu menjadi hambatan dalam menjaga standar produk dan memenuhi permintaan konsumen, terutama saat produksi massal. Ibu Arnida, anggota tim produksi ketiga, menyatakan bahwa aspek pengemasan juga menjadi salah satu kendala yang sering dihadapi. Ia menuturkan bahwa:

“Kami sering terhambat di bagian pengemasan. Mau coba desain baru atau kemasan yang lebih menarik, tapi biayanya lumayan besar dan tidak bisa langsung diterapkan.”⁷⁷

Sementara itu, Ibu Hasnawati sebagai tim produksi keempat, menyoroti kendala dalam manajemen waktu dan ketersediaan tenaga kerja. Ia menjelaskan bahwa:

“Kendala kami kadang di manajemen waktu dan juga tenaga kerja. Karena harus bagi waktu antara produksi rutin dan pengembangan produk baru. Jadi kadang proses inovasi tertunda.”⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim produksi dari *Teaching Factory*, dapat disimpulkan bahwa proses inovasi produk olahan ikan bandeng masih menghadapi berbagai kendala. Beberapa hambatan utama meliputi keterbatasan alat produksi yang belum mendukung pengembangan produk baru, fluktuasi kualitas bahan baku terutama ikan bandeng, serta kendala dalam hal pengemasan dan biaya yang menyertainya. Selain itu, keterbatasan waktu, kurangnya pelatihan, dan minimnya uji pasar atau respon dari konsumen juga menjadi tantangan tersendiri. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ide dan semangat inovasi cukup besar, masih diperlukan dukungan berupa fasilitas, pelatihan, dan strategi pemasaran yang lebih matang agar inovasi produk dapat berjalan optimal dan berkelanjutan.

⁷⁶ Hasni, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 10 Juni 2025.

⁷⁷ Arnida, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 11 Juni 2025.

⁷⁸ Hasnawati, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 12 Juni 2025.

Upaya Solusi yang Diterapkan

Teaching Factory berusaha mengatasi kendala dengan melakukan kerja sama dengan pihak kampus untuk pelatihan dan pendampingan teknis. Selain itu, *Teaching Factory* mulai memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran dan memperbaiki kemasan agar lebih menarik konsumen.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh Kepala Lab. Politani Pangkep untuk pertanyaan apa rencana pengembangan ke depan terkait inovasi produk ikan bandeng di *Teaching Factory*? Ibu IR. Nurlaeli Fattah, M.Si memberikan tanggapan sebagai berikut :

“Ke depan, kami punya beberapa rencana pengembangan untuk inovasi produk ikan bandeng di *Teaching Factory* dengan menyediakan fasilitas yang lebih memadai dan menambah variasi produk baru, memperbaiki kemasan agar lebih menarik dan informatif, pemasaran digital juga jadi fokus utama. Kami juga terus mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam riset inovasi produk, agar *Teaching Factory* bisa menjadi tempat belajar sekaligus berproduksi yang benar-benar nyata dan siap bersaing di dunia usaha.”

"Ke depannya, kampus berencana memfasilitasi pengurusan sertifikasi halal dan izin edar (BPOM) untuk setiap produk inovasi yang dihasilkan, khususnya dari *Teaching Factory*. Hal ini bertujuan untuk menjamin standar keamanan dan mutu produk, serta mendukung legalitas dan daya saing di pasar yang lebih luas."⁷⁹ Lanjutnya.

Dari hasil wawancara tersebut, penyediaan label halal dan izin edar (BPOM) pada kemasan tidak hanya untuk memastikan bahwa produk layak didistribusikan dan aman bagi masyarakat, tetapi juga menjadi bentuk dukungan khusus untuk penelitian dan praktik pengajaran pabrik. Dengan sertifikasi ini, diharapkan bahwa produk inovasi di kampus dapat berpartisipasi dalam pasar yang lebih luas, baik bekerja sama dengan industri dan penjualan langsung kepada konsumen.

Dalam menghadapi berbagai kendala yang muncul selama proses inovasi produk, tim produksi *Teaching Factory* memiliki strategi tersendiri untuk

⁷⁹ Nurlaeli Fattah, Dosen P2HP Politani Pangkep, Wawancara, di Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, 22 Juni 2025.

menyiasatinya. Hal ini penting guna memastikan bahwa proses pengembangan produk tetap berjalan meskipun dalam keterbatasan.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Herianti, salah satu anggota tim produksi, dijelaskan bahwa kendala keterbatasan alat diatasi dengan cara memaksimalkan penggunaan alat yang sudah tersedia. Selain itu, jika dibutuhkan, tim juga mengajukan pengadaan alat ke pihak kampus atau mencari alternatif peralatan sederhana yang tetap mendukung proses uji coba. Ia menyampaikan:

“Kalau soal alat, kami biasanya memanfaatkan alat yang ada semaksimal mungkin. Kalau betul-betul dibutuhkan, kami ajukan pengadaan ke pihak kampus atau cari alternatif alat yang lebih sederhana tapi tetap bisa dipakai untuk uji coba.”⁸⁰

Selanjutnya, Ibu Hasni selaku tim produksi kedua menjelaskan bahwa untuk mengatasi kendala bahan baku, mereka menjalin kerja sama dengan petambak lokal agar pasokan ikan bandeng segar dapat terpenuhi secara rutin. Selain itu, mereka juga menyiapkan stok cadangan saat panen berlangsung agar bisa digunakan saat ketersediaan bahan baku berkurang. Ia menyampaikan :

“Untuk bahan baku, kami bekerja sama dengan petambak lokal supaya bisa dapat bandeng segar secara rutin. Kadang juga kami simpan stok cadangan di freezer kalau lagi musim panen.”⁸¹

Kemudian, dalam hal pengemasan, Ibu Arnida selaku tim produksi ketiga menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan peningkatan kualitas kemasan secara bertahap. Tim memulai dengan menggunakan kemasan standar terlebih dahulu, dan setelah produk mendapatkan respons baik dari pasar, barulah dilakukan peningkatan desain dan kualitas kemasan sesuai dengan kemampuan anggaran. Ia menjelaskan:

⁸⁰ Herianti, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 10 Juni 2025.

⁸¹ Hasni, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 10 Juni 2025.

“Masalah kemasan, kami coba bertahap. Awalnya pakai kemasan standar dulu, nanti kalau produk sudah mulai diterima pasar, baru pelan-pelan naikan kualitas kemasannya sesuai anggaran.”⁸²

Adapun Ibu Hasnawati sebagai tim produksi keempat menjelaskan bahwa pengaturan waktu kerja yang lebih terstruktur menjadi solusi untuk mengatasi kendala tenaga kerja dan manajemen waktu. Tim mulai menyusun jadwal yang membedakan antara produksi rutin dan pengembangan produk baru. Bahkan, ke depannya direncanakan penambahan tenaga kerja untuk memperkuat proses inovasi. Ia menyampaikan:

“Kami atur jadwal kerja lebih rapi dan berencana untuk menambah tenaga kerja. Jadi ada waktu dan pembagian tugas khusus untuk produksi rutin, dan ada juga jadwal khusus buat eksperimen atau uji coba produk baru.”⁸³

Dari hasil wawancara, keinginan untuk menambah tenaga kerja menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi menciptakan dampak sosial positif, seperti membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Ini penting dalam konteks pemberdayaan ekonomi lokal. Permintaan akan peralatan modern mencerminkan kebutuhan peningkatan efisiensi kerja dan kualitas produksi. Dengan alat yang lebih canggih, pekerjaan menjadi lebih ringan, waktu produksi lebih cepat, dan hasil produk menjadi lebih konsisten serta kompetitif.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelaku produksi memiliki kesadaran akan pentingnya inovasi, efisiensi, dan perluasan usaha. Ini juga menjadi cerminan bahwa *Teaching Factory* bukan hanya sebagai tempat belajar, tetapi juga berpotensi tumbuh sebagai unit usaha profesional yang siap bersaing di pasar yang lebih luas.

Saran Konsumen terhadap Pengembangan Produk Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle

⁸² Arnida, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 11 Juni 2025.

⁸³ Hasnawati, Tim Produksi *Teaching Factory*, Wawancara, di Desa Mandalle Kabupaten Pangkep, 12 Juni 2025.

Dalam rangka memahami persepsi dan harapan pasar terhadap produk olahan ikan bandeng, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa konsumen untuk mengetahui saran dan masukan yang dapat dijadikan pertimbangan dalam proses inovasi produk. Berbagai masukan ini mencerminkan kebutuhan dan selera pasar yang semakin dinamis.

Mayoritas konsumen menilai bahwa rasa dan kualitas merupakan faktor utama agar produk tetap diminati oleh pasar. Seperti disampaikan oleh Ibu Rusmiati:

“Kalau dari saya, rasa dan kualitas harus dijaga terus.”⁸⁴

Syahrul memberikan masukan berbeda dengan menekankan perlunya promosi yang menarik, seperti diskon atau bundling:

“Menurut saya, perlu ada promo. Misalnya beli 3 varian dapat diskon. Itu bisa bikin orang coba lebih banyak produk sekaligus.”⁸⁵

Sementara itu, Zahra Khumairah tidak hanya menyoroti kemasan dari segi tampilan, tapi juga fungsinya sebagai media informasi:

“Menurut saya, kemasan harus lebih menarik lagi tapi tetap informatif karena kesan pertama itu dari tampilan produk.”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap berbagai kalangan masyarakat, dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk olahan ikan bandeng memerlukan pendekatan yang menyeluruh, baik dari sisi inovasi, kemasan, pemasaran, hingga pemahaman terhadap kebutuhan konsumen.

Kemasan yang menarik dan informatif dinilai menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik produk. Label halal, tanggal kedaluwarsa, serta tampilan kemasan yang rapi dan bersih akan meningkatkan kepercayaan pembeli, khususnya di kalangan ibu rumah tangga. Dengan memahami dan menerapkan masukan dari berbagai lapisan masyarakat, pelaku usaha olahan ikan bandeng diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan penerimaan produk di pasar secara berkelanjutan.

⁸⁴ Rusmiati, IRT, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 13 Juni 2025.

⁸⁵ Syahrul, Mahasiswa, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

⁸⁶ Zahrah Khumairah, Mahasiswa, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

B. Pembahasan

1. Bentuk Inovasi Produk yang diterapkan pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle

Hasil penelitian ini selaras dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers, yang menyatakan bahwa adopsi inovasi secara bertahap dan terarah mampu memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan suatu usaha. Inovasi terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pendapatan (omzet) serta menjaga keberlangsungan usaha pengolahan ikan bandeng. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai kendala, baik dari aspek internal maupun eksternal, yang menjadi hambatan dan perlu diatasi melalui penerapan strategi yang tepat guna memastikan keberlanjutan inovasi tersebut.

Hal ini juga didukung oleh penelitian Kristina Djojoatmojo (2022) yang menyimpulkan bahwa dalam usaha pengolahan hasil perikanan, inovasi dan strategi pengembangan usaha seperti diversifikasi produk dan peningkatan kualitas produksi sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Dalam penelitian tersebut, Kristina menunjukkan bahwa pelatihan SDM, peningkatan kemasan, dan kerja sama dengan mitra lokal merupakan bagian penting dalam mengatasi tantangan produksi dan pemasaran. Temuan tersebut relevan dengan kondisi *Teaching Factory*, di mana tim produksi juga menghadapi kendala seperti keterbatasan alat, bahan baku, serta kurangnya pengetahuan teknis tentang pengemasan dan pemasaran. Oleh karena itu, untuk memastikan inovasi dapat berjalan berkelanjutan, strategi penyesuaian internal dan kemitraan eksternal menjadi sangat penting.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Lia Ibniwasum (2021) yang meneliti tentang inovasi produk pada Sheren Hijab Bengkulu. Dalam penelitiannya, Lia menyimpulkan bahwa inovasi berperan besar dalam menarik minat konsumen, terutama melalui variasi desain produk, peningkatan kualitas, serta pengemasan yang menarik. Lia menegaskan bahwa inovasi yang dilakukan

secara konsisten mampu mendorong peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan strategi *Teaching Factory* yang juga melakukan variasi produk, pengemasan secara bertahap, serta perbaikan kualitas agar produk olahan ikan bandeng lebih kompetitif di pasar. Dengan demikian, baik dalam konteks usaha *fashion* maupun usaha pengolahan hasil perikanan, inovasi terbukti sebagai faktor penting dalam mendorong pertumbuhan usaha. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan alat, bahan baku, dan pengemasan, keberhasilan tetap dapat dicapai apabila pelaku usaha mampu mengembangkan strategi adaptif dan berkelanjutan.

Penelitian ini juga diperkuat oleh hasil studi Putri Alifia Ardana (2022) yang meneliti peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Dolphin Bakery di Kota Kediri. Dalam penelitiannya, disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan secara berkelanjutan mampu meningkatkan daya saing dan penjualan produk secara signifikan. Inovasi yang dimaksud mencakup penambahan varian rasa, perubahan bentuk produk, hingga pengemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan tren konsumen.

Hal ini relevan dengan kondisi yang ditemukan pada usaha pengolahan ikan bandeng di *Teaching Factory* Mandalle, di mana tim produksi juga menerapkan strategi inovasi dalam bentuk diversifikasi produk, pembaruan kemasan, dan peningkatan kualitas rasa serta tampilan. Kedua penelitian sama-sama menunjukkan bahwa strategi inovasi tidak hanya mendorong peningkatan omzet, tetapi juga memperkuat posisi produk di tengah persaingan pasar. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya sejalan dengan teori Difusi Inovasi dari Rogers, tetapi juga diperkuat oleh bukti empiris dari penelitian sebelumnya bahwa inovasi merupakan kunci utama dalam pengembangan usaha skala kecil dan menengah, termasuk dalam sektor perikanan.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pelaku usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle, ditemukan bahwa inovasi produk memberikan dampak yang

signifikan terhadap peningkatan omzet usaha. Inovasi tersebut mencakup diversifikasi produk, perbaikan desain kemasan, peningkatan kualitas cita rasa, serta penerapan strategi pemasaran melalui media sosial. Inisiatif *Teaching Factory* dalam mengembangkan varian produk seperti nugget bandeng, bakso bandeng, dan otak-otak bandeng turut menunjukkan adanya peningkatan minat beli dari konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers, yang menyatakan bahwa inovasi dapat mempercepat proses adopsi produk oleh masyarakat, terutama apabila inovasi tersebut menawarkan nilai tambah dan kemudahan dalam penggunaannya.

Inovasi tersebut mencakup aspek produk, proses produksi, rasa, dan kemasan. Berikut adalah penjabaran bentuk-bentuk inovasi yang ditemukan di lapangan :

a. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk merupakan bentuk inovasi yang paling nyata di lapangan.

- 1) Produk awal dari usaha ini hanya terbatas pada bandeng presto, yang merupakan produk konvensional dan cukup dikenal oleh masyarakat.
- 2) Seiring waktu, pelaku usaha mulai melakukan pengembangan produk menjadi berbagai jenis olahan seperti bakso bandeng, nugget bandeng, otak-otak bandeng, bandeng tanpa duri, hingga olahan kekinian yang lebih praktis dan ramah dikonsumsi oleh semua kalangan.
- 3) Setiap produk kini dikemas lebih menarik dan higienis, menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen modern yang mengutamakan kualitas dan tampilan.

Upaya diversifikasi ini tidak hanya berkontribusi pada perluasan portofolio produk, tetapi juga memperluas jangkauan segmentasi pasar, mencakup berbagai

kelompok usia mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, serta menciptakan peluang untuk ekspansi pemasaran ke wilayah di luar daerah asal.

b. Inovasi Rasa dan Varian

- 1) Inovasi selanjutnya terlihat dari penambahan variasi rasa. Pelaku usaha mulai mengeksplorasi rasa seperti pedas, original, dan rempah khas lokal, yang memberikan pilihan lebih luas kepada konsumen.
- 2) Teknik pengolahan juga terus disempurnakan, misalnya dengan cara pengukusan dan penggorengan yang lebih efisien agar menghasilkan rasa yang lebih gurih, tidak amis, dan tahan lama meski tanpa bahan pengawet berbahaya.

Inovasi ini penting karena rasa merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

c. Inovasi Kemasan

- 1) Dalam hal kemasan, pelaku usaha mulai menggunakan kemasan vakum (*vacuum pack*) untuk memperpanjang masa simpan produk dan menjaga kualitas rasa serta kebersihannya. Ditambahkan pula stiker label merek sebagai identitas produk.
- 2) Desain kemasan dibuat lebih modern dan estetik, dengan mencantumkan nama produk serta kontak yang memudahkan konsumen melakukan pembelian ulang.

Desain kemasan yang menarik tidak hanya berperan dalam meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga menjadi representasi profesionalisme serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk lokal.

d. Pemasaran Digital

- 1) Inovasi juga dilakukan dalam aspek pemasaran. Pelaku usaha mulai memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp* untuk

memperkenalkan produk secara luas dan membangun interaksi langsung dengan konsumen.

- 2) Selain itu, mereka aktif mengikuti pengabdian masyarakat, kegiatan promosi di wilayah tertentu, serta pameran UMKM, baik di tingkat lokal maupun regional. Kegiatan ini tidak hanya memperluas jaringan, tetapi juga meningkatkan *brand awareness* dan membangun citra positif di mata masyarakat.

Strategi pemasaran digital serta keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan UMKM terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar bagi produk inovatif dan secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan omzet penjualan.

Pengemasan (*packaging*) merupakan proses membungkus, melindungi, dan menyajikan produk dengan tujuan agar produk tersebut lebih aman, memiliki daya simpan yang lebih lama, serta tampil menarik di mata konsumen. Dalam konteks usaha olahan ikan bandeng, pengemasan tidak hanya berperan dalam menjaga produk dari risiko kontaminasi, tetapi juga berfungsi sebagai salah satu strategi pemasaran visual yang krusial. Secara umum, pengemasan memiliki sejumlah fungsi utama, antara lain:

- a. Perlindungan Fisik: Mencegah produk rusak akibat tekanan, suhu, atau kelembapan.
- b. Keamanan dan Higienitas: Melindungi produk dari kotoran, bakteri, dan kontaminan luar.
- c. Memperpanjang Umur Simpan: Kemasan kedap udara seperti vakum bisa memperlambat proses oksidasi dan pertumbuhan mikroorganisme.
- d. Kemudahan Distribusi: Kemasan yang kuat dan praktis memudahkan penyimpanan, pengiriman, dan penataan produk di rak penjualan.
- e. Daya Tarik Konsumen: Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan nilai jual dan persepsi kualitas produk.

Pengemasan vakum terbukti menjadi metode yang banyak dipilih oleh pelaku usaha di Desa Mandalle karena efektif dalam menjaga kualitas rasa, tekstur, dan aroma produk olahan bandeng dalam jangka waktu yang lebih lama. Namun demikian, kemasan akan terlihat kurang menarik apabila tidak dilengkapi dengan desain label yang informatif dan estetis. Label merupakan informasi tertulis maupun grafis yang tercantum pada kemasan produk, yang berfungsi sebagai identitas produk sekaligus sarana komunikasi antara produsen dan konsumen.

Dalam produk olahan pangan seperti ikan bandeng, label tidak hanya berperan sebagai alat identifikasi, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi langsung antara produsen dan konsumen terkait informasi mengenai komposisi, mutu, dan legalitas produk. Label menjadi elemen krusial yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam kategori produk makanan. Label yang informatif dan dirancang secara menarik mampu meningkatkan tingkat kepercayaan serta mencerminkan profesionalisme pelaku usaha. Pencantuman informasi seperti nama produsen, alamat, izin edar dari BPOM, dan sertifikasi halal memberikan jaminan keamanan bagi konsumen, karena menunjukkan bahwa produk tersebut diolah oleh pihak yang jelas dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Selain itu, desain label yang atraktif (melalui pemilihan warna, logo, jenis huruf, dan elemen grafis lainnya) dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha di *Teaching Factory*, terdapat kesadaran yang meningkat mengenai pentingnya penggunaan label, khususnya dalam upaya memperluas jangkauan pasar ke luar daerah maupun memasuki pasar ritel modern. Keinginan untuk menyertakan label pada produk mulai muncul seiring dengan tumbuhnya pemahaman akan pentingnya citra produk dan kepercayaan konsumen. Diketahui bahwa label yang lengkap dan dirancang secara profesional mampu meningkatkan kepercayaan konsumen,

terutama dalam konteks penjualan daring (*online*) maupun di titik distribusi modern.

Produk yang telah diberi label cenderung dipersepsikan lebih aman, berkualitas, dan siap dikonsumsi dibandingkan dengan produk tanpa label atau yang hanya dikemas secara sederhana. Label juga menjadi indikator bahwa produk tersebut berasal dari pelaku usaha lokal yang memiliki komitmen terhadap mutu dan keamanan pangan, sehingga dapat memudahkan proses pengajuan izin edar resmi (BPOM), sertifikasi halal, serta memperoleh dukungan dari pemerintah atau lembaga pendamping UMKM. Meskipun saat ini sebagian besar pelaku usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle belum sepenuhnya menerapkan penggunaan label, pemahaman terhadap manfaat dan pengaruhnya menjadi aspek penting yang patut dipertimbangkan dalam perencanaan pengembangan usaha. Label turut menjadi salah satu elemen kunci dalam menarik perhatian konsumen, baik di rak penjualan maupun dalam promosi digital.

2. Dampak Inovasi Produk terhadap Peningkatan Omzet Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle

Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk tidak hanya berdampak pada peningkatan omzet, tetapi juga membuka peluang pemberdayaan masyarakat, khususnya perempuan. Ibu-ibu dan perempuan di usia produktif memiliki potensi besar dalam kegiatan produksi olahan ikan bandeng. Dengan adanya inovasi, mereka dapat lebih aktif dan berdaya, menghasilkan produk bernilai ekonomi yang mendukung peningkatan pendapatan keluarga serta keterampilan usaha.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, diketahui bahwa rata-rata omzet pelaku usaha mengalami peningkatan sebesar 40–60% setelah penerapan inovasi. Capaian ini mengindikasikan bahwa inovasi produk berperan signifikan dalam mendorong

pertumbuhan ekonomi skala mikro, khususnya melalui kegiatan yang difasilitasi oleh *Teaching Factory*. Produk olahan yang dikemas menggunakan kemasan vakum disertai label yang menarik cenderung lebih dipercaya oleh konsumen, karena dinilai higienis dan siap untuk dikonsumsi. Peningkatan omzet tersebut tidak hanya mencerminkan peningkatan nilai jual produk, tetapi juga menunjukkan kemampuan inovasi dalam memperluas jangkauan pasar secara lebih luas.

Produk olahan yang sebelumnya hanya dipasarkan secara lokal kini telah mampu menjangkau konsumen di luar desa bahkan antar kabupaten melalui sistem *pre-order*. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi memegang peranan penting dalam memperluas pangsa pasar serta meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha kecil di sektor perikanan. Sistem produksi berbasis *pre-order* mengindikasikan bahwa jumlah ikan bandeng yang digunakan disesuaikan dengan volume pesanan yang diterima, bukan diproduksi dalam jumlah tetap setiap bulan. Konsep ini menjadikan kebutuhan akan bahan baku bersifat fleksibel, yang dapat meningkat atau menurun tergantung pada musim, tingkat permintaan pasar, atau momen tertentu seperti hari raya dan kegiatan pameran.

Produksi berbasis *pre-order* adalah sistem produksi di mana barang baru diproses atau dibuat setelah konsumen melakukan pemesanan. Artinya, produk tidak disiapkan dalam jumlah besar terlebih dahulu, melainkan dibuat sesuai jumlah dan permintaan pelanggan yang sudah pasti. Dalam konteks usaha olahan ikan bandeng, sistem *pre-order* umumnya digunakan untuk produk seperti nugget bandeng, bakso bandeng dan otak-otak bandeng yang memiliki umur simpan terbatas jika tidak disimpan beku.

Pre-order sering dikombinasikan dengan promosi di media sosial (seperti *WhatsApp*, *Facebook*, atau *Instagram*). Pelaku usaha bisa membuka pesanan dalam waktu tertentu dan memberikan diskon khusus untuk pemesanan awal, sehingga menciptakan interaksi langsung dengan konsumen. Produksi

berdasarkan pesanan membuat biaya bahan baku, pengemasan, dan tenaga kerja lebih terkontrol. Pelaku usaha dapat memperkirakan kebutuhan harian atau mingguan dengan lebih akurat. Karena produksi hanya dilakukan saat ada pesanan, pelaku usaha tidak perlu menyimpan stok dalam jumlah besar yang berisiko basi atau tidak terjual. Ini sangat penting dalam produk olahan berbahan dasar ikan yang mudah rusak jika tidak dikelola dengan baik.

Sistem ini memungkinkan pelaku usaha meminimalkan risiko kerugian, mengatur produksi secara terencana, dan menjalin hubungan langsung dengan konsumen. Ke depan, pendekatan ini bisa dikembangkan lebih profesional dengan sistem pencatatan pesanan, promosi digital, dan pengiriman terjadwal. Sistem produksi berbasis *pre-order* sangat erat kaitannya dengan penggunaan bahan baku utama, yaitu ikan bandeng. Dalam usaha olahan ikan bandeng, pemanfaatan ikan sebagai bahan utama sangat menentukan efisiensi produksi, kualitas produk, dan tentu saja tingkat penjualan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, rata-rata penggunaan 40–70 kg ikan bandeng per bulan mencerminkan kapasitas produksi yang masih menyesuaikan kemampuan tenaga, alat, dan jumlah permintaan. Ini adalah strategi yang efisien, terutama bagi usaha kecil atau Teaching Factory yang belum memproduksi secara massal.

Adanya perbedaan kebutuhan ikan per produk juga penting untuk dipahami. Misalnya:

- a. Bakso bandeng menggunakan daging ikan lebih banyak karena adonannya hampir seluruhnya berbahan dasar bandeng.
- b. Nugget dan otak-otak bandeng menggunakan daging ikan yang dicampur dengan bahan lain seperti tepung dan sayuran, sehingga lebih hemat penggunaan ikan.

- c. Bandeng presto justru menggunakan ikan utuh tanpa melalui proses pencampuran, sehingga kebutuhan ikannya dihitung per ekor.

Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun omzet total meningkat, efisiensi bahan baku bisa tetap terjaga tergantung pada komposisi produk yang dipesan. Maka, pengelolaan bahan baku berbasis jenis produk sangat penting untuk menghindari pemborosan dan menjaga keberlanjutan produksi.

3. Kendala yang dihadapi dalam Melakukan Inovasi Produk dan Solusi yang diterapkan

Di tengah dinamika persaingan usaha yang semakin kompetitif, inovasi menjadi strategi yang krusial dalam menjaga keberlangsungan dan eksistensi usaha. Usaha yang tidak mengalami pembaruan cenderung mengalami penurunan daya saing dan berisiko ditinggalkan oleh konsumen. Melalui inovasi, pelaku usaha tidak hanya mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga berpotensi menarik minat konsumen baru yang menginginkan produk dengan variasi dan tampilan yang lebih modern. Persaingan usaha sendiri merupakan kondisi di mana dua pihak atau lebih bersaing untuk menarik perhatian konsumen dengan menawarkan produk yang memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya. Persaingan ini dapat berlangsung secara sehat, melalui inovasi dan peningkatan kualitas, maupun secara tidak sehat, seperti meniru tanpa pembaruan atau melakukan tindakan yang merugikan pesaing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle telah mengalami persaingan yang makin terasa seiring bertambahnya jumlah pelaku usaha dan semakin tingginya permintaan pasar. Namun, persaingan ini justru menjadi pemicu positif untuk berinovasi, meningkatkan mutu, dan memperluas pasar. Dengan strategi yang tepat, pelaku usaha tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan.

Meskipun inovasi memberikan dampak yang baik, namun masih terdapat hambatan yang dialami oleh sebagian pelaku usaha, antara lain keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan teknis tentang pengemasan dan pemasaran digital, serta keterbatasan alat produksi. Dalam pelaksanaan produksi olahan ikan bandeng di *Teaching Factory Politani Pangkep*, ditemukan beberapa kendala yang cukup signifikan, khususnya dalam hal penyediaan bahan baku utama, yaitu ikan bandeng. Hal ini disampaikan dalam wawancara dengan salah satu tim produksi, yang menjelaskan bahwa kendala pasokan kerap terjadi terutama pada saat permintaan produk meningkat atau saat kondisi lingkungan tidak mendukung, seperti cuaca buruk.

Keterbatasan pasokan ikan bandeng dari hasil budidaya internal kampus menjadi salah satu penyebab utama. Produksi budidaya bandeng yang dilakukan oleh pihak kampus hanya berlangsung 2–3 kali dalam setahun, sehingga dalam waktu-waktu di luar masa panen tersebut, *Teaching Factory* harus mengandalkan pembelian dari pengecer luar. Ketergantungan terhadap sumber eksternal ini menimbulkan risiko dalam hal ketersediaan, kualitas, dan kestabilan harga bahan baku.

Selain itu, faktor kualitas ikan bandeng juga menjadi tantangan tersendiri. Beberapa kali dijumpai bahan baku yang memiliki ukuran terlalu kecil atau daging yang berbau lumpur, sehingga tidak memenuhi standar kualitas yang dibutuhkan dalam produksi. Ketidakstabilan kualitas ini dapat berdampak pada hasil akhir produk, baik dari segi rasa, tekstur, maupun daya tahan produk.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, produksi olahan ikan bandeng di *Teaching Factory* sebagian besar melibatkan dosen, teknisi laboratorium, serta mahasiswa yang berpartisipasi secara bergiliran sesuai jadwal perkuliahan. Hal ini menyebabkan jumlah tenaga kerja tidak selalu tersedia secara tetap dan kontinyu. Saat kegiatan akademik sedang padat, atau pada masa libur kuliah,

kegiatan produksi cenderung terhenti atau berjalan dengan kapasitas yang sangat terbatas.

Keterbatasan tenaga kerja ini mengakibatkan proses produksi tidak bisa dilakukan secara rutin dan dalam skala besar. Akibatnya, pemenuhan permintaan produk dari luar sering kali tidak maksimal. Kondisi ini juga menjadi tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan produksi serta memperluas pemasaran produk secara konsisten.

Salah satu kendala penting lainnya adalah belum dimilikinya izin edar dari BPOM maupun sertifikasi halal dari lembaga berwenang untuk produk-produk olahan ikan bandeng yang dihasilkan. Meskipun produk *Teaching Factory* telah memenuhi standar kebersihan dan mutu secara internal, namun ketiadaan izin resmi tersebut menjadi hambatan dalam memperluas pasar, terutama ke retail modern, *marketplace* nasional, atau instansi pemerintah yang mensyaratkan legalitas produk pangan.

Begitu pula dengan kemasan produk yang saat ini masih bersifat sederhana dan belum memuat label halal, informasi nilai gizi, komposisi, maupun kode produksi. Hal ini mengurangi daya tarik kemasan dan bisa memengaruhi kepercayaan konsumen, terutama dari kalangan rumah tangga dan konsumen muslim yang sangat memperhatikan aspek kehalalan dan keamanan pangan. Ketiadaan legalitas ini juga menjadi faktor penghambat ketika *Teaching Factory* ingin menjalin kerja sama dengan pihak luar, seperti distributor, UMKM lokal, atau pelaku industri skala besar.

Maka dari itu, proses fasilitasi pengurusan izin edar dan sertifikasi halal perlu segera dilakukan agar produk inovasi yang dihasilkan tidak hanya unggul dari sisi kualitas, tetapi juga legal, aman, dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan perlunya dukungan dari pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan instansi terkait dalam memberikan pelatihan dan bantuan peralatan agar inovasi dapat terus berlanjut secara berkelanjutan.

Upaya Solusi yang Diterapkan

Hasil wawancara dengan Kepala Laboratorium Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan (Politani Pangkep), mengungkapkan adanya arah pengembangan yang jelas terhadap *Teaching Factory* (TeFa) khususnya dalam hal inovasi produk olahan ikan bandeng. Dalam penjelasannya, beliau menyampaikan bahwa ke depan, *Teaching Factory* dirancang tidak hanya sebagai tempat produksi, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran dan pengembangan inovasi yang terintegrasi. Beberapa rencana pengembangan yang disampaikan antara lain meliputi:

1. Peningkatan Fasilitas Produksi

TeFa berencana menambah dan memperbaiki fasilitas produksi agar lebih memadai dan mendukung proses inovasi secara optimal. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil olahan bandeng.

2. Penambahan Varian Produk Inovatif

Dalam upaya memperluas pasar dan memenuhi preferensi konsumen yang beragam, pengembangan produk tidak hanya terbatas pada varian bandeng yang telah dikembangkan tetapi juga mencakup varian lainnya.

3. Perbaikan Desain dan Fungsi Kemasan

Aspek kemasan menjadi perhatian penting. Kemasan akan dirancang agar lebih menarik secara visual dan informatif, dengan mencantumkan komposisi, label halal, serta informasi nilai gizi dan cara penyajian. Hal ini penting dalam meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen.

4. Fokus pada Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital juga menjadi salah satu prioritas pengembangan. Dengan memanfaatkan media sosial, *marketplace*, dan promosi digital lainnya, produk hasil *Teaching Factory* diharapkan bisa menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda dan konsumen urban.

5. Pelibatan Mahasiswa dalam Riset Inovatif

Dalam rangka menciptakan ekosistem pembelajaran yang aplikatif, mahasiswa didorong untuk terlibat langsung dalam kegiatan riset, produksi, dan inovasi produk. Hal ini bertujuan agar *Teaching Factory* menjadi tempat praktik nyata yang mampu melatih keterampilan wirausaha dan industri mahasiswa.

6. Fasilitasi Sertifikasi Produk

Salah satu upaya strategis lainnya adalah rencana fasilitasi pengurusan sertifikasi halal dan izin edar (BPOM) untuk setiap produk inovasi yang dihasilkan di *Teaching Factory*. Sertifikasi ini tidak hanya menjamin mutu dan keamanan pangan, tetapi juga membuka peluang produk untuk bersaing di pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional.

Rencana pengembangan tersebut menunjukkan komitmen institusi dalam menjadikan *Teaching Factory* sebagai model pembelajaran berbasis industri yang tidak hanya berorientasi akademik, tetapi juga kompetitif di dunia usaha. Hal ini sejalan dengan tujuan utama inovasi produk, yaitu meningkatkan nilai tambah, daya saing, dan keberlanjutan usaha olahan ikan bandeng yang berbasis pendidikan dan teknologi.

Tim produksi memiliki berbagai strategi untuk mengatasi kendala yang muncul dalam proses inovasi produk. Dalam menghadapi keterbatasan alat, mereka berusaha memaksimalkan peralatan yang ada dan mengajukan pengadaan jika memungkinkan. Untuk mengatasi masalah bahan baku, tim menjalin kerja sama dengan petambak lokal dan menjaga stok cadangan. Terkait kemasan, pendekatan bertahap digunakan agar biaya tetap terjangkau sambil tetap menjaga kualitas.

Selain itu, tim juga melakukan pengaturan waktu yang lebih efisien antara produksi rutin dan eksperimen produk baru. Guna meningkatkan kualitas dan variasi produk, mereka aktif mengikuti pelatihan serta memanfaatkan sumber belajar daring. Kolaborasi dalam tim dan keterbukaan terhadap saran konsumen

juga menjadi langkah penting dalam perbaikan produk. Strategi promosi melalui media sosial dan bazar pun dimanfaatkan untuk mendapatkan umpan balik dari pasar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat berbagai kendala, tim produksi tetap proaktif dan adaptif dalam mencari solusi yang kreatif dan efektif.

Dari hasil penelitian, Pelaku usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle terus berupaya meningkatkan kualitas dan daya saing produknya melalui berbagai inovasi dan pengembangan. Pengembangan produk dalam usaha olahan ikan bandeng merupakan langkah penting untuk meningkatkan omzet dan daya saing. Meskipun masih menghadapi banyak hambatan seperti modal, labelisasi, dan alat produksi, pelaku usaha di Desa Mandalle menunjukkan semangat untuk terus berkembang. Dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga keuangan sangat diperlukan agar potensi usaha ini bisa meningkat secara berkelanjutan.

Saran Konsumen terhadap Pengembangan Produk Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle

Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai kalangan masyarakat, baik dari konsumen umum, ibu rumah tangga, hingga kalangan mahasiswa, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan masukan strategis bagi pengusaha olahan ikan bandeng agar produk mereka lebih menarik dan mudah diterima pasar.

Pertama, sebagian besar responden menekankan pentingnya inovasi produk sebagai kunci daya saing. Hal ini terlihat dari saran untuk mengembangkan variasi olahan seperti bandeng tanpa duri, abon bandeng, bakso bandeng, nugget, serta bandeng dengan rasa kekinian seperti pedas manis, atau keju. Inovasi ini bertujuan untuk menghindari kejenuhan pasar serta memberikan opsi produk yang lebih luas sesuai dengan selera konsumen.

Selain inovasi produk, responden juga menyarankan adanya peningkatan kualitas kemasan. Kemasan yang menarik secara visual, bersih, dan informatif (memuat label halal, izin edar, tanggal kedaluwarsa, serta cara penyajian)

dianggap mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Ibu-ibu sebagai target pasar utama menyatakan bahwa tampilan kemasan yang rapi dan jelas menjadi faktor utama dalam memilih produk makanan untuk keluarga.

Dari sisi promosi, responden menilai bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital sangat penting untuk memperluas jangkauan pemasaran. Konten promosi melalui *Instagram*, *TikTok*, atau *Facebook* dengan menyajikan video memasak, testimoni, hingga cerita usaha dinilai lebih efektif dalam menjangkau konsumen, terutama dari kalangan muda.

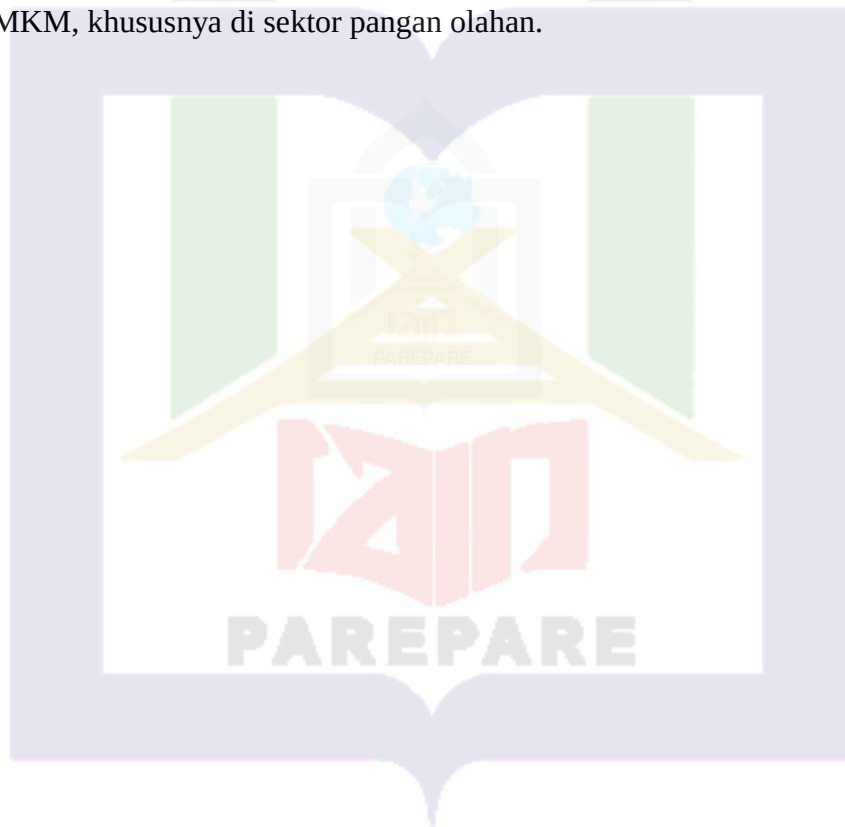
Konsumen juga menyarankan pengusaha untuk mengikuti pameran kuliner, bazar, serta aktif menjual secara *online* seperti melalui *marketplace* atau grup *WhatsApp* komunitas. Hal ini dinilai dapat meningkatkan eksposur produk dan mendekatkan usaha kepada konsumen lokal. Khusus dari kalangan ibu rumah tangga, terdapat penekanan pada kepraktisan produk, seperti bandeng siap masak, tanpa duri, dan mudah disajikan untuk kebutuhan harian. Mereka juga menyarankan lebih banyak variasi rasa yang ramah anak agar bisa diterima semua anggota keluarga.

Sementara itu, dari konsumen juga mengatakan bahwa aspek harga terjangkau dan aksesibilitas produk menjadi perhatian. Mereka menyarankan agar harga tetap kompetitif dan produk mudah didapatkan, baik secara langsung maupun melalui pemesanan online. Produk yang praktis untuk lauk kerja atau kegiatan harian menjadi nilai tambah tersendiri. Selain itu, beberapa konsumen juga mengusulkan agar pelaku usaha menyertakan edukasi mengenai manfaat ikan bandeng serta membangun cerita *brand* yang kuat, seperti asal usul bahan, dampak terhadap nelayan lokal, atau nilai sosial dari usaha tersebut. Strategi ini dinilai dapat menciptakan kedekatan emosional antara konsumen dengan produk.

Secara keseluruhan, saran-saran yang diberikan oleh para konsumen menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran olahan ikan bandeng sangat

ditentukan oleh kombinasi antara inovasi produk, tampilan kemasan, promosi yang efektif, serta pemahaman terhadap kebutuhan dan kebiasaan pasar lokal.

Hasil penelitian ini memperkuat tujuan utama dari penyusunan skripsi, yaitu untuk mengidentifikasi sejauh mana peran inovasi produk dalam meningkatkan omzet usaha. Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, terlihat bahwa inovasi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha olahan ikan bandeng. Temuan ini juga konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa inovasi produk merupakan salah satu faktor kunci dalam pengembangan UMKM, khususnya di sektor pangan olahan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai dampak inovasi produk terhadap peningkatan omzet pada usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Inovasi produk yang dikembangkan di *Teaching Factory* dengan memanfaatkan potensi lokal, yakni olahan ikan bandeng, memperoleh respons positif dari masyarakat. Keberhasilan ini tercermin dari penerapan berbagai varian produk, seperti nugget bandeng, bakso bandeng, otak-otak bandeng, serta beragam bentuk olahan lainnya. Keanekaragaman produk inovatif tersebut mampu menarik minat konsumen yang lebih luas, memberikan nilai tambah, serta memperkuat daya saing produk lokal di pasar.
2. Dampak dari pengembangan inovasi produk olahan ikan bandeng mendorong peningkatan omzet pada penjualan di *Teaching Factory*, baik dari segi bentuk produk, pengemasan, hingga sistem pemasaran seperti *pre-order* melalui media sosial. Omzet di *Teaching Factory* meningkat sekitar 40–60% setelah produk yang ditawarkan menjadi lebih variatif dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar.
3. Dalam pelaksanaan produksi olahan ikan bandeng di *Teaching Factory* Politani Pangkep, masih terdapat beberapa kendala yang menghambat optimalisasi usaha, antara lain keterbatasan pasokan bahan baku, terutama di luar masa panen budidaya internal, keterbatasan modal dan tenaga kerja, belum adanya label halal pada kemasan, keterbatasan alat produksi, dan akses pasar yang sempit. *Teaching Factory* berupaya mengembangkan produknya melalui diversifikasi rasa, perbaikan tampilan dari segi kemasan, dan peningkatan kualitas bahan baku. Oleh karena itu pelaku usaha membutuhkan

pendampingan dalam aspek legalitas produk, pelatihan pengemasan, dan dukungan promosi agar dapat bersaing lebih luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha : Diharapkan untuk terus meningkatkan inovasi produk, baik dari segi bentuk, rasa, maupun kemasan. Pelaku usaha juga perlu mulai menggunakan label produk secara resmi agar produk lebih terpercaya, mudah dipasarkan, dan memenuhi syarat legal untuk masuk pasar modern.
2. Bagi Pemerintah Desa atau Dinas Terkait : Diharapkan dapat memberikan dukungan nyata melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan pengurusan izin edar (BPOM) dan sertifikasi halal, serta bantuan alat produksi guna meningkatkan kapasitas usaha pelaku UMKM di Desa Mandalle.
3. Bagi Lembaga Pendidikan/Kampus (seperti Politeknik Pertanian): Diharapkan dapat memperluas program *Teaching Factory* dan inkubasi bisnis untuk mendampingi pelaku usaha lokal, khususnya dalam bidang inovasi produk, desain kemasan, digital marketing, dan pencatatan keuangan usaha.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya : Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur lebih rinci kontribusi masing-masing inovasi terhadap peningkatan omzet, serta memperluas wilayah penelitian untuk membandingkan dengan daerah penghasil bandeng lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Abriana, Andi, Erni Indrawati, Rahmawati Rahman, and Haris Mahmud. "Produk Olahan Ikan Bandeng (Bandeng Cabut Duri, Abon Ikan Bandeng Dan Bakso Ikan Bandeng) Di Desa Borimasunggu Kabupaten Maros." *Jurnal Dinamika Pengabdian (JDP)* 6, no. 2 (2021): 273–83.

Addury, Multazam Mansyur. Pemaknaan Laba Usaha di Kalangan Pebisnis Keuangan Syariah. *Balanca*, 2023, 105-116.

Agung, Muhammad, and Hendra Hendra. "Inovasi Produk Dalam Konteks Pemasaran Internasional: Strategi Dan Implementasi." *Jurnal Minfo Polgan* 12, no. 2 (2023): 2523–28. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13306>.

Agusanty, Harnita, Kasri, Andi Khaeriyah, Andi Adri Arief, Akba, Beny Audy Jaya Gosari⁶, Faisal Amir, and M. Chasyim Hasani. "Pola Manajerial Dan Relasi Kerja Pada Tambak Tradisional Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan (Kasus Budidaya Ikan Bandeng Di Desa Bonto Manai) Managerial Pattern and Work Relations at Traditional Pond in Pangkajene and the Island District (Milkfish A." *Torani* 6, no. 1 (2022): 14–32.

Ananda Muhamad Tri Utama. "Dampak Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" *Jurnal Ilmiah MEA* 9 (2022): 356–63.

Ardana A,P "Meningkatkan Penjualan (Studi UMKM Dolphin Bakery Kota Kediri)," 2024.

Arikunto, Suharsimi. *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*. Cet. XIII. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Asiva Noor Rachmayani. "Teori Media/Teori Difusi Inovasi." *Guru Kita* 6 (2022): 6.

Beno, J, A.P Silen, and M Yanti. "Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Umk Di Kabupaten Pinrang (Studi Kasus Olahan Ikan Bandeng)." *Braz Dent J*. 33, no. 1 (2022): 1–12.

Berliana, Nova. "Landasan Teori اندیدج." *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 2021, 18.

BPS Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan (28 Februari 2023). "Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan Dalam Angka 2023". pangkepkab.bps.go.id. Diarsipkan dari asli tanggal 02-08-2023.

Darma, Dinda Ayu, Zulfia K Abdussamad, and Endi Rahman. "Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo." *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...* 5, no. 1 (2022): 238–50.

- Deran, Maria Yunita Kewa, Agnette Tjendanawangi, and Nicodemus Dahoklory. “Efektifitas Substitusi Tepung Ikan (*Brevoorita Tyrannus*) Dengan Tepung Ampas Kelapa (*Cocus Nucifera* L) Terhadap Pertumbuhan Dan Kelulushidupan Ikan Bandeng (*Chanos Chanos*).” *Jurnal Vokasi Ilmu-Ilmu Perikanan (Jvip)* 3, no. 2 (2023): 147. <https://doi.org/10.35726/jvip.v3i2.6083>.
- Djojoatmodjo, Kristina, Ferdinand, and Bambang Mantikei. “Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Pada MEFs Foods and Snack Palangka Raya.” *Of Environment and Management* 1, no. 2 (2022): 112–23.
- Firmansyah, M. Anang. *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. No. August. (2019): 1–337.
- Falistin, Nadia Bella, Widodo Farid Ma’ruf, and Eko Nurcahya Dewi. “Pengaruh Tahapan Pengolahan Terhadap Kualitas Kandungan Lemak Bandeng (*Chanos Chanos Forks*) Presto Goreng.” *Jurnal Pengolahan Dan Bioteknologi Hasil Perikanan* 4, no. 2 (2020): 93–99.
- Fitrah, Muh., and Lutfiyah. *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus)*. Bima: CV. Jejak, 2017.
- Hardani, Helmina Andriani, Nur Hikmatul Auliya, Evi Fatmi Utami, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Hamka, R. A., Arwin, A., & Sutrisno, S. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Iain Parepare. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4 no. 5 (2025), 1171-1180.
- Ibniwasum, L I A. “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu,” 2020, 1–97.
- Jasmine, Khanza. “Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu.” *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2020, 21–33.
- Kamarinda, Nadya Mukti. “Analisis Swot Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Produk Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada Pia Hikmah Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung),” 2021, 17–53.
- Khasanah, Yulia Nur. “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso Dan Tahu Bakso Ud Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja Skripsi.” *Yulia Nur Khasanah*, 2022.
- Kusumah, Wisnu Indra, Desiana Nur Indra Kusumawati, Widyo Wibisono, and

- Adittiya Dwi Darma. “Desain Kemasan Produk Umkm Bir Pletok Sebagai Branding Meningkatkan Citra Minuman Khas Tradisional Jakarta Di Masa Covid-19.” *Prosiding SNADES* 11, no. 2 (2019): 50–57.
- Listiawati, Nurika Indah. “Analisis Strenght, Weakness, Opportunity, Threath Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Konveksi Helmi Di Tunggulsari Tulungagung (Perspektif Ekonomi Islam),” 2020, 13–45.
- Lusiana, NK. “Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah (Studi Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto),” 2023, 1–23.
- Mekarisce, Arnild Augina. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Masyarakat.” *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020): 47.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007 hal. 11-13.
- Nanda Aulia, Erska. “Strategi Pengembangan Bisnis Tambak Ikan Bandeng Di Desa Mengare Watuagung Gresik.” *Profit* 15, no. 01 (2021): 112–19. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.12>.
- Pangestu, D., Wulandari, K., Padila, N., & Yusuf, M.. *Ekonomi Kreatif Desa Bilalange’*: Pelatihan Keterampilan Tangan Pembuatan Eksesoris. Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram, 6 no. 1 (2025), 12-18. <https://doi.org/10.51673/jaltn.v6i1.2424>.
- Perairan, D I, and Kota Makassar. “Jurnal Pengabdian Masyarakat Kauniah” 1, no. 1 (2022): 1–13.
- Rosyidah, Afifah, Ratna Edianti, and Irmira Kris Murwani. “Aneka Olahan Bandeng Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kelurahan Keputih.” *Sewagati* 5, no. 3 (2021): 269–77. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.39>.
- Safitri, dewi Antika. “Lampung Desa Purwosari Batanghari Nuban Lampung Timur Oleh : Dewi Antika Safistri Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 1444 H / 2022 M,” 2022.
- Salamah, Imas Ayu, Nindya Azzahrah, and Syahpan Ramadhan. “Strategi Inovasi Dalam Mengembangkan Pertumbuhan Bisnis.” *Deflasi Jurnal Ekonomi* 2, no. 2 (2023): 160–68.
- S, Andi Bahri, Muhammadun, Muzdalifah, et al. Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Kerajinan Pada Komunitas Industri Kreatif Cangkang Kerang Di Kota Parepare. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2022, 6.2: 1369-1382.

- Sarbianto Joru Jawa, Tumpal Pangihutan Situmorang. “Analisis Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Teh Kelor (Studi Pada PT Marada Kelor Sumba).” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 1–15.
- Sartika, Dewi. “Pengaruh Modal Terhadap Omset Pada Pelaku Umkm Di Seluruh Kecamatan Pekanbaru.” *Jurnal Daya Saing* 4, no. 2 (2020): 234–39. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v4i2.240>.
- Saudjana, Nana, and Ahwal Kusuma. *Proposal Penelitian*. Bandung: PT. Sinar Baru Argasindo, 2002.
- Siang, Roslindah Daeng, Andi Besse Patadjai, and Andi Irwan Nur. “Sumberdaya Perikanan Di Kabupaten Bulukumba , Indonesia” 3, no. 2 (2024): 49–64.
- Soraya Dewi, Veni. “Branding UMKM Rengginang Dan Pengembangan Pertanian Padi Organik Dusun Randucanan, Desa Tonoboyo, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang.” *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma* 1, no. 2 (2020): 63–75. <https://doi.org/10.26874/jakw.v1i2.79>.
- Soumena, M. Y., Gasali, I., & Makkulau, A. R. Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah. *RIKAZ*, (2023): 45-59.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukandarrumidi. *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004.
- Surjono, Herman Dwi. “Kajian Pustaka : Blended Learning: Konsep dan Implementasi pada Pendidikan Tinggi Vokasi” *Molucca Medica* 11, no. April (2020): 13–45.
- Tehuayo, Erlinda. “Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, Dan Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk Di Kota Ambon.” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2, no. 2 (2021): 69–88. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.277>.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2023.
- Umrati, and Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologi Jaffrayr, 2020.
- Vuspitasari, Benedhikta Kikky, and Sabinus Beni. “Menarik Minat Beli Pelanggan Di

Bengkayang” 4, no. 4 (2024): 1578–83.

Sumber informan :

Arnida, Tim produksi Teaching Factory, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 11 Juni 2025.

Hasni, A.Md.Pi, Tim produksi Teaching Factory, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 11 Juni 2025.

Hasnawati, Tim produksi Teaching Factory, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 12 Juni 2025.

Herianti, A.Md.Pi, Tim produksi *Teaching Factory*, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 11 Juni 2025.

IR. Nurlaeli Fattah, M.Si, Kepala Lab. Kampus Politani, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 22 Juni 2025.

Kasma, S.Pd, Guru SMPN 1 Mandalle, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 13 Juni 2025.

Rusmiati, IRT, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 13 Juni 2025.

Syahrul, Mahasiswa, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

Wati, IRT, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

Zahrah Khumairah, Mahasiswa, wawancara di Desa Mandalle, tanggal 14 Juni 2025.

LAMPIRAN



Lampiran 1 : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-3979/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

Menimbang	a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024 b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
Mengingat	1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional; 2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen; 3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi; 4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan 5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan; 6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare; 7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi; 8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam; 9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare 10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
Memperhatikan :	a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2024, tanggal 24 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024 b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
MEMUTUSKAN	
Menetapkan	a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024 b. Menunjuk saudara: A. Rio Makkulau Wahyu, M.E, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa : Nama Mahasiswa : NUR ALFI SYAHRI NIM : 2120203860202027 Program Studi : Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam) Judul Penelitian : STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA OLAHAN IKAN BANDENG DI DESA MANDALLE KABUPATEN PANGKAJENE KEPULAUAN c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir; d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare; e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 29 Juli 2024
Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Lampiran 2 : Berita Acara Revisi Judul Skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Anshar Bakti No. 8 Sawang, Kota Parepare 91132 Telpun (0421) 31307, Faks (0421) 24404
PO Box 308 Parepare 91108 website: www.iainpare.ac.id email: iaip@iainpare.ac.id

BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : NUR ALFI SYAHRI
N I M : 2120203860202027
Prodi : Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA
OLAHAN IKAN BANDENG DI DESA MANDALLE KABUPATEN PANGKAJENE
KEPULAUAN

Telah diganti dengan judul baru:

DAMPAK INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA
OLAHAN IKAN BANDENG DI DESA MANDALLE KABUPATEN PANGKAJENE
KEPULAUAN

dengan alasan / dasar:

Menyesuaikan dengan fokus penelitian

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Juli 2025

Pembimbing Utama


A. Rho Makkulau Wahyu, M.E.


Mengetahui,
Dekan

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari IAIN Parepare

 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2400/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025 02 Juni 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PANGKEP
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PANGKAJENE KEPULAUAN

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NUR ALFI SYAHRI
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE , 17 September 2002
NIM	: 2120203860202027
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: JL. LAPANGAPE, KELURAHAN LUMPUE, KECAMATAN BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PANGKEP dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

DAMPAK INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA USAHA OLAHAN IKAN BANDENG DI DESA MANDALLE KABUPATEN PANGKAJENE KEPULAUAN

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 03 Juni 2025 sampai dengan tanggal 03 Juli 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pangkep



PEMERINTAH KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Sultan Hasanuddin Nomor 40 ☎ (0410) 22008 Pangkajene – KP. 90611

IZIN PENELITIAN
 Nomor : IPT/235/DPMPTSP/VI/2025

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
3. Peraturan Bupati Pangkajene dan Kepulauan Nomor 379 Tahun 2019 tentang Tim Teknis pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pangkep.
4. Peraturan Bupati Pangkajene dan Kepulauan Nomor 56 Tahun 2015 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.
5. Peraturan Bupati Pangkajene dan Kepulauan Nomor 37 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

Dengan ini memberikan izin penelitian kepada :

Nama	: NUR ALFI SYAHRI
Nomor Pokok	: 2120203860202027
Tempat/Tgl. Lahir	: Pare Pare / 17 September 2002
Jenis Kelamin	: Perempuan
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alamat	: Jl. Lapangape Kel/ Desa Lumpue Kec. Bacukiki Barat Kota Pare Pare
Tempat Meneliti	: Desa Mandalle Kab. Pangkajene dan Kepulauan

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka Penulisan Hasil Penelitian dengan Judul :
"Dampak Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Omzet Pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan"

Lamanya Penelitian : 3 Juni 2025 s/d 3 Juli 2025

Dengan Ketentuan Sebagai Berikut :

1. Menaati Semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.
4. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.





Pangkajene, 16 Juni 2025

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Tembusan Kepada Yth :

1. Bapak Bupati Pangkep (Sebagai Laporan);
2. Kepala Kantor Kesbang;
3. Arsip;



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik oleh :
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan

SULFIDA, S.Sos, M.Si
 PEMANGKALIA Tk. IV/IV/b
 NIP. 19730202 199803 2 010

Lampiran 5 : Surat Selesai Meneliti Dari Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep



The image shows a formal letter on the official letterhead of the Ministry of Education, Science, and Technology (KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI). The letter is from the Faculty of Agriculture Technology (JURUSAN TEKNOLOGI PERTANIAN) of the National Polytechnic of Pangkajene Islands (POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PANGKAJENE KEPULAUAN). The letter is dated June 23, 2025, and is addressed to the Dean of the Faculty of Agriculture Technology. The letter states that the student, Nur Alfi Syahri (NIM: 2120203860202027), has completed their research in the Teaching Factory of the Faculty of Agriculture Technology, Pangkajene Regency, and Islands, from May 3 to June 23, 2025. The research was conducted to complete the final thesis task, titled "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan". The letter is signed by the Dean, Dr. Anysalim M., S.TP., M.S., and is stamped with the official seal of the institution.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PANGKAJENE KEPULAUAN
JURUSAN TEKNOLOGI PERTANIAN
Jl. Poros Makassar Pare-Pare, KM. 83, Mandalle Kec. Mandalle Kab. Pangkep,
Telepon (0410) 2312704, 2312703 FAX (0410) 2312705
SULAWESI SELATAN (90652)

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN
Nomor : 283 / Pl.22.5.3/LL50/2025

Ketua Jurusan Teknologi Pertanian, Politeknik Pertanian Negeri Pangkep dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Nur Alfi Syahri
NIM : 2120203860202027
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : IAIN Parepare

Telah selesai melakukan Riset/ Penelitian di Teaching Factory Jurusan Teknologi Pertanian Politeknik Pertanian Negeri Pangkep, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan dari tanggal 3 Mei s/d 23 Juni 2025 guna menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul: "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pangkep, 23 Juni 2025

Ketua Jurusan Teknologi Pertanian
Politeknik Pertanian Negeri
Pangkajene Kepulauan

Dr. Anysalim M., S.TP., M.S.
Nip. 197502172006041001

Lampiran 6 : Validasi Instrumen Penelitian

	KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

NAMA : NUR ALFI SYAHRI
 NIM : 2120203860202027
 PRODI : EKONOMI SYARIAH
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 JUDUL : DAMPAK INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN
 OMZET PADA USAHA OLAHAN IKAN BANDENG DI DESA
 MANDALLE KABUPATEN PANGKAJENE KEPULAUAN

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan untuk Pihak Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep

1. Sejak kapan pengelolaan ikan bandeng mulai menjadi bagian dari kegiatan pembelajaran di Kampus Politani?
2. Bagaimana keterlibatan kampus politani dalam praktik pengelolaan ikan bandeng ini?
3. Apa saja bentuk inovasi produk olahan ikan bandeng yang telah dikembangkan di Teaching Factory?

4. Berapa rata-rata jumlah ikan bandeng yang digunakan per bulan untuk keperluan produksi? Apakah ada perbedaan jumlah penggunaan ikan bandeng pada tiap produk seperti bakso, nugget, dll.?
5. Apakah produk olahan ikan bandeng hasil inovasi ini hanya dipasarkan di lingkungan kampus, atau juga keluar kampus?
6. Apakah ada kendala dalam penyediaan bahan baku selama proses produksi?
7. Apakah inovasi produk memberikan pengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan? Jika ya, seberapa besar dampaknya?
8. Apa rencana pengembangan ke depan terkait inovasi produk ikan bandeng di Teaching Factory?

Daftar Pertanyaan untuk Tim Produksi *Teaching Factory* di Desa Mandalle

Identitas Tim Produksi

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

1. Bagaimana Anda pertama kali bergabung dengan usaha olahan ikan bandeng ini?
2. Apakah ada pelatihan atau pendampingan dalam mengembangkan produk baru?
3. Produk inovasi mana yang paling banyak diminati dan memberikan omzet tertinggi?
4. Apa saja kendala yang sering dihadapi saat melakukan inovasi produk?
5. Bagaimana cara tim produksi mengatasi kendala-kendala tersebut?

Daftar Pertanyaan untuk Masyarakat di Desa Mandalle Selaku konsumen

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Alamat :

1. Apakah Anda mengetahui adanya usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle?
2. Apakah Anda pernah membeli atau mengonsumsi produk olahan ikan bandeng dari *Teaching Factory*?
3. Produk olahan bandeng seperti apa yang paling Anda sukai? (misalnya: nugget bandeng, bakso, dll.)
4. Bagaimana pendapat Anda mengenai kualitas dan cita rasa dari produk olahan ikan bandeng tersebut?
5. Seberapa sering Anda membeli produk olahan ikan bandeng dari pengusaha *Teaching Factory*?
6. Apa saran Anda untuk pengusaha olahan ikan bandeng agar produknya lebih menarik dan mudah diterima pasar?

Parepare, 30 Juni 2025

Mengetahui,
Pembimbing Utama



A. Rio Makkulau Wahyu, M.E.

NIP. 19930405 202012 1 022

Lampiran 7 : Transkrip Wawancara

Tanggal Wawancara : 22 Juni 2025

Tempat/Waktu : Laboratorium Pengolahan Hasil Perikanan Politani Pangkep

Identitas Informan

Nama : Ir. Nurlaeli Fattah, M.Si

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Komp. Perm. Bumi Berua Indah A3/9 Daya, Makassar

Pekerjaan : Dosen P2HP Politani Pangkep

Daftar Pertanyaan untuk Pihak Kampus Politeknik Pertanian Negeri Pangkep

1. Sejak kapan pengelolaan ikan bandeng mulai menjadi bagian dari kegiatan pembelajaran di Kampus Politani?

“Pengelolaan ikan bandeng mulai menjadi bagian dari kegiatan pembelajaran di Kampus Politani sejak tahun 2018 dan mulai melakukan inovasi produk pada 4 tahun terakhir, tepatnya ketika program Teaching Factory mulai diintegrasikan dengan praktik kewirausahaan dan pengolahan hasil perikanan sebagai bagian dari pembelajaran berbasis industri.”

2. Bagaimana keterlibatan kampus politani dalam praktik pengelolaan ikan bandeng ini?

“Kampus telah aktif terlibat sejak awal pengolahan perikanan ini dilaksanakan dengan memfasilitasi laboratorium yang khusus untuk mengelola hasil perikanan. Kami memberikan pendampingan dalam bentuk pelatihan pengolahan ikan, inovasi produk, serta pelatihan manajemen usaha. Kami memberikan pelatihan rutin untuk dosen dan mahasiswa serta bantuan alat sederhana melalui program hibah pengabdian. Beberapa alat seperti mesin penggiling dan mesin vacuum sealer telah kami bantu sediakan.”

3. Apa saja bentuk inovasi produk olahan ikan bandeng yang telah dikembangkan di Teaching Factory?

“Kami telah melakukan beberapa inovasi produk, antara lain: Inovasi produk dilakukan melalui pengembangan variasi produk olahan ikan bandeng (seperti nugget, bakso, otak-otak dan olahan lainnya), perbaikan

resep untuk meningkatkan cita rasa, serta penggunaan kemasan yang lebih menarik dan higienis. Proses inovasi ini didasarkan pada pengalaman dan masukan konsumen serta bimbingan dari dosen Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.”

4. Berapa rata-rata jumlah ikan bandeng yang digunakan per bulan untuk keperluan produksi? Apakah ada perbedaan jumlah penggunaan ikan bandeng pada tiap produk seperti bakso, nugget, dll.?

“Karena sistem produksi kami berdasarkan pesanan atau pre-order, jumlah ikan bandeng yang digunakan setiap bulan bisa bervariasi. Namun, secara rata-rata, kami menggunakan sekitar 40–70 kg ikan bandeng per bulan, tergantung banyaknya pesanan yang masuk.”

Tiap produk memang menggunakan jumlah ikan yang berbeda. Misalnya, bakso bandeng biasanya membutuhkan lebih banyak daging ikan murni karena teksturnya harus halus dan padat. Sedangkan untuk nugget dan otak-otak, penggunaan ikan dicampur dengan bahan tambahan seperti tepung atau bumbu, sehingga konsumsi bandeng per unit lebih sedikit. Bandeng presto menggunakan ikan utuh, jadi jumlahnya tergantung ukuran bandeng yang digunakan. Perbedaan inilah yang membuat estimasi kebutuhan bahan baku bergantung pada jenis produk yang paling banyak dipesan di bulan tersebut.”

5. Apakah produk olahan ikan bandeng hasil inovasi ini hanya dipasarkan di lingkungan kampus, atau juga keluar kampus?

“Produk olahan ikan bandeng hasil inovasi awalnya memang dipasarkan di lingkungan kampus, terutama saat kegiatan praktik, pameran, dan event mahasiswa. Namun, seiring dengan meningkatnya minat dan kualitas produk, pemasaran mulai diperluas ke luar kampus, seperti ke masyarakat sekitar, kegiatan pameran daerah, serta melalui media sosial dan sistem pre-order. Beberapa produk juga telah dipasarkan sampai di Papua & Jawa. Hal ini menunjukkan bahwa produk tidak hanya terbatas untuk lingkungan internal, tetapi juga sudah mulai menjangkau pasar yang lebih luas.”

6. Apakah ada kendala dalam penyediaan bahan baku selama proses produksi?

“Ya, kadang ada kendala dalam penyediaan bahan baku, terutama saat permintaan meningkat atau saat pasokan ikan bandeng dari petambak menurun misalnya saat cuaca buruk apalagi budidaya ikan bandeng di Kampus Politani hanya 2-3 setahun jadi diluar dari hasil panen budidaya kami juga memesan ke pengecer Ikan Bandeng. Hal ini menyebabkan kami harus menyesuaikan jadwal produksi atau mengurangi jumlah pesanan.

Selain itu, kualitas ikan yang tidak stabil juga bisa memengaruhi hasil produk, terutama jika daging ikan terlalu kecil atau berbau lumpur.”

7. Apakah inovasi produk memberikan pengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan? Jika ya, seberapa besar dampaknya?

“Ya, inovasi produk memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan. Setelah dilakukan pengembangan produk seperti bakso, nugget, otak-otak, dan bandeng presto, minat konsumen meningkat karena pilihan produk menjadi lebih beragam dan menarik. Dari data yang kami amati, terjadi peningkatan omzet sekitar 40% hingga 60% dibandingkan sebelum inovasi dilakukan. Selain itu, kemasan yang lebih baik dan pemasaran yang mulai dilakukan melalui media sosial juga berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk.”

8. Apa rencana pengembangan ke depan terkait inovasi produk ikan bandeng di Teaching Factory?

“Ke depan, kami punya beberapa rencana pengembangan untuk inovasi produk ikan bandeng di Teaching Factory dengan menyediakan fasilitas yang lebih memadai dan menambah variasi produk baru, memperbaiki kemasan agar lebih menarik dan informatif, pemasaran digital juga jadi fokus utama. Kami juga terus mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam riset inovasi produk, agar Teaching Factory bisa menjadi tempat belajar sekaligus berproduksi yang benar-benar nyata dan siap bersaing di dunia usaha.”

"Ke depannya, kampus berencana memfasilitasi pengurusan sertifikasi halal dan izin edar (BPOM) untuk setiap produk inovasi yang dihasilkan, khususnya dari Teaching Factory. Hal ini bertujuan untuk menjamin standar keamanan dan mutu produk, serta mendukung legalitas dan daya saing di pasar yang lebih luas."

Tanggal Wawancara : 10 Juni 2025

Tempat/Waktu : Perm. Pandawa Tamarupa

Identitas Informan

Nama : Herianti, A.Md.Pi

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Perm. Pandawa Lima Tamarupa

Daftar Pertanyaan untuk Tim Produksi Teaching Factory di Desa Mandalle

1. Bagaimana Anda pertama kali bergabung dengan usaha olahan ikan bandeng ini?

“Saya pertama kali bergabung karena diajak oleh salah satu dosen P2HP Politani Pangkep, waktu itu saya masih menjadi honorer di kampus Politani Pangkep, lalu ditawari untuk membantu proses produksi bandeng tanpa duri. Setelah beberapa bulan saya di angkat menjadi P3K di kampus Politani dan saya mulai dilibatkan dalam pembuatan produk olahan ikan bandeng lainnya.”

2. Apakah ada pelatihan atau pendampingan dalam mengembangkan produk baru?

“Saya pribadi belum pernah ikut pelatihan resmi, tapi biasanya kami belajar langsung dari dosen pendamping atau senior yang sudah lebih dulu mengembangkan produknya. Jadi lebih ke pendampingan secara langsung saat praktik di Teaching Factory.”

3. Produk inovasi mana yang paling banyak diminati dan memberikan omzet tertinggi?

“Menurut saya, nugget bandeng yang paling banyak diminati. Pembelinya mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Selain rasanya yang gurih, bentuknya juga menarik. Penjualannya paling stabil dan sering dipesan dalam jumlah besar, jadi omsetnya paling tinggi.”

4. Apa saja kendala yang sering dihadapi saat melakukan inovasi produk?

“Kalau dari kami, kendala paling sering itu keterbatasan alat. Kadang ide sudah ada, tapi alat yang ada belum cukup mendukung untuk uji coba produk baru.”

5. Bagaimana cara tim produksi mengatasi kendala-kendala tersebut?

“Kalau soal alat, kami biasanya memanfaatkan alat yang ada semaksimal mungkin. Kalau betul-betul dibutuhkan, kami ajukan pengadaan ke pihak kampus atau cari alternatif alat yang lebih sederhana tapi tetap bisa dipakai untuk uji coba.”

Tanggal Wawancara : 11 Juni 2025

Tempat/Waktu : Tamarupa, Kecamatan Mandalle

Identitas Informan

Nama : Hasni, A.Md.Pi

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Tamarupa, Kecamatan Mandalle

Daftar Pertanyaan untuk Tim Produksi Teaching Factory di Desa Mandalle

1. Bagaimana Anda pertama kali bergabung dengan usaha olahan ikan bandeng ini?

“Saya adalah alumni dari jurusan pengolahan hasil perikanan di kampus, dan waktu itu dosen menawarkan kesempatan untuk ikut serta dalam pengembangan Teaching Factory. Dari situlah saya mulai bergabung dan sekarang ikut bertanggung jawab di proses produksi.”

2. Apakah ada pelatihan atau pendampingan dalam mengembangkan produk baru?

“Ya, kami pernah mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pihak kampus bersama Dinas Perikanan. Pelatihannya fokus pada cara membuat olahan ikan bandeng seperti bandeng presto dan abon ikan bandeng, serta teknik pengemasan sederhana.”

3. Produk inovasi mana yang paling banyak diminati dan memberikan omzet tertinggi?

“Kalau dari pengamatan saya, otak-otak bandeng lebih cepat laku, apalagi kalau ada event kampus atau pameran. Orang-orang suka karena praktis dan aromanya khas. Kami sering dapat pesanan khusus untuk produk ini, jadi keuntungannya juga lumayan.”

4. Apa saja kendala yang sering dihadapi saat melakukan inovasi produk?

“Yang paling terasa itu kendala di persediaan bahan baku. Kadang susah dapat ikan bandeng yang kualitasnya konsisten, apalagi kalau mau produksi dalam jumlah besar.”

5. Bagaimana cara tim produksi mengatasi kendala-kendala tersebut?

“Untuk bahan baku, kami bekerja sama dengan petambak lokal supaya bisa dapat bandeng segar secara rutin. Kadang juga kami simpan stok cadangan di freezer kalau lagi musim panen.”

6. Apa harapan atau rencana pengembangan ke depan untuk usaha olahan ikan bandeng ini?

Tanggal Wawancara : 11 Juni 2025

Tempat/Waktu : Desa Mandalle

Identitas Informan

Nama : Arnida

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. M. Tahir Dg. Liong

Daftar Pertanyaan untuk Tim Produksi Teaching Factory di Desa Mandalle

1. Bagaimana Anda pertama kali bergabung dengan usaha olahan ikan bandeng ini?

“Saya pertama kali bergabung karena diajak oleh teman yang sudah lebih dulu terlibat di Teaching Factory. Waktu itu saya memang sedang mencari kegiatan produktif, jadi saya coba ikut pelatihan membuat olahan bandeng, dan ternyata saya tertarik dan merasa cocok.”

2. Apakah ada pelatihan atau pendampingan dalam mengembangkan produk baru?

“Kalau pelatihan resmi mungkin tidak sering, tapi kadang ada semacam pengarahan singkat dari dosen atau mahasiswa yang sedang penelitian. Jadi kami tetap tahu kalau ada teknik baru atau perubahan resep.”

3. Produk inovasi mana yang paling banyak diminati dan memberikan omzet tertinggi?

“Bakso bandeng termasuk yang paling sering dibuat karena banyak permintaan. Banyak pelanggan yang bilang rasanya beda dari bakso biasa. Dari segi produksi juga bisa dibuat dalam jumlah banyak, jadi hasil penjualannya besar.”

4. Apa saja kendala yang sering dihadapi saat melakukan inovasi produk?

“Kami sering terhambat di bagian pengemasan. Mau coba desain baru atau kemasan yang lebih menarik, tapi biayanya lumayan besar dan tidak bisa langsung diterapkan.”

5. Bagaimana cara tim produksi mengatasi kendala-kendala tersebut?

“Masalah kemasan, kami coba bertahap. Awalnya pakai kemasan standar dulu, nanti kalau produk sudah mulai diterima pasar, baru pelan-pelan naikan kualitas kemasannya sesuai anggaran.”

Tanggal Wawancara : 12 Juni 2025

Tempat/Waktu : Perm. Polinda Tamarupa

Identitas Informan

Nama : Hasnawati

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Perm. Polinda Tamarupa

Daftar Pertanyaan untuk Tim Produksi Teaching Factory di Desa Mandalle

1. Bagaimana Anda pertama kali bergabung dengan usaha olahan ikan bandeng ini?

“Awalnya saya hanya ikut-ikutan teman yang membantu pengolahan bandeng, tapi lama-lama saya juga ikut belajar dan akhirnya dilibatkan dalam proses produksi.”

2. Apakah ada pelatihan atau pendampingan dalam mengembangkan produk baru?

“Pendampingan selalu ada, terutama saat ada ide produk baru dari mahasiswa atau dosen. Biasanya kami dilibatkan sejak tahap uji coba, dan diajari bagaimana membuat produk tersebut sesuai standar. Itu menjadi pengalaman yang sangat bermanfaat buat kami.”

3. Produk inovasi mana yang paling banyak diminati dan memberikan omzet tertinggi?

“Saya lihat abon bandeng justru punya pasar tersendiri. Meski tidak secepat nugget atau otak-otak, tapi harganya lebih tinggi dan daya simpannya lama. Jadi meski volumenya kecil, omzetnya tetap bagus karena dijual dalam kemasan premium.”

4. Apa saja kendala yang sering dihadapi saat melakukan inovasi produk?

“Kendala kami kadang di manajemen waktu dan juga tenaga kerja. Karena harus bagi waktu antara produksi rutin dan pengembangan produk baru. Jadi kadang proses inovasi tertunda.”

5. Bagaimana cara tim produksi mengatasi kendala-kendala tersebut?

“Kami atur jadwal kerja lebih rapi dan berencana untuk menambah tenaga kerja. Jadi ada waktu dan pembagian tugas khusus untuk produksi rutin, dan ada juga jadwal khusus buat eksperimen atau uji coba produk baru.”

Tanggal : 13 Juni 2025

Tempat/Waktu : Desa Mandalle

Identitas Informan

Nama : Rusmiati

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : IRT

Alamat : Jl. Poros Pangkep-Maros

Daftar Pertanyaan untuk Masyarakat di Desa Mandalle Selaku konsumen

1. Apakah Anda mengetahui adanya usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle?
 “Iya. Saya malah langganan beli bakso bandengnya. Anak-anak di rumah suka, karena teksturnya lembut dan tidak banyak duri.”
2. Apakah Anda pernah membeli atau mengonsumsi produk olahan ikan bandeng dari Teaching Factory?
 “Pernah, beberapa kali saya membeli nugget bandeng dan otak-otak bandeng, terutama saat ada acara keluarga atau hari libur. Rasanya enak dan praktis untuk disajikan.”
3. Produk olahan bandeng seperti apa yang paling Anda sukai? (misalnya: nugget bandeng, bakso, dll.)
 “Saya paling suka nugget bandeng karena teksturnya lembut dan cocok untuk anak-anak. Selain itu, bakso bandeng juga lumayan sering saya beli karena rasanya gurih dan tidak amis.”
4. Bagaimana pendapat Anda mengenai kualitas dan cita rasa dari produk olahan ikan bandeng tersebut?
 “Menurut saya kualitasnya sudah bagus, kemasannya rapi dan higienis. Rasanya juga enak, bumbunya terasa.”
5. Seberapa sering Anda membeli produk olahan ikan bandeng dari pengusaha Teaching Factory?
 “Biasanya satu atau dua kali sebulan, tergantung kebutuhan di rumah. Kalau ada acara kumpul-kumpul, saya beli lebih banyak. Sekarang saya juga simpan beberapa produk beku sebagai stok di kulkas.”
6. Apa saran Anda untuk pengusaha olahan ikan bandeng agar produknya lebih menarik dan mudah diterima pasar?
 “Kalau dari saya, rasa dan kualitas harus dijaga terus.”

Tanggal : 14 Juni 2025

Tempat/Waktu : Desa Mandalle

Identitas Informan

Nama : Syahrul

Jenis Kelamin : Laki-lai

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Mandalle

Daftar Pertanyaan untuk Masyarakat di Desa Mandalle Selaku konsumen

1. Apakah Anda mengetahui adanya usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle?
 “Ya, saya mengetahui bahwa di Desa Mandalle terdapat usaha olahan ikan bandeng yang dikelola oleh masyarakat setempat termasuk pihak Kampus Politani dan kelompok binaan. Usaha ini cukup berkembang karena mereka juga aktif promosi lewat media sosial.”
2. Apakah Anda pernah membeli atau mengonsumsi produk olahan ikan bandeng dari Teaching Factory?
 “Iya, dulu pernah beli waktu ada bazar kampus. Waktu itu saya coba nugget bandengnya, rasanya unik dan beda dari biasanya.”
3. Produk olahan bandeng seperti apa yang paling Anda sukai? (misalnya: nugget bandeng, bakso, dll.)
 “Saya suka nugget bandeng. Biasanya saya bawa ke kampus buat bekal, praktis dan tahan lama juga.”
4. Bagaimana pendapat Anda mengenai kualitas dan cita rasa dari produk olahan ikan bandeng tersebut?
 “Kualitasnya bagus, apalagi karena tidak menggunakan bahan pengawet. Cita rasanya pas, tidak terlalu asin, dan bandengnya tidak terasa bau lumpur. Saya juga suka karena kemasannya mulai bagus dan terlihat profesional.”
5. Seberapa sering Anda membeli produk olahan ikan bandeng dari pengusaha Teaching Factory?
 “Saya hanya beli kalau ada bazar. Jadi tidak sering, tergantung momennya.”

6. Apa saran Anda untuk pengusaha olahan ikan bandeng agar produknya lebih menarik dan mudah diterima pasar?

“Menurut saya, perlu ada promo. Misalnya beli 3 varian dapat diskon. Itu bisa bikin orang coba lebih banyak produk sekaligus.”

Tanggal : 13 Juni 2025

Tempat/Waktu : Desa Mandalle

Identitas Informan

Nama : Kasma

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Guru SMPN 1 Mandalle

Alamat : Tamarupa

Daftar Pertanyaan untuk Masyarakat di Desa Mandalle Selaku konsumen

1. Apakah Anda mengetahui adanya usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle?
 “Saya baru tahu waktu ada yang jual lewat WhatsApp. Ternyata buatan dari Desa Mandalle”
2. Apakah Anda pernah membeli atau mengonsumsi produk olahan ikan bandeng dari Teaching Factory?
 “Iya, saya udah pernah beli otak-otak bandengnya. Aromanya khas dan cocok sama selera saya.”
3. Produk olahan bandeng seperti apa yang paling Anda sukai? (misalnya: nugget bandeng, bakso, dll.)
 “Kalau saya suka otak-otak bandeng. Wanginya khas dan enak dimakan pas masih hangat. Apalagi dicocol sambal.”
4. Bagaimana pendapat Anda mengenai kualitas dan cita rasa dari produk olahan ikan bandeng tersebut?
 “Kalau saya rasanya pas di lidah, apalagi otak-otak bandengnya.”
5. Seberapa sering Anda membeli produk olahan ikan bandeng dari pengusaha Teaching Factory?

“Saya jarang beli, paling baru dua kali coba. Tapi sejauh ini puas sama produknya.”

6. Apa saran Anda untuk pengusaha olahan ikan bandeng agar produknya lebih menarik dan mudah diterima pasar?

“Saya sarankan bikin desain logo dan label yang lebih profesional, supaya produk kelihatan lebih meyakinkan dan layak masuk toko besar.”

Tanggal : 14 Juni 2025

Tempat/Waktu : Desa Mandalle

Identitas Informan

Nama : Zahrah Khumairah

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl. Poros Pangkep-Maros

Daftar Pertanyaan untuk Masyarakat di Desa Mandalle Selaku konsumen

1. Apakah Anda mengetahui adanya usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle?
 “Iya, saya tahu. Saya pernah beli nugget bandengnya waktu ada bazar di kampus. Rasanya enak dan tidak ada bau aneh.”
2. Apakah Anda pernah membeli atau mengonsumsi produk olahan ikan bandeng dari Teaching Factory?
 “Pernah! Saya beli abon bandeng buat oleh-oleh waktu pulang kampung. Keluarga saya suka, katanya rasanya beda dari yang biasa dijual di luar.”
3. Produk olahan bandeng seperti apa yang paling Anda sukai? (misalnya: nugget bandeng, bakso, dll.)
 “Saya paling suka nugget bandeng. Teksturnya lembut dan rasanya gurih banget. Cocok buat lauk atau camilan.”
4. Bagaimana pendapat Anda mengenai kualitas dan cita rasa dari produk olahan ikan bandeng tersebut?
 “Produk ini pas sekali untuk kebutuhan rumah tangga. Rasanya enak dan bisa disimpan buat stok.”

5. Seberapa sering Anda membeli produk olahan ikan bandeng dari pengusaha Teaching Factory?

“Kalau ada teman yang jual atau open order, saya pasti ikut beli. Jadi tidak punya waktu tetap.”

6. Apa saran Anda untuk pengusaha olahan ikan bandeng agar produknya lebih menarik dan mudah diterima pasar?

“Menurut saya, kemasan harus lebih menarik lagi tapi tetap informatif. karena kesan pertama itu dari tampilan produk.”

Tanggal : 14 Juni 2025

Tempat/Waktu : Desa Mandalle

Identitas Informan

Nama : Wati

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : IRT

Alamat : Jl. Poros Pangkep-Maros

Daftar Pertanyaan untuk Masyarakat di Desa Mandalle Selaku konsumen

1. Apakah Anda mengetahui adanya usaha olahan ikan bandeng di Desa Mandalle?

“Salah satu teman saya kerja disana. Katanya mereka bikin macam-macam olahan dari bandeng. Saya pernah coba otak-otaknya, enak dan tidak amis.”

2. Apakah Anda pernah membeli atau mengonsumsi produk olahan ikan bandeng dari Teaching Factory?

“Sudah pernah. Saya langganan beli nugget bandengnya. Karena anak saya suka.”

3. Produk olahan bandeng seperti apa yang paling Anda sukai? (misalnya: nugget bandeng, bakso, dll.)

“Bakso bandeng favorit saya. Rasanya unik dan tidak bau amis, beda dari bakso biasa. Anak-anak juga suka.”

4. Bagaimana pendapat Anda mengenai kualitas dan cita rasa dari produk olahan ikan bandeng tersebut?

“Saya suka sekali. Rasanya enak dan gurih, cocok buat lauk sehari-hari. Anak-anak juga suka, jadi tidak repot masak dua kali.”

5. Seberapa sering Anda membeli produk olahan ikan bandeng dari pengusaha Teaching Factory?

“Hampir tiap minggu beli, karena anak-anak suka sama nugget bandengnya. Sekalian bantu promosi juga.”

6. Apa saran Anda untuk pengusaha olahan ikan bandeng agar produknya lebih menarik dan mudah diterima pasar?

“Kalau menurut saya, tampilan produk juga harus menarik. Karena sekarang banyak orang suka tertarik membeli makanan di media sosial.”



Lampiran 8 : Surat Keterangan Wawancara

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : IR. NURULHAQ FATTAH, M.S.

Alamat : Komp. Perm. Bumi Brau Indah A3/9 Daya, Makassar

Pekerjaan : Dosen PaHP Polihani Pangkep.

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Alfi Syahri

NIM : 2120203860202027

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkep, 11 Juni 2025


.....


PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Heriandi, A.Md.Pi
Alamat : Tamarupa, Kec. Mandalle
Pekerjaan : Teknisi Tekpek (Teknologi Perikanan) Asdi P2HP

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Alfi Syahri
NIM : 2120203860202027
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkep, 10 Juni 2025



PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HUSN, A. MA. P.
 Alamat : TAMARUNG, Kca. Mandalle
 Pekerjaan : Dosen PIAF ~~PAREP~~

Menorangkan bahwa

Nama : Nur Aifi Syahri
 NIM : 2120203860202027

Pekerjaan : Mahasiswa
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pangkep, 11 Juli 2025




KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arnida
 Alamat : Jl. M. Tahir By. Ujung
 Pekerjaan : Tim Produksi Teaching Factory potetani

Menerangkan bahwa

Nama : Nur Alfi Syahri
 NIM : 2120203860202027
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pangkep, 11 Juni 2025




KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hasmawati

Alamat : Perm. Belinda Tomtraps

Pekerjaan : IRT / Tim Pustaka Teguhung Factory

Menerangkan bahwa

Nama : Nur Alfi Syahri

NIM : 2120203860202027

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkep, 12 Juli 2025

ISI
PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RUSMIATI

Alamat : Mandalle

Pekerjaan : IRT

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Afi Syahri

NIM : 2120203860202027

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan
Judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng
di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkep, 15 Juni 2025




KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SYAHRUL - RAMADHAN

Alamat : MANDALLE

Pekerjaan : MAHASISWA

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Alfi Syahri

NIM : 2120203860202027

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle, Kabupaten Pangkajene Kepulauan".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkep, 19 Juni 2025




PAREPARE

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kasra, S.Pd
 Alamat : Tamarepu
 Pekerjaan : Guru SMP 1 Mandalle

Menerangkan bahwa:

Nama : Nur Alfi Syahri
 NIM : 2120203860202027
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pangkep, 15 Jan 2025




KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WATI

Alamat : JL. PEROS PANGKEP - MAROS

Pekerjaan : RT

Menerangkan bahwa

Nama : Nur Alfi Syahri

NIM : 2120203860202027

Pekerjaan : Mahasiswa

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pangkep, 14 Juni 2025





KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zahrah Khumairah
Alamat : Jl. Poros Pangkep - Maros
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa:

Nama : Nur Alfi Syahr
NIM : 212020586020227
Pekerjaan : Mahasiswa
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul "Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pangkep, 14 Juni 2025



PAREPARE

Lampiran 9 : Dokumentasi



Gambar 1. Dokumentasi Pembuatan Otak-otak Bandeng



Gambar 2. Dokumentasi Pembuatan Bakso Bandeng



Gambar 3. Dokumentasi Pembuatan Bandeng Presto





BIODATA PENULIS



Nur Alfi Syahri, lahir di Parepare, 17 September 2002. Anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Herman dan Almarhumah Saniasa. Beralamat di Jl. Lapangape, Kelurahan Lumpue, Kecamatan Bacukiki Barat, Kota Parepare. Memulai Pendidikan di SD Negeri 50 Parepare pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 5 Parepare di tahun yang sama dan lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Parepare di tahun yang sama dan lulus pada tahun 2020. Kemudian, sejak tahun 2021, penulis menempuh Pendidikan Jenjang S1 dengan program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, di Institut Agama Islam Negeri Parepare. Selama berkuliah di IAIN Parepare, penulis aktif mengikuti kegiatan organisasi kampus salah satunya HM-PS Ekonomi Syariah periode 2022-2023 menjabat sebagai Sekretaris Umum. Penulis mengikuti Praktik Pengalaman Lapangan di BPJS Kesehatan KC. Parepare, serta mengikuti Kuliah Pengabdian Masyarakat di Desa Lagading, Kecamatan Pitu Riase, Kabupaten Sidenreng Rappang. Penulis menyelesaikan studi dengan judul skripsi “Dampak Inovasi Produk dalam Meningkatkan Omzet pada Usaha Olahan Ikan Bandeng di Desa Mandalle Kabupaten Pangkajene Kepulauan”.