

**ANALISIS INOVASI PEDAGANG IKAN DUSUN TEMBORA
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
DI DESA APITAIK KECAMATAN PRINGGABAYA
KABUPATEN LOMBOK TIMUR**



Oleh
AULIANA APRIANNISA
NIM 190501246

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
2023**

**ANALISIS INOVASI PEDAGANG IKAN DUSUN TEMBORA
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
DI DESA APITAIK KECAMATAN PRINGGABAYA
KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Matam
Untuk melengkapi persyaratan pencapaian gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh

AULIANA APRIANNISA

NIM 190501246

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
2023**

HALAMAN LOGO



Perpustakaan UIN Mataram

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Auliana Apriamesa, NIM: 190501246 dengan judul "Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dasun Tembora Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Desa Apitak Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 11 September 2023



NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 11 September 2023

Hal : Ujian Skripsi

Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Mataram

Assalamu 'alaikum, W. B. B.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama	Auliana Apriannisa
NIM	190501246
Jurusan/Prodi	Ekonomi Syariah
Judul	Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dusun Tembora Dalam Meningkatkan Masat Beli Konsumen di Desa Apitak Kecamatan Pringabaya Kabupaten Lombok timur

Telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam sidang *Munawaziyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di *Munawaziyah* kan.

Wassalamu 'alaikum, W. B. B.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Perpustakaan UIN Mataram

Dr. Muh. Salahuddin, M.Ag

Syukriati, S.Pd., M.Hum

NIP. 197608061999031002

NIP. 1985091520150320004

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Auliana Apriannisa**
NIM : **190501246**
Jurusan : **Ekonomi Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dusun Tembora Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur" ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.

Matarani, 11 September 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

M A T A R A M

Saya yang menyatakan,

Perpustakaan Matarani

Auliana Apriannisa

PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi oleh: Auliana Apriannisa, NIM: 190501246 dengan judul "Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dusun Tembora Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur" telah dipertahankan di depan penguji Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 26/09/2023

DEWAN PENGUJI

Prof. Dr. Mub. Sala huddin,
M.Ag
(Ketua Sidang Pemb. I)

Syukriati, S.Pd., M.Hum.
(Sekretaris Sidang Pemb. II)

Dr. Muhammad Yusup, M.Si.
(Penguji 1)

Perpustakaan UIN Mataram
Imronjani Syapriatama, M.Si.

(Penguji 2)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

“Kesalahan adalah pengalaman bagi hidupmu, jangan menyerah, belajarliah dari kesalahan itu. Jangan pernah membuang waktumu untuk menyesali hal yang kemarin membuatmu gagal, bangkitlah untuk menjadi sempurna”



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN



” Kupersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua dan adik lelaki satu-satunya terimakasih tetap menjadi penyemangat untukku, terimakasih atas segala doa dan dukungan yang kalian berikan hingga aku bisa berada di titik ini.”

Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr,Wb

Alhamdulillahirabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kehadiran Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan semua pengikut beliau hingga akhir zaman. Aamiin

Skripsi ini penulis susun guna melengkapi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyusunan skripsi yaitu sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. H. Masnun Tahir. M.Ag., Selaku Rektor UIN Mataram.
2. Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Hj. Zulpawati, M.A, Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Muh. Salahuddin, M.Ag. dan Ibu Syukriati, S.Pd., M.Hum selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu dan bapak pengusaha ikan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis sampaikan terimakasih atas waktunya.
6. Kepada mama Murni dan papa Gufran terimakasih telah setia mengirimkan do'a, kasih sayang dan dukungan yang selalu kalian berikan kepada ku hingga akhirnya aku tetap bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada adikku satu-satunya, yakni Rifal Adriyan. Terimakasih atas do'a dan dukungan yang ipang kasih buat kakak

8. Kepada para teman dan sahabat yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu, terimakasih karena telah memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan

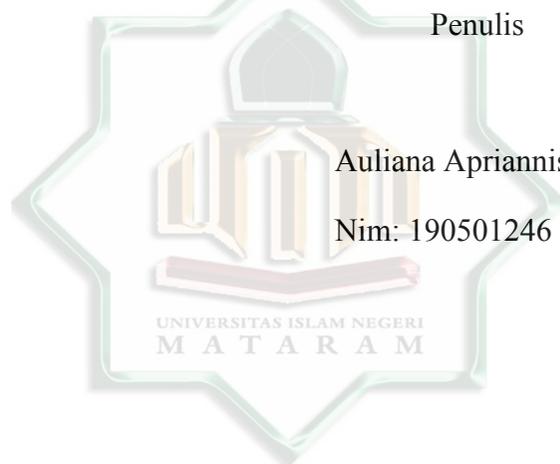
Dengan selesainya skripsi ini bukanlah menjadi akhir, melainkan sesuatu awal yang baru untuk memulai petualangan hidup yang baru. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka saran dan kritikan yang sangat konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak Aamiin ya Rabbal Alamin.

Mataram, 29 September 2023

Penulis

Auliana Apriannisa

Nim: 190501246



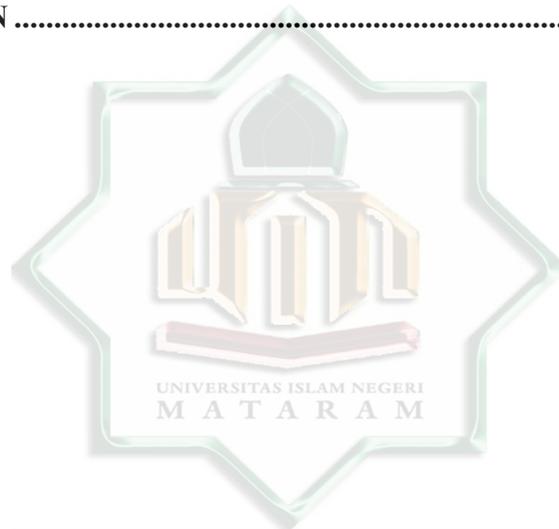
Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vii
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian	5
E. Telaah Pustaka	6
F. Kerangka Teori.....	8
1. Bisnis Perikanan.....	8
2. Inovasi Produk	9
3. Minat Beli	13
G. Metode Penelitian	16

1. Pendekatan Penelitian	16
2. Kehadiran Penelitian	16
3. Lokasi Penelitian	17
4. Sumber Data	17
5. Metode Pengumpulan Data	17
6. Teknis Analisis Data.....	18
7. Pengecekan Keabsahan Data	22
H. Sistematika Penulisan	23
BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN	24
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	24
1. Letak Geografis Desa Apitaik	24
2. Batas Wilayah Desa Apitaik	24
3. Orbitasi Desa Apitaik	24
4. Mata Pencaharian Desa Apitaik	25
5. Agama	26
6. Pemerintah Desa Apitaik	27
7. Pendidikan Masyarakat	29
8. Alat dan Bahan Produksi Ikan	29
B. Inovasi Pedagang Ikan (Tembora) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen	32
1. Proses Inovasi Ikan Coban/ Tamban	34
2. Proses Inovasi Ikan Asap	35
3. Proses Inovasi Ikan Pindang	36
C. Faktor Penghambat Pedagang Ikan Dalam Melakukan Inovasi..	42
BAB III PEMBAHASAN	44
A. Inovasi Pedagang Ikan Dalam Meningkatkan Minat Beli Kosumen di Dusun Gubuk Lekok Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur.....	44
1. Inovasi	44
2. Kreatifitas	45
3. Minat Beli	45
B. Fakor Penghambat Pedagang Ikan Dalam Melakukan Inovasi	46

1. Factor Alam (Cuaca)	46
2. Tingginya Harga Garam	48
BAB IV PENUTUP	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
WAWANCARA	53
LAMPIRAN	55



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Dusun Desa Apitaik, 25.

Tabel 2.2 jenis pencaharian, 25.

Table 2.3 susunan organisasi pemerintah desa Apitaik, 27.

Table 2.4 pendidikan masyarakat, 29.



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara, 55.

Lampiran 2 Dokumentasi, 56.

Lampiran 3 Data Diri, 64



Perpustakaan UIN Mataram

**ANALISIS INOVASI PEDAGANG IKAN DUSUN TEMBORA
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
DI DESA APITAIK KECAMATAN PRINGGABAYA
KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

Oleh:

**AULIANA APRIANNISA
NIM: 190501246**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi yang dilakukan oleh pedagang ikan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Desa ApitaiK Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur,

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pedagang ikan dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang ikan di Desa ApitaiK telah melakukan beberapa inovasi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Inovasi-inovasi ini telah memberikan dampak positif bagi pedagang ikan dan meningkatkan minat beli konsumen.

Namun, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi pedagang ikan seperti persaingan harga dengan pedagang ikan lainnya di pasar tradisional dan permasalahan dalam pengadaan stok ikan. Oleh karena itu, pedagang ikan diharapkan dapat terus melakukan inovasi-inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu mengatasi kendala yang dihadapi.

Kata Kunci: Inovasi, Pedagang Ikan, Minat Beli, Konsumen.

**ANALYSIS OF INNOVATION OF TEMBORA VILLAGE FISH
TRADERS IN INCREASING CONSUMER BUYING INTEREST
IN APITAIK VILLAGE, PRINGGABAYA DISTRICT
EAST LOMBOK DISTRICT**

By

AULIANA APRIANNISA

NIM: 190501246

ABSTRACT

This research aims to analyze the innovations carried out by fish traders in increasing consumer buying interest in Apitaik Village, Pringgabaya District, East Lombok Regency.

This research uses a qualitative method with a case study approach. Data was obtained through in-depth interviews with fish traders and direct observation. The research results show that fish traders in Apitaik Village have carried out several innovations to increase consumer buying interest. These innovations have had a positive impact on fish traders and increased consumer buying interest.

However, there are still several obstacles faced by fish traders, such as price competition with other fish traders in traditional markets and problems in procuring fish stock. Therefore, fish traders are expected to continue to make innovations that suit the needs and desires of consumers and be able to overcome the obstacles they face.

Keywords: *Innovation, Fish Traders, Purchase Interest, Consumers.*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada zaman globalisasi, kecepatan persaingan bisnis menuntut perusahaan atau pelaku usaha harus dapat bersikap dan bertindak secara inovatif dan kreatif. Lingkungan bisnis bergerak sangat dinamis, serta mempunyai ketidakpastian yang paling besar. Oleh karena itu, di abad milenial seperti sekarang perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif (*competitive rivalry*) dalam hal mempertahankan dan menciptakan konsumen yang loyal. Salah satunya adalah dengan strategi inovasi produk.

Inovasi merupakan satu kata yang sudah tidak asing lagi bagi telinga kita yang merupakan satu kunci bagi kalangan dunia usaha. Pada abad dua puluh satu, yang bisa dikatakan sebagai era globalisasi yang sesungguhnya, poin penting bagi sebuah perusahaan atau pelaku usaha untuk dapat memenangkan suatu persaingan pasar, yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melatar belakangi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini minat membeli dari seorang konsumen yang selalu timbul setelah adanya proses evaluasi alternative, didalam proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat sebagai konsumen.¹

Inovasi produk di terapkan karena konsumen menginginkan sesuatu yang berbeda dengan beberapa inovasi yang di berikan oleh perusahaan atau pelaku usaha. Keunggulan bersaing suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk baru sehingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibanding dengan produk lain yang sejenis. Selain itu, keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang persaingannya lebih ketat. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan.

¹ Ellitan Lena Dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*, Cet. 1, (Bandung, Alfabeta, 2009), hlm. 1

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Perilaku konsumen berkaitan dengan proses pemilihan produk yang akan dibeli, yang terdapat dalam proses pembelian, teori perilaku konsumen dalam pembelian atas dasar pertimbangan ekonomi, menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk melaksanakan pembelian merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional yang sadar, sehingga mereka akan memilih produk yang dapat memberikan kegunaan yang paling besar, sesuai dengan selera, dan biaya secara relatif.²

Selain inovasi, perusahaan juga membutuhkan kreativitas untuk mengembangkan dan mengkreasikan produknya. Menurut beberapa pengamat *entrepreneurship* mengatakan bahwa kreativitas bukan semata-mata faktor genetik, tetapi merupakan sesuatu yang bisa dipelajari. Matherly dan Goldsmith mengungkapkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan dalam mengembangkan gagasan dan merealisasikan gagasan tersebut sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas suatu sistem. Manusia wirausaha didukung oleh cara-cara berpikirnya yang kreatif.³

Hubungan Inovasi dengan kreativitas yaitu sebuah proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Namun, kemampuan ini berbeda dari satu orang terhadap orang lainnya. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya dapat juga mempengaruhi kreativitas seseorang. Selama ini ada anggapan yang salah mengenai orang yang kreatif. Ada yang mengatakan hanya orang jenius atau pintar saja yang memiliki kreativitas. Kreativitas bukanlah suatu bakat misterius yang diperuntukkan hanya bagi segelintir orang. Mengingat kreativitas merupakan suatu cara pandang yang seringkali justru dilakukan secara tidak logis. Proses ini melibatkan hubungan antar banyak hal dimana orang lain kadang-kadang tidak atau belum memikirkannya.⁴

²Muazzinur, "Perilaku Konsumsi trend Pakaian dikalangan Mahasiswi (Study Pada Mahasiswi Sosiologi Fisip UNRI)", *Jurnal Ekonomi*, No.2, Tahun 2014, Vol. 1, hlm. 3.

³ Dahlan Amura dkk "Kreatifitas dan Inovasi Kewirausahaan" *Jurnal kewirausahaan*, 2021 Vol 1 hal 10.

⁴Aditiya Putra Pranama dkk "Hubungan Antara kreatifitas Terhadap Bisnis Dan memahami diri" *Jurnal Kreatifitas dan bisnis*. 2017 Vol 2 Hal1.

Berwirausaha pada dasarnya memberikan suatu pelayanan kepada masyarakat dengan berbagai hal kebutuhan kehidupannya. Pelayanan ini merupakan implementasi kompetensi yang kita miliki secara maksimal, Sementara kebutuhan hidup masyarakat semakin hari semakin kompleks, bervariasi dan menuntut adanya penyesuaian. Setiap saat selalu ada kebutuhan baru yang secara langsung menuntut semua orang untuk mem-persiapkan atau menyediakannya. Karena kebutuhan hidup yang bervariasi, maka dibutuhkan orang-orang yang berkemampuan dalam menciptakan barang-barang baru. Dengan kemampuan menciptakan, kreatif dan inovatif, maka segala kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi. Jika hal ini dapat dilakukan, maka masyarakat akan berdatangan pada kita untuk memesan berbagai barang kebutuhan yang dapat kita buat atau produksi.⁵

Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan sebuah provinsi di Indonesia yang berada di bagian barat Kepulauan Nusa Tenggara, ibukota provinsi ini berada di kota Mataram. Nusa Tenggara Barat Memiliki 8 Kabupaten dan 2 kota, 116 wilayah kecamatan dan 1.146 desa / kelurahan. Sebagai provinsi kepulauan, NTB memiliki potensi sumberdaya kelautan dan perikanan yang cukup besar. Oleh karenanya di provinsi NTB dapat dikembangkan perikanan tangkap di laut dan perairan umum, perikanan budi daya laut, air payau dan air tawar, pengolahan produk hasil perikanan dan kelautan, tambak garam, konservasi dan wisatabahari, hingga pemanfaatan sumber daya laut dalam bahan kosmetik, obat-obatan maupun industri.

Lombok Timur merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Lombok Timur berada di sebelah timur pulau Lombok, ibu kota dari kabupaten LOTIM berada di daerah Selong. Kabupaten Lombok Timur sendiri berbatasan dengan Lombok Tengah dan Lombok Barat pada arah barat, Selat Alas di sebelah timur, dan laut Jawa di sebelah utara. Secara administratif, daerah Lombok Timur terbagi menjadi 21 kecamatan, dan 239 Desa. Berdasarkan letak geografisnya, potensi yang ada di daerah Lombok Timur ada pertanian dan juga kelautan.

⁵*Ibid*, Hal 7.

Desa Apitaik merupakan salah satu Desa di Kecamatan Pringgabaya yang memiliki 12 Dusun, salah satunya adalah Dusun Gubuk Lekok atau lebih dikenal dengan Gubuk Tembora. Gubuk Tembora memiliki masyarakat dengan mayoritas pekerjaan sebagai pedagang ikan laut atau *pindang*. Para pedagang umumnya mendapatkan ikan melalui para *supplier* (pemasok) yang berasal dari luar desa apitaik seperti tanjung luar, labuhan lombok dan juga dari luar daerah yakni dari Sape (pulau sumbawa). Desa Apitaik merupakan salah satu Desa di Kecamatan Pringgabaya yang memiliki 12 Dusun, salah satunya adalah Dusun Gubuk Lekok atau lebih dikenal dengan gubuk Tembora. Gubuk Tembora memiliki masyarakat dengan mayoritas pekerjaan sebagai pedagang ikan laut atau *pindang*. Para pedagang umumnya mendapatkan ikan melalui para *supplier* (pemasok) yang berasal dari luar desa apitaik seperti tanjung luar, labuhan lombok dan juga dari luar daerah yakni dari sape (pulau sumbawa). Harga jual ikan mentah relative lebih murah dibandingkan dengan ikan yang sudah diolah, hal inilah yang mengakibatkan minat beli konsumen menjadi lebih tinggi terhadap ikan yang sudah diolah, inilah alasan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dusun Tembora Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana inovasi pedagang ikan dusun Tembora dalam meningkatkan minat beli konsumen di desa Apitaik kecamatan Pringgabaya Lombok Timur?
2. Apa saja faktor penghambat pedagang ikan dalam melakukan inovasi?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui inovasi pedagang ikan dusun Tembora dalam meningkatkan minat beli konsumen di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur.
- b. Untuk mengetahui factor penghambat pedagang ikan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dusun Tembora Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat selain sebagai bahan informasi juga sebagai refrensi atau rujukan bagi penelitian lain yang sejenis di masa yang akan datang dan dapat menyempurnakan kekurangan dalam penelitian ini.

D. Ruang Lingkup dan *Setting* Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun penelitian ini mencakup pada bagaimana persaingan pasar yang memiliki ciri khas tersendiri guna meningkatkan dagangan mereka dengan cara menginovasi bahan mentah agar menjadi nilai jual yang tinggi dengan begitu mampu memperluas lapangan pekerjaan yang tadinya sangat sempit seketika mampu menciptakan daya masyarakat yang tinggi akan dibutuhkannya produksi dalam pengolahan bahan mentah tadi, untuk itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti bagaimana cara agar pedagang ikan meningkatkan minat beli konsumen untuk meningkatkan perekonomian. Ruang lingkup bahasa ini dimaksudkan agar tidak melebar atau keluar dari pokok pembahasan, sehingga tujuan penelitian dapat mencapai sasaran yang tepat.

Namun, tidak menutup kemungkinan membahas hal-hal lain diluar pembahasan di atas, sepanjang hal itu masih relevan dengan pokok permasalahan yang diangkat.

2. *Setting* Penelitian

Setting penelitian ini bertempat di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur. Yang dimana dalam melakukan penelitian ini, peneliti memerlukan rancangan waktu yang tepat sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan guna memperoleh hasil yang maksimal. Penelitian ini dimulai dari bulan Mei sampai sampai Juli 2023.

E. Telah Pustaka

1. Dalam penelitian yang dilakukan Lili Sagita yang membahas tentang faktor penghambat perkembangan usaha industri kerajinan gerabah dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat di desa Masbagik Timur, kecamatan Masbagik. Dalam penelitian yang ini ada dua dampak dari usaha kerajinan gerabah terhadap perekonomian masyarakat Desa Masbagik Timur yakni dampak positif dan negatifnya, dimana dampak positif dari adanya usaha tersebut adalah perekonomian masyarakat meningkat dan mampu menampung tenaga kerja serta mengurangi angka pengangguran, sedangkan dampak negative dari adanya usaha gerabah ini adalah kurangnya kesempatan kerja dan rendahnya sarana dan prasarana.⁶ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni dalam *variable* yang digunakan, penulis menggunakan rendahnya inovasi sedangkan penelitian tersebut menggunakan faktor prnghambat usaha, selain itu tempat penelitian penulis berbeda.
2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh M. Sya'ban yang membahas tentang pariwisata dan pengangguran inovasi dan kreativitas masyarakat dusun pandanan dalam meningkatkan sumber ekonomi masyarakat melalui pengembangan pariwisata. Dalam penelitian ini terdapat beberapa aspek yang mendorong perkembangan destinasi wisata pantai Pandanan, diantaranya peran pemerintah dalam hal mengeluarkan kebijakan pengembangan kepariwisataan, dan juga peran masyarakat dalam mengembangkan kawasan destinasi wisata pantai Pandanan. Hal ini juga mendorong masyarakat untuk meningkatkan kreativitas di dalam mengembangkan wisata dengan terus berupaya meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) guna untuk meningkatkan sumber pendapatan masyarakat

⁶ Lili Sagita, "Analisis Faktor Penghambat Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat di Desa Masbagik Timur, Kecamatan Masbagik", (*Skripsi*, FEBI UIN Mataram, Mataram 2020), hlm.85-87.

melalui pengembangan pariwisata dengan terciptanya lapangan kerja baru sehingga mengurangi angka pengangguran⁷.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah penulis lebih terfokus dengan bagaimana cara meningkatkan minat beli masyarakat sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh M. Sya'ban hanya terfokus pada pengembangan pariwisata di pantai Pandanan.

3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mina Hariyanti yang membahas tentang kreativitas varian rasa dalam meningkatkan omset penjualan kerupuk kulit di desa Apitaik, kecamatan Pringgabaya, Lombok Timur. Hasil dari penelitian yang dilakukan di lapangan terkait fokus penelitian adalah pengusaha kerupuk kulit varian rasa dalam penelitian ini bisa dikatakan mempunyai dampak kreativitas varian rasa dalam meningkatkan omset penjualan dari yang sebelum adanya varian rasa dan setelah adanya varian rasa, dimana omset penjualan naik setelah ada varian rasa, dan ini dapat membuktikan bahwa kreativitas varian rasa dapat meningkatkan omset penjualan kerupuk kulit di Desa Apitaik.⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama meningkatkan minat beli masyarakat dan juga menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Mina Hariyanti adalah objek penelitiannya.

4. Dalam Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Abdul Hadi Sukmana yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank BSI Mataram”. Dalam jurnal ini membahas tentang minat menabung yakni bagaimana nasabah BSI cabang Mataram, agar mempermudah pemerintah dalam pelayuran dana bantuan pasca

⁷ M. Sya'ban, “Pariwisata dan Pengangguran (Inovasi dan Kreativitas Masyarakat Dusun Pandanan Dalam Meningkatkan Sumber Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Pariwisata)”, *Skripsi* FEBI UIN Mataram, Mataram 2020, hlm. 15

⁸ Mina Hariyanti, “Analisis Kreativitas Varian Rasa Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Kerupuk Kulit di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur” (*Skripsi*, FEBI UIN Mataram 2021), hlm. 14

pandemic Covid 19, lalu nasabah dapat melakukan transaksi dana bantuan yang di berikan oleh pemerintah tadi.⁹ Persamaan penelitian ini dengan penulis, yaitu cara bagaimana penulis dengan peneliti untuk menarik minat masyarakat.

5. Dalam Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Titik Husnawati Amini dan Muh. Salahuddin yang berjudul “Visibility, Attraction, Typical Person Endoreser Instagram dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal Pada Generasi Z di Lombok Timur (Shariah Marketing Analysis)” dalam jurnal ini membahas tentang bagaimana inovasi dari para pembisnis *online shop* di instagram dalam memasarkan produk kosmetik mereka melalui jasa *Typical Person Endorser*, yakni jenis *endorser* (pemasar) yang bukan dari kalangan tokoh terkenal (*selebritis*). Dimana jurnal ini tapi mempunyai banyak pengikut dan mempunyai kemampuan pengolahan bahasa agar masyarakat minat membeli produk yang ditawarkan.¹⁰ Persamaan penelitian penulis dengan peneliti ini adalah sama-sama membahas tentang bagaimana cara menarik minat beli masyarakat pada suatu produk.

F. Kerangka Teori

1. Bisnis Perikanan

a. Pengertian Bisnis Perikanan

Menurut Griffin dan Ebert bisnis merupakan organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan tujuan mendapatkan laba atau keuntungan.¹¹ Sedangkan menurut Alan Afuah bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan barang ataupun jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹² Jadi dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan

⁹ Abdul Hadi Sukmana, “Pengaruh Strategi Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank BSI Mataram” *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol 1, No 2 Desember 2022, pp. 26- 35, e-ISSN: 2962-2425, hlm. 27-28

¹⁰ Titik Husnawati Amini dan Muh. Salahuddin, “Visibility, Attraction, Typical Person Endoreser Instagram dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal Pada Generasi Z di Lombok Timur (Shariah Marketing Analysis)”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534, Hlm. 2

¹¹ Ricky W Griffin dan Ronald J Ebert, *Bisnis*, (Jakarta: Erlangga . 2007), Jilid I, Edisi Kedelapan, hlm. 54.

¹² Alan Afuah, *Business Model: A strategic Management Approach*, (McGraw-Hill: New York, 2004), hlm. 87.

suatu kegiatan menjual dan membeli suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia yang bertujuan untuk mencari laba atau keuntungan.

Sektor perikanan merupakan usaha perikanan baik itu perikanan tangkap maupun perikanan budidaya yang dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk dijual secara mentah maupun dalam bentuk olahan.¹³ Sedangkan menurut Bambang Cahyono perikanan adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya serta pembudidayaan ikan.¹⁴ Jadi dapat disimpulkan bahwa perikanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk pengolahan dan pemanfaatan sumber daya alam (perikanan) yang dijual secara mentah ataupun dalam bentuk olahan.

b. Tujuan Bisnis Perikanan

Usaha perikanan merupakan sebuah usaha perorangan atau badan hukum untuk menangkap atau membudidayakan ikan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah ekonomi bagi pelaku usaha, terutama mereka yang hidup didekat perairan. Tujuan utamanya adalah

- 1) Memenuhi kebutuhan manusia akan pangan, terutama protein.
- 2) Meningkatkan pendapatan masyarakat pedang ikan
- 3) Memenuhi kebutuhan gizi masyarakat.

2. Inovasi Produk

a. Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan suatu perubahan yang berangkat dari ilmu pengetahuan, serta dapat memberikan manfaat dalam kehidupan manusia. Ilmu pengetahuan sangat dibutuhkan dalam pengembangan inovasi. Tanpa adanya ilmu pengetahuan, inovasi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Bahkan, bisa saja

¹³ Waode Sri Rahayu, dkk , “Identification of Capture Results and Capture Business Revenues with Purse Seine Capture at UPTD-PPI/TPI Sodohoa Kendari City of Southeast Sulawesi Province”, *Jurnal Bisnis Perikanan FPIK UHO*, ISSN : 2355-6617: 5(1) April 2021, hlm. 2

¹⁴ Bambang Cahyono, *Budidaya Ikan Air Tawar*, (Yogyakarta:Kanisius, 2000), hlm. 10.

malah salah sasaran, tidak bertahan lama, dan menjadi angan-angan saja. Inovasi sangat berguna di segala bidang kehidupan, oleh karena itu, memahami beberapa hal terkait inovasi memang diperlukan. Inovasi merupakan sesuatu yang baru dan belum ada secara umum.

Menurut Rogers, inovasi adalah ide, objek, gagasan, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai sebuah hal baru, baik oleh seseorang atau kelompok untuk diaplikasikan atau diadopsi.¹⁵ Inovasi pada sebuah produk dianggap akan mampu menghilangkan rasa jenuh dan bosan pada konsumen saat memilih produk yang kurang beragam serta tidak memiliki keunikan.

Inovasi merupakan suatu proses dalam melakukan hal baru yang awalnya belum pernah dilakukan oleh perusahaan. Suatu gagasan yang dimunculkan dalam penciptaan produk baru yang memiliki nilai kecil maupun nilai besar. Sebab itu, inovasi juga merupakan transformasi atau pengubah gagasan kreatif menjadi suatu penerapan yang bermanfaat. Inovasi produk merupakan suatu gabungan dari berbagai macam proses yang saling berpengaruh antara satu sama lain. Produk baru mempunyai peranan utama untuk meningkatkan perusahaan, sementara inovasi proses berperan sebagai strategi menekan biaya. Inovasi dapat memberikan atau menciptakan suatu gagasan atau ide baru.¹⁶

b. Pengertian Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan salah satu pengenalan dan perkembangan barang atau jasa baru yang berbeda dari sebelumnya dengan lebih mengutamakan pada kualitas. Inovasi produk saja tidak dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan pertumbuhan perusahaan yang memadai. Penulis buku *principles*

¹⁵Wida Kurniasih, "Pengertian Inovasi: Manfaat, Bentuk dan Contohnya", dalam <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-inovasi/>, diakses tanggal 20 Desember, pukul 10.26.

¹⁶Naumi Dwi Yanuar dan Harti Harti, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan di Kabupaten Trenggalek", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 2, Oktober 2020, hlm. 52-53

of marketing yaitu Kotler dan Amstrong menyebutkan bahwa terdapat 3 atribut yang menempel pada inovasi produk, yaitu:¹⁷

1. Fitur Produk

Yang dimaksud dengan fitur dari suatu produk adalah suatu yang unik, istimewa dan khas yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Karakteristik yang melekat dengan sempurna pada suatu produk merupakan hasil dari pengembangan dan penyempurnaan secara terus menerus.

2. Desain dan Rancangan Produk

Desain produk merupakan cara yang lain untuk mendapatkan nilai tambah produk dimata penggunaanya. Sebuah produk di desain dengan tujuan agar dapat menarik perhatian konsumen, desain juga dapat memberikan keunggulan bersaing. Kotler dan Amstrong mengartikan desain atau perencanaan produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

3. Kualitas

Kualitas produk merupakan sebuah tingkat dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian dari produk yang dihasilkan. Daya tahan mencerminkan umur ekonomis dari produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan.

Sebuah peneliti dari Amerika Serikat, Jose Briones menyimpulkan bahwa inovasi pada produk bukan hanya sekedar menemukan hal atau produk yang baru, namun hal baru tersebut harus berpotongan dengan *added value* atau nilai tambah dalam barang. Jadi bila terciptanya produk baru atau penemuan baru yang tidak menawarkan nilai tambah didalamnya, maka produk

¹⁷ Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh Mizin Azrori, "Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayann Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Jambi Zohrif di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang", (*Skripsi*, FEBI UIN Jambi, Jambi, 2018), hlm. 10-12.

tersebut hanya dapat digolongkan sebagai produk baru dan belum bisa disebut sebagai inovasi produk.¹⁸

c. Tujuan Inovasi Produk

Tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan.

Pada saat ini ditengah persaingan yang begitu ketat, barang yang ditawarkan kepada konsumen haruslah bervariasi dengan segala kelebihan dan kecanggihannya. Inovasi produk yang dilakukan haruslah melalui penelitian pasar agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen.

Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar.¹⁹

4. Manfaat inovasi

Manfaat yang diperoleh yang diperoleh jika sudah melakukan inovasi adalah:

- 1) Meningkatnya kualitas tenaga kerja
- 2) Mendorong pemerintah dan instansi lainnya dalam menyediakan infrastruktur yang menunjang usaha
- 3) Mengefektifkan penggunaan sumber daya yang tersedia
- 4) Meningkatkan kinerja maupun keuntungan finansial
- 5) Mendorong lahirnya inovasi-inovasi lainnya yang bersekala lebih besar
- 6) Meningkatkan investasi

¹⁸ Dhewanto, dkk, *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), hlm. 105.

¹⁹ Arianti, "Tujuan inovasi produk", dalam www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com, diakses pada 25 juli 2023)

3. Minat Beli

a. Pengertian Minat Beli

Secara estimologi pengertian minat adalah untuk perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.²⁰ Secara sederhana minat dapat diartikan kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut disertai perasaan senang.²¹ Jadi minat adalah keinginan atau kecenderungan hati yang tinggi pada diri seseorang sehingga mengarahkan individu terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut disertai perasaan.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.²²

Menurut Kotler minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.²³ Menurut Mc. Carthy, minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya.²⁴ Selain itu Thamrin juga berpendapat bahwa

²⁰ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hlm. 62.

²¹ Abdul rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 262-263.

²² Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka 2002), hlm.45.

²³ Philip Kotler *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 205.

²⁴ Carthy Mc dan Jerome E, *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 298.

minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.²⁵ Jadi dapat disimpulkan minat beli konsumen adalah niatan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian berlangsung.

Minat beli (*purchase intention*) sangat berkaitan dengan sikap konsumen yaitu keinginan konsumen untuk membeli suatu produk setelah mereka mengamati dan mempelajari produk tersebut. Konsumen berminat untuk membeli akan menunjukkan perhatian dan sikap senang pada produk tersebut. Minat beli adalah proses yang wajib dilalui oleh konsumen untuk membeli barang atau jasa didasari oleh bermacam-macam pertimbangan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi minat beli yang berhubungan dengan perasaan dan emosi. Jika seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa, maka hal tersebut akan memperkuat minatnya untuk membeli. Minat beli juga menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya.²⁶

b. Indikator Minat Beli

Produk yang berkualitas, merek yang populer dan bernilai, kemasan yang menarik, harga yang layak, produknya mudah diperoleh, dan faktor acuan yang tepat dipastikan minat pembelian konsumen akan meningkat. Indikator minat beli meliputi:²⁷

²⁵ Thamrin. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003), hlm.142

²⁶ Mohamad Rizal Nur Irawan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya", *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* , Volume 05, Nomor 2 Tahun 2020, hlm. 145

²⁷ Anik Ariyanti dan Rochmad Fadjjar Darmanto, "Analisis Terhadap Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* Vol. 17 No. 02 – Des 2020, hlm. 146-147

- 1) minat transaksional yang merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
 - 2) Minat referensial merupakan kecenderungan seseorang dalam mereferensikan produk kepada orang lain.
 - 3) Minat preferensial lebih menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tertentu.
 - 4) Minat eksploratif lebih menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan untuk mencari informasi dalam mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
- c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

Minat beli konsumen merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang.

Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk maka akan menyebabkan menurunkan minat beli konsumen. Minat (*Interest*) digambarkan sebagai situasi dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Minat beli merupakan perilaku yang muncul pada konsumen yang terdiri dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk dan harga yang ditawarkan pelaku bisnis kepada konsumen. Ada beberapa factor yang mempengaruhi minat beli konsumen, antara lain:

- 1) Perhatian (*Attention*) adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).
- 2) Ketertarikan (*Interest*) menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- 3) Keinginan (*Desire*) adanya dorongan untuk memiliki.
- 4) Keyakinan (*Conviction*) adanya perasaan percaya individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.²⁸

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan meneliti perilaku individu atau kelompok dan suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan fenomena sosial dengan mendeskripsikan kenyataan suatu keadaan yang sebenarnya atau alamiah (natural), sehingga diperoleh data-data deskriptif (non kuantitatif) dengan alasan kesesuaian antara kondisi objek yang akan diteliti dan data-data yang diperoleh bersifat informasi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.²⁹

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dilapangan merupakan suatu yang mutlak, dikarenakan peneliti harus tetap berinteraksi dengan lingkungan baik itu manusia maupun bukan manusia selama itu termasuk kedalam suatu objek penelitian. Selain itu peneliti dalam penelitian kualitatif berperan sebagai instrument sekaligus sebagai pengumpul data. Dalam penelitian kualitatif tidak terdapat pilihan lain kecuali menjadikan manusia sebagai instrument utama dalam sebuah penelitian, dikarenakan dalam penelitian kualitatif segala sesuatu yang akan dicari dari suatu objek penelitian belum memiliki bentuk yang pasti, seperti masalah penelitian, fokus penelitian, sampai hasil

²⁸ Nico Rifanto Halim dan Donant Alananto Iskandar, "Pengaruh Kualitas Produk, Harha, dan Persaingan Terhadap Minat Beli", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* Vol.4, No.3, Oktober 2019, hlm. 417

²⁹ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: cv ALFABETA, 2014), cet. ke-6, hlm. 25

akhir yang diharapkan belum jelas dan pasti. Selain itu, peneliti harus menjelaskan apakah subjek atau informan mengetahui kehadirannya dalam setatus sebagai peneliti atau tidak, dikarenakan hal ini berkaitan dengan keikutsertaan peneliti dalam penelitian, apakah peneliti ikut serta secara aktif atau pasif dalam penelitian.³⁰

3. Lokasi Penelitian

Lokasi dari obyek penelitian ini adalah para pedagang ikan yang berada Kabupaten Lombok Timur, jalan raya labuhan Lombok-khayangan. Adapun lokasi ini terletak di pinggir jalan raya besar sampai dengan ujung sungai. Penelitian ini akan dilaksanakan di Dusun Tembora Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

4. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh atau mengambil data atau disebut dengan responden, yaitu orang yang menjawab dan merespon pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan

Adapun yang menjadi subjek atau sumber informasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :³¹

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utamanya, sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Sumber data primer dari penelitian ini adalah seluruh pedagang ikan yang ada di desa Apitaik kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dimana data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer. Contohnya data yang sudah ada dan didapat dari buku-buku,

³⁰ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2014), cet. ke-6, hlm. 61-62.

³¹ Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi", *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol. 1, No 2, Agustus 2017, hlm. 211-212.

artikel, jurnal maupun catatan-catatan yang berkaitan dengan fokus penelitian

5. Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Adapun Observasi terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

1) Observasi Partisipasi

Observasi ini merupakan jenis pengamatan yang dilakukan dengan aktif terlibat langsung dalam berbagai hal, pengamat harus terjun langsung untuk mengamati sehingga mendapat gambaran untuk penelitiannya.

2) Observasi Nonpartisipasi

Peneliti mengamati tanpa berinteraksi langsung dengan pelaku atau masyarakat sehingga lebih kepada pendataan data yang diperoleh dari pihak ketiga. Observasi dalam penelitian ini melakukan pengamatan langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi objektif diseperti lokasi penelitian yaitu: Dusun Tembora Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur. Observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Observasi yang dilakukan adalah observasi terhadap subjek, perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara. Salah satu hal yang penting, namun sering dilupakan dalam observasi adalah mengamati hal yang tidak terjadi.³²

³² Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal.115

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi verbal dengan tujuan untuk mendapatkan informasi penting terhadap suatu permasalahan yang ingin diteliti.

1) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur yaitu mewawancarai narasumber dengan pertanyaan yang sudah disisipkan sebelumnya sehingga lebih jelas informasi yang di dapat.

2) Wawancara Tidak Terstruktur

Dalam wawancara tidak terstruktur ini pewawancara cenderung mengikuti situasi dan kondisi dari orang yang diwawancarai sehingga percakapan yang terjalin lebih interaktif dan bersahabat. Dalam kegiatan wawancara terjadi pertemuan antara dua orang atau lebih untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab di mana keduanya berperilaku sesuai dengan status dan peranan mereka masing-masing. Dalam hal ini untuk mendapatkan informasi atau data-data yang ingin peneliti dapatkan maka peneliti melakukan wawancara dalam bentuk tidak terstruktur, dimana peneliti secara bebas menanyakan terkait permasalahan yang ingin ditanyakan.³³

Wawancara adalah kegiatan yang melakukan Tanya jawab atau memberikan pertanyaan kepada lawanbicara atau narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai para pedagang ikan yang ada di dusun Gubuk Lekok (Tembora).

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen dapat berupa buku, artikel, media massa, catatan harian, blog, dan lain sebagainya. Hasil penelitian dari observasi, wawancara dan dokumentasi akan lebih *kredibel* atau dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah kehidupan pribadi dan lainnya. Hasil penelitian tentang

³³Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), cet. ke-3, hlm. 179.

inovasi produk pada pedagang ikan di Desa Apitaik, Kecamatan Pringgabaya akan semakin *kredibel* apabila didukung oleh foto-foto.

Dokumentasi merupakan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, dan sebagainya. Dimana dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian dan kemudian ditelaah secara mendalam sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian.³⁴

6. Teknis Analisis Data

Pada dasarnya analisis data adalah sebuah proses mengaturnya data dan mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan rumusan kerja seperti yang disarankan oleh data.³⁵ Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode dan mengkategorikan data yang terkumpul baik dari catatan lapangan, gambar, foto atau dokumen berupa laporan. Untuk melaksanakan analisis data kualitatif ini maka perlu ditekankan beberapa tahapan dan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Miles dan Huberman mengatakan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan mereduksi data bias berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari temadan polanya. Tahapan reduksi dilakukan untuk menelaah secara keseluruhan data yang dihimpun dari lapangan, sehingga dapat ditemukan hal-hal dari obyek yang di teliti tersebut. Kegiatan yang dapat dilakukan dalam reduksi data ini antara lain:

³⁴Umar Sidiq dan Miftachul Choiri, *Metode...*, hlm. 72-73.

³⁵*Ibid*, hal.103.

- 1) Mengumpulkan data dan informasi dari catatan hasil wawancara dan hasil observasi
- 2) Serta mencari hal-hal yang dianggap penting dari setiap aspek temuan penelitian.

b. Penyajian data

Miles dan Huberman dalam Imam Suprayogo dan Tobroni, mengatakan bahwa yang dimaksud penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusunnya memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam hal ini adalah penyampaian informasi berdasarkan data yang diperoleh dari para pedagang ikan dengan focus penelitian untuk disusun secara baik, runtut sehingga mudah dilihat, dibaca dan dipahami tentang suatu kejadian dan tindakan atau peristiwa yang terjadi.³⁶

Pada tahap ini dilakukan rangkuman terhadap penelitian dalam susunan yang sistematis. Kegiatan pada tahapan ini antara lain:

- 1) Membuat rangkuman secara deskriptif dan sistematis, sehingga tema sentral dapat diketahui dengan mudah;
- 2) Memberi makna setiap rangkuman tersebut dengan memperhatikan kesesuaian dengan focus penelitian. Jika dianggap belum memadai maka dilakukan penelitian kembali kelapangan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dan sesuai dengan alur penelitian.³⁷

c. Penarikan kesimpulan atau *verifikasi*

Menurut Miles dan Huberman dalam Harun Rasyid, mengungkapkan bahwa *verifikasi* data dan penarikan kesimpulan adalah upaya untuk mengartikan data yang ditampilkan dengan melibatkan pemahaman peneliti. Kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan ini menghasilkan kebenaran yang kredibel. Pada

³⁶Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal.194.

³⁷Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Alfabeta, Bandung,2009), hal.99.

tahap ini dilakukan pengkajian tentang kesimpulan yang telah diambil dengan data pembandingan teoritertentu, melakukan proses *member check* atau melakukan proses pengecekan ulang, mulai dari pelaksanaan pra survey (orientasi), wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian membuat kesimpulan umum untuk dilaporkan sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data ini dilakukan untuk mengukur apakah data dan proses pencarian yang dilakukan peneliti sudah benar atau belum. Adapun teknik yang digunakan peneliti adalah triangulasi. Triangulasi adalah sebagai kegiatan pengecekan data melalui berbagai sumber, teknik, dan waktu.³⁸

- a. Triangulasi sumber, yakni dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
- b. Triangulasi teknik, yakni dapat dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang telah diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan terkait inovasi pedagang ikan Dusun Tembora, maka akan dilakukan pengecekan informasi kembali melalui observasi, ataupun dokumentasi kepada informan yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
- c. Triangulasi waktu, yakni dapat dilakukan dengan pengecekan kembali data kepada sumber dan tetap menggunakan sumber yang sama, namun dengan waktu dan situasi yang berbeda. Untuk mendapatkan data yang sah melalui observasi, peneliti perlu mengadakan pengamatan tidak hanya satu kali pengamatan saja.

³⁸ Umar Sidiq dan Miftachul Choiri, *Metode...*, hlm. 94.

H. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penelitian ini dapat ditentukan dengan ulasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, telaah pustaka, kajian teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Paparan data dan temuan. Dalam bab ini diuraikan tentang paparan data dan temuan peneliti yang ditemukan dilapangan. Pada bagian ini dipaparkan secara deskriptif tentang gambaran lokasi penelitian, yaitu Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen

Bab III Pembahasan. Dalam bab ini membahas tentang data-data yang ditemukan di lapangan apakah sesuai dengan teori. Pada bab ini akan membahas tentang Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen

Bab IV Penuup. Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis Desa Apitaik

Desa Apitaik merupakan desa yang terletak di kecamatan Pringgabaya, Apitaik terletak di sebelah barat kecamatan Pringgabaya. Kantor desa Apitaik berada di wilayah dusun bagek kedok lauq dengan jumlah penduduk $\pm 12,358$ jiwa yang terdiri dari $\pm 6,170$ jiwa laki – laki dan $\pm 6,188$ jiwa perempuan. Luas wilayah desa Apitaik ± 600 Ha yang terdiri dari area persawahan seluas $\pm 1,34$ Km² perkebunan dengan luas $\pm 0,21$ Km² dan pemukiman penduduk seluas $\pm 4,17$ Km².

Masyarakat desa Apitaik bermata pencaharian petani, buruh tani, pedagang, dengan mayoritas beragama islam. Dengan bentang wilayah yang datar dan suhu udara yang rata – rata 37° (derajat celcius), wilayah ini termasuk ke dalam desa yang sebagian dilalui oleh saluran irigasi primer maupun skunder.

2. Batas Wilayah Desa Apitaik

- Sebelah timur: Desa Pohgading
- Sebelah Barat: Desa Teko
- Sebelah Selatan: Desa Telaga Waru
- Sebelah Utara: Desa Batuyang

Wilayah ini berada di daerah dataran rendah yang kebanyakan penduduknya berprofesi sebagai petani, kerja kantoran, guru, dan yang paling banyak adalah *entrepreneurship* yaitu salah satu usaha yang di bisniskan adalah pedagang ikan.

3. Orbitasi Desa Apitaik

Jarak dari pemerintah desa ke pemerintah kecamatan berjarak 2,5 Km² yang dapat ditempuh dengan waktu kurang dari 3 menit dan berada di di sekitar ± 25 Km² dari ibukota kabupaten yang dapat ditempuh sekitar 15 menit, kemudia jarak dengan pemerintahan provinsi 55 Km². Desa Apitaik memiliki 12 dusun yang terdiri dari:

Tabel 2.1. Jumlah Dusun di Desa Apitaik

NO	NAMA	LUAS WILAYAH (M²)	KEPALA WILAYAH
1	Dusun Bagek Kedok Daya	70 M ²	Ruba'i
2	Dusun Bagek Kedok Lauq	40 M ²	Su'aidi
3	Dusun Gubuk Motong	40 M ²	Suhardi
4	Dusun Gubuk Pande	60 M ²	Ismail Marzuki
5	Dusun Gubuk Lekok	60 M ²	Anwar
6	Dusun Gubuk Pernek	50 M ²	Muhammad Jalaluddin
7	Dusun Dasan Bagek Daya	45 M ²	Iswahyudi
8	Dusun Dasan Bagek Lauq	65 M ²	Fathul Yakin
9	Dusun Sampu Darat	50 M ²	H. Musdar S.P
10	Dusun Gubuk Jero	40 M ²	Ahmadi Gafari
11	Dusun Gubuk Motong Lauk	40 M ²	Johan
12	Dusun Gubuk Patokan	40 M ²	Samsul Hadi

Sumber: *Profil Desa Apitaik Kec. Pringgabaya, 2022*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

4. Mata pencaharian Desa Apitaik

Tabel 2.2

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah	Keterangan
1	Petani	4.232	
2	Buruh Tani	1.860	
3	Pedagang	2.284	

4	Pertukangan	99	
5	Bengkel	17	
6	PNS	150	
7	TNI	9	
8	POLRI	17	
9	Pegawai swasta	35	
10	Pengerajin	67	
11	Peternak	67	
12	Sopir	59	
13	Guru Honor	67	
14	Penjahit	54	
15	Dokter	3	
16	Perawat		
17	Bidan		
18	Dukun beranak	2	
19	Guru ngaji	32	

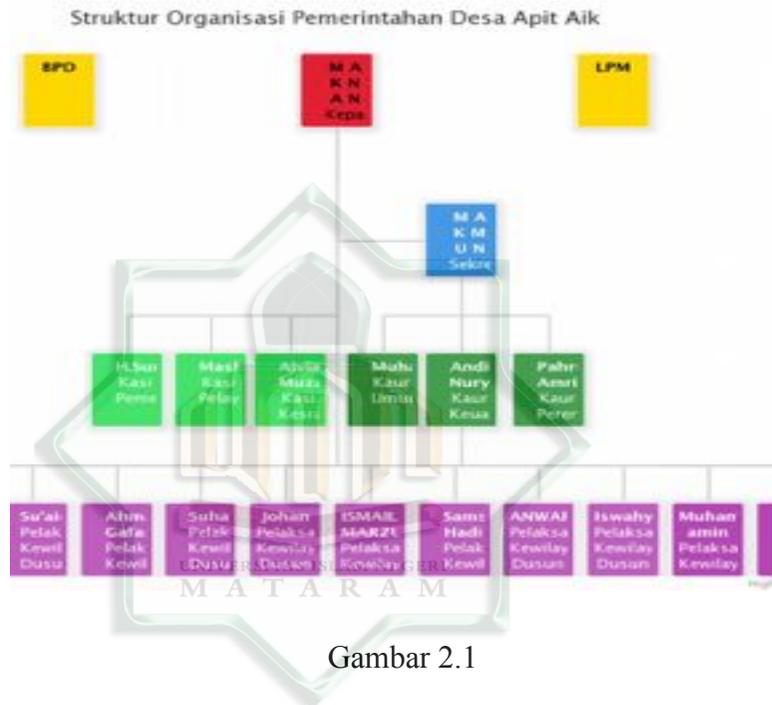
Sumber: *Profil Desa Apitaik Kec. Pringgabaya, 2022*

5. Agama

Dilihat dari keberagaman semua masyarakat Desa Apitaik menganut agama Islam seratus persen yang memiliki kepercayaan kepada Allah yang Maha Esa. Hal ini dilihat dari tingkat religius yang sangat kental sekali yang dimiliki oleh masing-masing individu masyarakat serta berdirinya beberapa bangunan masjid dan musholla.

Hal lain yang menjadi bukti dari keberagaman yang sangat kuat dari masyarakat Desa Apitaik adalah banyaknya kegiatan keberagaman yang diikuti oleh masyarakat seperti kegiatan majlis ta' lim, kelompok tarekat, dan kelompok Hiziban.

6. Pemerintahan Desa Apitaik



Gambar 2.1

Perpustakaan UIN Mataram

Susunan Organisasi Pemerintah Desa Apitaik

Table 2.3

No	Nama	Tempat dan tanggal lahir	Jabatan
1	Maknan	Apitaik, 31-12-1954	Kepala Desa

2	Makmun	Sekarteja, 31-12-1964	Sekretaris Desa
3	Muhadi	Apitaik, 01-07-1974	Kaur TU/Umum
4	Andi Nuryadi, A.Md.	Apitaik, 04-06-1981	Kaur Keuangan
5	Pahruji Amri	Apitaik, 04-2-1982	Kaur Perencanaan
6	H. Suryadi	Apitaik, 31-12-1977	Kasi Pemerintahan
7	Alvian Muzanni, A.Md.	Apitaik, 28-04-1994	Kasi Kesejahteraan
8	Mashuri, A.Md.	Apitaik, 31-12-1980	Kasi Pelayanan
9	Su'aidi	Apitaik, 05-05-1982	Kawil Bagek Kedok Lauk
10	Ruba'i	Apitaik, 31-12-1977	Kawil Bagek Kedok Daya
11	Suhardi	Apitaik, 29-11-1968	Kawil Gubuk Motong
12	Ismail Marzuki	Apitaik, 01-07-1975	Kawil Gubuk Pande
13	Anwar	Apitaik, 05-10-1965	Kawil Gubuk Lekok
14	Muhammad Jalaluddin	Apitaik, 20-05-1983	Kawil Gubuk Pernek
15	Fathul Yakin	Apitaik, 10-06-1987	Kawil Dasan Bagek Lauk
16	Iswahyudi	Apitaik, 29-02-1983	Kawil Dasan Bagek Daya
17	H. Musdar, S.Pd.	Apitaik, 31-12-1980	Kawil Sampudarat
18	Ahmadi Gafari	Semalun bumbung. 06-01-1992	Kawil Gubuk Jero
19	Samsul Hadi	Apitaik, 31-12-1988	Kawil Gubuk Patokan
20	Johan	Apitaik, 31-12-1978	Kawil Gubuk Motong Lauk

Sumber: *Profil Desa Apitaik Kec. Pringgabaya, 2022*

7. Pendidikan Masyarakat

Table 2.4

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah
1	Tidak bisa baca tulis	
2	Tamat SD san Setara Kejar Paket A	329 Orang
3	Pernah Sekola SD Tapi tidak tamat	498 Orang
4	Tamat SMP setara Kejar Paket B	1.538 Orang
5	Tamat SMA setara Kejar Paket C	4.357 Orang
6	Diploma/Sarjana Muda	
7	Sarjana/Pasca Serjana	185 Orang
8	S 2	4 Orang
9	S 3	1 Orang

Sumber: *Profil Desa Apitaik Kec. Pringabaya, 2022*

Perpustakaan UIN Mataram

8. Alat dan Bahan Produksi Ikan Pindang, ikan coban dan Ikan Bakar
 - a. *Erok* (bahasa apitaik) alat yang digunakan untuk merapikan dan alas untuk menata beberapa ikan sebelum diolah.



Gambar 2.2

- b. Kompor
- c. Wajan untuk mengukus ikan
- d. Tusukan (untuk ikan yang diasap ini memerlukan tusukan agar ikannya tidak jatuh dan lebih rapi juga)

Perpustakaan UIN Mataram



Gambar 2.3

- e. Garam dan saos (untuk memberikan cita rasa yang khas pada ikan)
- f. Batang jagung (untuk ikan yang dibakar itu menggunakan batang jagung sebagai arang agar memberikan bau khas dari ikan bakar tersebut)



Gambar 2.4

- g. Daun pisang (sebagai alas untuk ikan coban dan ikan pindang yang sudah dikukus).

B. Inovasi Pedagang Ikan (*Tembora*) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen

Berbagai macam cara dilakukan masyarakat Desa Apitaik untuk memenuhi kebutuhan keluarganya dengan melakukan kegiatan UKM (Usaha Kecil Menengah) seperti Petani, Bisnis dan sebagainya. Keseluruhan aktivitas ini merupakan bentuk rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat *Tembora* dalam rangka memenuhi berbagai macam kebutuhannya baik kebutuhan sandang, pangan, dan papan.

Mayoritas masyarakat dusun Gubuk Lekok (*Tembora*) berprovesi sebagai pedagang ikan yang sudah melakukan inovasi. Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk dan pelayanan-pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru

organisasi, perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi.³⁹

d. Inovasi Produk

Produk adalah objek yang sangat vital yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendatangkan tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktivitas operasional dan kesehatan keuangan perusahaan. Secara luas, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Melalui produk, produsen dapat memanjakan konsumen. Karena dari produk akan dapat diketahui seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen.⁴⁰

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.⁴¹ Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara insidental.⁴² Inovasi produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan, mengingat strategi ini berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Adapun beberapa proses inovasi yang dilakukan oleh penjual guna meningkatkan minat beli konsumen:

³⁹ Ginanjar Suendro, "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan" *tesis* Manajemen UNDIP, Semarang 2010, hlm. 14

⁴⁰ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012.), hlm.36

⁴¹ Nugroho Setiadi, J. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta; Predana Media, 2003), hlm.398-399.

⁴² Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi*, (Bandung; alfabeta,2009), hlm.4.

1. Proses inovasi ikan coban / Tamban

- a. Ikan yang masih baru di rendam dulu menggunakan air garam selama 2 hari agar lebih memberikan cita rasa khusus
- b. Setelah ikan direndam kemudian ikan coban tersebut di taruh di *erok* (bahasa apitaik) untuk ditata
- c. Ikan yang sudah ditata diberikan saos untuk mempercantik tampilan dan menarik minat beli masyarakat
- d. Ikan selanjutnya di jemur sampai kering kemudian baru bisa di pasarkan.



Gambar 2.5

Inovasi yang dilakukan oleh para pedagang ikan di dalam proses ini adalah yang awalnya ikan tamban dibeli dengan harga \pm Rp 800.000 per keranjang, kemudian jika dijual kembali keuntungan yang di dapatkan kadang kurang dari Rp 60.000 maka pendapatan para pedagang ini bisa dibilang sangat minim. Kemudian para pedagang ini mulai melakukan inovasi produk dengan cara mengubah ikan coban ini menjadi ikan tamban yang memiliki cita rasa khas yakni rasa asin dengan tambahan saos sebagai pewarna agar ikan tersebut bisa lebih menarik perhatian para pelanggan. Setelah melakukan inovasi ini pendapatan masyarakat juga bertambah dan meningkatkan minat beli konsumen. Ikan coban yang sudah di inovasi ini ditaruh menggunakan tatakan atau wadah yang beralaskan daun pisang dan dijual dengan harga Rp 10.000 per tatakan, dan jika dihitung dari modal yang cukup besar untuk satu keranjang ikan coban

ini maka masyarakat atau para pedagang lebih memilih untuk menginovasikan ikan tersebut. Perbedaan keuntungan yang sangat jauh membuat para pedagang akhirnya memilih untuk menginovasi saja karena keuntungan yang diperoleh bisa sampai Rp 200.000 sampai Rp 350.000 per keranjang. Dari hasil ini sudah sangat jelas bahwa pendapatan masyarakat jadi bertambah dan minat beli konsumen juga meningkat karena adanya inovasi ini.

2. Proses inovasi ikan asap

- a. Ikan yang digunakan dalam proses ini adalah ikan pari
- b. Ikan yang baru datang akan dipotong terlebih dahulu menjadi beberapa bagian untuk mempermudah saat proses penusukan dan pengemasan
- c. Setelah itu ikan kemudian di asap selama \pm 20 menit
- d. Setelah ikan matang lalu kemudian ikan tersebut didinginkan sebelum ditata di dalam *bak* (wadah) dan kemudian dipasarkan.



Gambar 2.6

Inovasi yang dilakukan dalam proses ini adalah para pedagang membeli ikan pari mentah dengan harga Rp 16.000 per kilogram kemudian diolah dengan cara dipotong dan diasapkan agar mendapatkan nilai jual yang lebih tinggi, para konsumen juga banyak yang mencari ikan asap ini karena

memiliki bau khas dari pengasapan dan juga harga ikan yang tergolong murah.

Harga jual ikan asap ini juga dinilai sangat ramah dikantong oleh para pembeli karena ikan pari yang sudah diinovasi ini dijual dengan harga Rp 1.000 per tusuknya, namun jika pelanggan tetap yang mengambil ikan dalam jumlah banyak tentunya mendapat harga miring oleh para penjual. Untuk satu kilo ikan pari para pedagang bisa membuat menjadi 40-50 tusuk. Jika dijual mentahnya para pedagang hanya mampu menjual dengan harga maksimal Rp 20.000 – Rp 25.000 per kilo. Jadi alasan para pedagang melakukan inovasi ini sudah jelas yakni melihat keinginan pasar dan dengan adanya inovasi maka peningkatan minat beli konsumen juga sangat dirasakan dan kemudian memberikan keuntungan juga untuk para pedagang ikan.

3. Proses inovasi ikan pindang

- a. Ikan yang biasa digunakan dalam proses peminangan ini adalah ikan tongkol, lure, mairo, *empak* (bahasa apitaik = ikan) kucing (bengkawal)
- b. Sebelum ikan diolah, pedagang ikan biasanya merendam ikan terlebih dahulu di air garam selama 20 menit
- c. Setelah itu ikan ditata di *erok* (baha apitaik)
- d. Presos selanjutnya adalah mengukus ikan yang sudah ditata selama ± 10 menit
- e. Jika sudah 10 menit dan ikan sudah matang maka selanjutnya ikan diturunkan dari wadah pengukusan dan di diamkan dulu selama 2 menit sampai ikan tersebut dingin
- f. Selanjutnya ikan yang sudah dingin dikemas menggunakan alas daun pisang dan ditata dan kemudian siap untuk dipasarkan.



Gambar 2.7

Inovasi yang dilakukan pada proses ini hampir tak jauh beda dari inovasi – inovasi sebelumnya, dimana para pedagang ikan membeli ikan mentah dan ketika menjualnya kembali tanpa di olah atau diinovasi maka harga jual ikan tersebut otomatis juga rendah kemudian ini berdampak kepada pendapatan masyarakat dan minat beli konsumen terhadap ikan yang belum diolah ini juga sedikit karena masyarakat beranggapan bahwa ikan mentah masih perlu banyak proses sebelum dinikmati. Ikan tongkol yang dibeli dengan harga Rp 400.000 s/d Rp 500.000 per boxnya jika dijual mentah hanya akan mendapat maksimal keuntungan Rp 50.000 perbox dan ini dinilai sangat sedikit.

Dengan itu maka masyarakat mengolah ikan tongkol ini menjadi ikan pindang dan kemudian jika sudah diinovasikan masyarakat atau para pedagang ikan akan mendapatkan hasil sampai dengan Rp 300.000 per box. Selain mendapat keuntungan yang lebih banyak dari biasanya para pedagang juga mendapatkan semakin banyak pelanggan karena inovasi ini juga meningkatkan minat beli konsumen.

Seperti yang sudah disampaikan oleh Sumartini / inaq Roy yang berprofesi sebagai pedagang ikan, mengatakan bahwa

“dulu saya hanya menjual ikan mentah tanpa diolah ke pasar. Saya memilih menjadi pedagang ikan karena ini adalah usaha turun temurun dari nenek saya dan saya mendapatkan hasil yang sedikit cukup untuk kehidupan saya, hanya saja lama kelamaan pembeli mulai jarang dan hasil penjualan saya juga menurun dan hal inilah yang melatar belakangi saya melakukan inovasi yakni agar pembeli tidak merasa bosan dengan ikan yang mentah dan membutuhkan waktu lama untuk diolah menjadi makanan siap saji. Setelah melakukan inovasi ini pelanggan saya juga semakin bertambah hingga saya juga memiliki pelanggan tetap di pasar.”⁴³

Pernyataan dari ibu Sumartini diatas yang berprofesi sebagai pedagang ikan yang sudah melakukan inovasi dan sekaligus ini adalah usaha turun temurun. Ibu Sumartini memilih profesi ini karena sudah memiliki pelanggan tetap yang membuat ibu Sumartini tetap memproduksi ikan.

Inovasi yang dilakukan pedagang ikan dengan cara mengolah ikan yang membuat ikan-ikan tersebut memiliki varian rasa yang berbeda juga membuat minat beli konsumen itu meningkat. Varian rasa dalam produksi ikan ini juga sangat penting dimulai dari ikan coban yang rasanya sangat asin dan ikan asap yang mempunyai bau khas tersendiri, kemudian ikan pindang yang sedikit mempunyai rasa asin. Varian rasa juga bentuk kerja sama antara kelima mavam indera penciuman manusia, yakni: perasa, penciuman, penglihatan, perabaan, dan pendengaran.

Usaha yang dilakukan oleh masyarakat Tembora termasuk Usaha Kecil Menengah (UKM), karena usaha ini adalah usaha rumahan tetapi memiliki hasil yang cukup menjanjikan. Perkembangan sektor yang serupa tidak hanya terjadi dan dirasakan masyarakat kota besar saja, akan tetapi juga sering terjadi di Kabupaten Lombok Timur. Bumi yang biasa dikenal dengan Gumi atau Bumi Patuh Karya ini, profesi sebagai pegawai perusahaan, guru, petani, PNS, dan lain-lain, namun profesi tersebut bukan satu-satunya sumber pekerjaan yang menopang kegiatan ekonomi. Apalagi dengan kondisi keadaan yang jauh dari perindustrian dan tingkat pendidikan penduduk yang belum sepenuhnya merata oleh

⁴³ Sumartini, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik 13 Mei 2023, pukul 17.20 WITA

karena itu ketersediaan sektor formal belum mampu menyerap jumlah angkatan kerja yang tersedia, sehingga tidak heran jika banyak masyarakat yang mengembangkan usahanya di luar sektor yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

Dalam wawancara dengan *papuq* (bahasa apitaik = nenek) Tah, salah satu pedagang ikan, disampaikan bahwa:

“Ada beberapa inovasi yang dilakukan oleh pedagang ikan di Tembora salah satunya adalah yang paling laris di pasaran yakni ikan pindang, dari beberapa inovasi yang telah ada namun ikan pindang memiliki nilai lebih di mata para pembeli dan selalu menjadi yang terlaris di antara yang lain. Selain itu dengan adanya inovasi ini yang membuat pembeli semakin tertarik juga kami sebagai pedagang mendapatkan hasil jual yang meningkat dari menjual ikan mentah saja. Kami sebagai perempuan umumnya memasarkan ikan dan tugas laki-laki adalah menunggu ikan yang datang dan siap untuk dipindang sebelum di pasarkan.”⁴⁴

Menurut pernyataan dari *papuq* Tah, dari beberapa inovasi yang dilakukan hanya ada satu produk yang menjadi *best seller* dikalangan para pembeli yakni ikan pindang yang memiliki cita rasa khas dan lebih mudah diolah untuk dikonsumsi. Selain itu meskipun pada usaha pedagang ikan ini hampir semuanya perempuan namun peran laki-laki pada proses sebelum sampai melakukan inovasi ini juga sangat penting. Dimana menurut hasil wawancara dengan *papuq* Tah menyebutkan bahwa laki-laki biasanya bertugas untuk menunggu ikan yang akan datang di pinggir jalan sebelum selanjutnya diolah menjadi beberapa jenis inovasi ikan.

Disatu sisi banyak dari masyarakat Desa Apitaik yang tidak melanjutkan pendidikannya ke bangku perkuliahan dan hanya menyelesaikan sampai SMA, alasan masyarakat tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi adalah biaya yang terbilang cukup tinggi bagi masyarakat. Oleh karena itu masyarakat desa Apitaik lebih memilih memanfaatkan peluang dan sumber daya serta kemampuan yang dimilikinya.

⁴⁴ Tah, (pedagang ikan pindang), wawancara, desa Apitaik, 13 Mei 2023, pukul 17.45 WITA

Selain itu, kurangnya tenaga kerja yang bisa menyerap tenaga kerja banyak di desa Apitaik wabil khususnya para kaum laki-laki memilih menjadi pengusaha ikan pindang dikarenakan minimnya keahlian atau keterampilan untuk masuk ke perusahaan atau industri-industri yang sudah disediakan oleh pemerintah ataupun sector swasta lainnya. Seperti yang dikatakan oleh bapak Tahir dalam wawancara dengan pedagang ikan, disampaikan bahwa:

“Dulu sebelum mengolah ikan menjadi diasap dan di coban, dan *dipindang* saya hanya menjual ikan mentah dan minat beli konsumen hampir sedikit dan penghasilan saya juga sangat kurang. Namun semenjak mengolah ikan menjadi berbagai variasi ini meningkatkan minat beli konsumen dan memiliki pelanggan baru yang lebih memilih ikan yang sudah diinovasikan.”⁴⁵

Oleh karena itu masyarakat Desa Apitaik khususnya kaum laki-laki juga banyak yang menekuni usaha ini, karena pendapatan yang terbilang cukup dan minat beli konsumen juga bertambah, adanya perkembangan zaman dan perubahan selera konsumen juga melatar belakangi masyarakat tembora melakukan inovasi.

Dalam membuat inovasi pedagang harus melihat keinginan pasar supaya ketika melakukan inovasi akan diterima oleh konsumen dan meningkatkan minat beli konsumen. Dalam wawancara dengan ibu Hartati selaku pedang ikan ”dengan adanya perubahan yang dilakukan membuat minat beli konsumen bertambah dan secara otomatis, pendapatan saya juga bertambah dan memberikan konsumen atau pelanggan yang baru juga”.⁴⁶

Berdasarkan pernyataan dari ibu Hartati diatas menyebutkan bahwa dalam melakukan suatu perubahan atau inovasi produk para pedagang ikan juga harus mempertimbangkan apakah inovasi yang dilakukan ini nantinya akan diterima oleh konsumen. Dengan diterimanya suatu inovasi oleh para konsumen maka itu akan sangat menguntungkan bagi pedagang ikan di daerah Apitaik karena dengan

WITA ⁴⁵ Tahir, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik, 20 Mei 2023, pukul 16.50

WITA ⁴⁶ Hartati, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik, 20 Mei 2023, pukul 17.50

begitu maka pendapatan para pedagang ikan ini bertambah dan tentunya mampu memenuhi kebutuhan ekonomi mereka.

Adapun dalam wawancara dengan inak hae selaku pedagang ikan pindang di dusun Tembora menyampaikan bahwa:

”setelah melakukan inovasi respon para pembeli menurut saya sangat baik dan pembeli juga lebih tertarik dengan ikan yang sudah diolah daripada ikan yang saya jual sebelumnya (ikan mentah), dilihat dari banyaknya pembeli yang mencari ikan pindang, ikan asap dan juga ikan coban. Menurut beberapa pembeli ikan yang sudah di inovasi ini lebih mudah untuk diolah tanpa harus membersihkan sisik ikan dan lain-lainnya terlebih dahulu, ini juga membuat para ibu rumah tangga lebih cepat menyelesaikan tugas dapur mereka.”⁴⁷

e. Inovasi SDM (Sumber Daya Manusia)

Selain dari inovasi produk di Dusun Tembora juga terdapat Inovasi SDM dimana inovasi ini mengarah ke:

1. Pendidikan dan Pelatihan

Dalam tahap ini pemerintah desa mengadakan sosialisasi tentang bagaimana proses inovasi agar menjadi lebih baik dan beberapa dari pedagang ini juga ikut andil dalam sosialisasi dan pelatihan ini, namun ada yang mengikuti dan tidak.

Masyarakat yang mengikuti mendapatkan nilai jual yang lebih tinggi dan minat beli dari konsumen cukup meningkat hanya saja karena proses inovasi baru diberikan oleh pemerintah desa dinilai sulit dan membutuhkan waktu yang cukup lama dari biasanya maka para pedagang tidak melanjutkan apa yang telah diberikan oleh piha pemerintahan desa.

2. Pertukaran informasi non-formal

Pertukaran informasi non-formal ini didapatkan melalui cerita dari mulut ke mulut. Dahulu tidak banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang ikan karena minimnya pengetahuan masyarakat, namun melalui

⁴⁷ Inak Hae, (pedagang ikan), *wawancara*, Desa Apitaik, 07 Juni 2023, Pukul 15.20 WITA

pertukaran informasi ini masyarakat lainnya khirnya tau bagaimana cara mengolah ikan dan akhirnya mulai menjadi penjual hingga saat ini.

f. Inovasi Alat

Inovasi alat yang dimaksud disini adalah dari tradisional ke modern , dulu para pedagang ikan ini hanya memassak menggunakan kayu bakar dan minyak tanah sebelum adanya gas dan dalam proses ini memakan banyak waktu karena selain harus memastikan nyala api yang harus stabil para pedagang ikan juga harus menunggu lebih lama untuk proses memasak ikan-ikan tersebut.

Setelah adanya inovasi alat ini cukup memudahkan para pedagang ikan dalam memasak ikan karena pada pedagang tidak perlu lagi harus tetap di depan tungku untuk memastikan nyala api yang stabil atau tidak, para pedagang bisa melakukan pekerjaan lain sembari menunggu ikan yang ada di kompor ini matang.

C. Faktor Penghambat Pedagang Ikan Dalam Melakukan Inovasi

Selain dari keberhasilan suatu inovasi produk pastinya akan ada beberapa penghambat yang dialami oleh pedagang ikan ketika melakukan inovasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Obi selaku pedagang ikan, beliau mengatakan

“Hambatan yang saya alami saat melakukan inovasi ini ada 2 faktor yakni faktor alam dan juga melonjaknya harga garam. Adapun faktor alam yang saya maksud disini ada 2 yakni: 1. ketika sedang bulan purnama maka nelayan tidak bisa mendapatkan ikan yang banyak, bahkan nyaris tidak ada hasil tangkapan. 2. Angin kencang, ketika cuaca sedang seperti ini maka nelayan tidak akan pergi ke laut dan kami tidak mendapatkan ikan untuk kami olah dan produksi. Selain itu juga sekarang ini (Juni 2023) harga garam melonjak sangat signifikan yang awalnya Rp. 60.000 per karung sekarang menjadi Rp. 100.000 per karungnya, jadi saya mengurangi produksi saya karna bahan utama selain ikan dalam proses pemindangan dan yang lainnya

adalah garam dan harga garam yang sangat tinggi ini membuat saya mau tidak mau harus mengurangi produksi agar tidak rugi”⁴⁸

Hasil wawancara lainnya dengan ibu Suhartik, penghambat lainnya adalah “Selain dari faktor cuaca, hambatan kami juga lebih ke naik turunnya peminat pasar dimana konsumen tidak setiap hari ingin memakan ikan, meskipun saya sudah memiliki langganan tetap tapi terkadang pelanggan itu juga tidak mengambil ikan dengan jumlah yang sama setiap harinya. Hal inilah yang menjadi hambatan bagi saya”⁴⁹

Adapun pendapat dari ibu Hartati selaku pedagang ikan juga menyampaikan bahwa “faktor alam sudah menjadi yang utama namun untuk sekarang faktor yang sangat mempengaruhi selain dari faktor alam adalah harga garam yang melonjak sangat jauh dari sebelumnya”⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber mengenai faktor penghambat yang dialami maka dapat disimpulkan bahwa faktor utamanya ada 2 yakni, faktor alam (cuaca) dan juga melonjaknya harga garam yang menjadi tokoh utama selain ikan pada proses inovasi ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

WITA ⁴⁸ Obi, (Pedagang ikan), *wawancara*, Desa Apitaik, 07 Juni 2023, pukul 16.47

WITA ⁴⁹ Suhartik, (pedagang ikan), *wawancara*, Desa Apitaik, 07 Juni 2023, pukul 17.50

WITA ⁵⁰ Hartati, (pedagang ikan), *wawancara*, Desa Apitaik, 10 Juni 2023, Pukul 16.55

BAB III PEMBAHASAN

A. Inovasi Pedagang Ikan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Dusun Gubuk Lekok Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur

Berdasarkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan adanya inovasi pedagang ikan di Desa Apitaik, juga salah satunya mampu meningkatkan penunjang perekonomian yang mampu meningkatkan lapangan pekerjaan yang ada di Desa ini. Data yang dimaksud ini berdasarkan hasil peneliti melakukan observasi.

1. Inovasi

Menurut peneliti inovasi sangatlah dibutuhkan untuk bisa menjadi seorang wirausaha yang sukses, mengapa demikian? Wirausaha disini sangat memerlukan seseorang yang berani, salah satunya yakni mengutamakan pedagang ikan yang ada di Desa Apitaik. Dimulai dari pedagang mengambil ikan mentah dari *supplier* kemudian diolah atau diinovasikan menjadi berbagai macam olahan ikan seperti ikan asap, ikan coban, dan juga ikan tongkol. Dengan begitu para pedagang ikan bisa menaikkan omset penjualan dengan berbagai macam jenis olahan ikan sehingga dapat membantu perekonomian dan juga dapat membuka lapangan pekerjaan yang ada di Desa Apitaik. Adapun dalam kajian teori lainnya pengaruh pentingnya inovasi dan kreativitas⁵¹

Inovasi yang dilakukan masyarakat Desa Apitaik juga dapat membantu menambah pendapatan para pedagang ikan yang ada karena dengan adanya inovasi ini selain dari menambah hasil jual namun juga menarik minat beli konsumen, dimana ikan yang dijual mentah dijual dengan harga lebih murah dan peminatnya juga tidak terlalu banyak, namun berbeda dengan ikan yang sudah diinovasikan menjadi ikan pindang, ikan coban dan juga ikan asap,

⁵¹ Wida Kurniasih, "Pengertian Inovasi: Manfaat, Bentuk dan Contoh-contohnya", dalam <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-inovasi/>, diakses tanggal 12 juni 2023, pukul 10.26

dimana konsumen lebih tertarik dengan ikan-ikan yang sudah diolah karena akan lebih mudah untuk diolah lebih lanjut oleh konsumen.

2. Kreativitas

Dari hasil penelitian peneliti berdasarkan observasi dan wawancara di Desa Apitaik pedagang ikan melakukan berbagai macam kreativitas guna menarik minat beli konsumen.⁵² Seperti yang diketahui bahwa kreativitas merupakan kemampuan dalam mengembangkan gagasan atau ide dan merealisasikan gagasan atau ide tersebut hingga dapat meningkatkan efisiensi dan afektivitas suatu system.

Adapun kreativitas yang dilakukan oleh pedagang ikan yakni para pedagang sudah mampu mengolah ikan mentah menjadi ikan yang lebih cepat saji dan hal ini disambut baik oleh para konsumen dan dari hasil ini juga meningkatkan pendapatan para pedagang. Para konsumen lebih mengandalkan ikan yang sudah matang daripada yang masih mentah tanpa diolah dikarenakan ikan yang sudah diinovasi akan lebih cepat dioah sebelum dimakan daripada membeli ikan mentah yang membutuhkan waktu lama dalam pengolahannya.

Ada beberapa kreativitas yang dilakukan oleh para pedagang ikan di Dusun Tembora yakni ikan coban, ikan pindang, dan juga ikan asap. Namun yang paling banyak diminati adalah ikan asap karena ikan yang digunakan juga ikan pari yang dimana memiliki cita rasa khas ditambah lagi dengan proses pengasapan yang juga menambah cita rasa khas dari ikan pari tersebut.

3. Minat Beli

Dengan adanya kreativitas dan inovasi pedagang ikan mampu meningkatkan minat beli konsumen.⁵³

Menurut peneliti dengan adanya inovasi dan kreativitas mampu meningkatkan minat beli konsumen, selain dari meningkatnya minat beli konsumen juga memberikan dampak

⁵² Aditiya Putra Pranama dkk “Hubungan Antara kreatifitas Terhadap Bisnis Dan memahami diri” *Jurnal Kreatifitas dan bisnis* .2017 Vol 2 Hal1.

⁵³ Carthy Mc dan Jerome E, *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 298.

positif bagi pedagang ikan yakni nilai jual juga meningkat daripada menjual ikan mentah tanpa diolah.

Konsumen cenderung lebih tertarik membeli ikan yang sudah diinovasi karena selain lebih menarik namun juga lebih mempermudah proses pengolahan selanjutnya dirumah, berbeda dengan ikan mentah yang dijual tanpa diolah akan lebih rumit karena konsumen harus membersihkan ikan yang mempunyai bau khas tersendiri baru kemudian dilanjutkan dengan proses-proses yang lainnya.

Ikan yang sudah diolah atau diinovasi oleh para pedagang juga mampu meningkatkan minat beli konsumen dimana konsumen akan lebih memilih ikan yang sudah diinovasi untuk dibeli karena proses pengolahan selanjutnya tidak akan memakan waktu yang lama.

B. Faktor Penghambat Pedagang Ikan Dalam Melakukan Inovasi

Berdasarkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan adanya inovasi pedagang ikan di Desa Apitaik, juga salah satunya mampu meningkatkan penunjang perekonomian yang mampu meningkatkan lapangan pekerjaan yang ada di Desa ini. Data yang dimaksud ini berdasarkan hasil peneliti melakukan observasi.

Selain dari keberhasilan suatu inovasi produk pastinya akan ada beberapa penghambat yang dialami oleh pedagang ikan ketika melakukan inovasi. Adapun beberapa penghambat yang dialami oleh pedagang yaitu:

1. Faktor Alam (Cuaca)

Faktor-faktor yang mempengaruhi terhambatnya suatu inovasi pada pedagang ikan salah satunya adalah cuaca.⁵⁴ Di dalam faktor cuaca ini ada 2 kendala yakni

a. Terang Bulan (Bulan Purnama)

Pasang surutnya air laut sangat berkaitan dengan gravitasi bulan. Selama bulan purnama, matahari dan bulan sejajar dengan

⁵⁴ Andi Warnaen dkk, "Faktor-Faktor yang Menghambat Inovasi Pada Komunitas Petani dan Nelayan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Takalar", *Jurnal Komunikasi*, Vol.2, Nomor 3, Juli-September 2013, hlm.244-245.

bumi dan gaya gravitasinya bergabung.⁵⁵ Hal inilah yang kemudian menghasilkan perbedaan antara air pasang dan surut, sehingga gelombang di lautan menjadi lebih tinggi.

Oleh karenanya nelayan cenderung memilih untuk beristirahat saat hari-hari munculnya bulan purnama. Faktor utamanya disini yakni ketika bulan purnama maka ikan akan jarang muncul ke permukaan sehingga para nelayan kesulitan untuk menangkap ikan karena ikan akan bersembunyi di dasar laut karena cahaya bulan yang begitu terang, kemudian banyak dari nelayan memilih untuk tidak pergi ke laut untuk menangkap ikan dengan alasan bahwa hasil tangkapan pasti sedikit dan nyaris tidak ada saat bulan sedang bersinar terang (purnama). Dan hal inilah yang menghambat proses pedagang ikan melakukan inovasi, karena ikan yang akan diinovasi tidak ada maka para pedagangpun tidak akan mengolah ikan dan pendapatan masyarakat akan menurun perharinya atau bahkan tidak dapat berjualan sama sekali karena hasil tangkapan tidak ada.

b. Angin Kencang

Hembusan angin kencang yang disertai dengan gelombang tinggi membuat sejumlah nelayan memilih untuk tidak melaut karena akan membahayakan diri sendiri. Namun ada juga beberapa nelayan yang tetap nekat untuk melaut namun akan pulang lebih awal dengan hasil tangkap yang sedikit bahkan nyaris pulang dengan tangan kosong.

Dengan banyaknya nelayan yang tidak ke laut membuat pasokan ikan juga berkurang dan berakibat pada harga ikan yang naik karena pasokan ikan yang menipis. Dan ini juga merupakan salah satu penghambat bagi penjual ikan di desa apitaik, pasalnya ketika angin sedang kencang maka tidak ada ikan yang akan diolah dan kemudian dijual.

⁵⁵ Dadan Suhandar dkk, "Pengaruh Hasil Bulan Terhadap Hasil Tangkapan Glass Eel di Muara Sungai Cibuni Teugal Buleud Kabupaten Sukabumi", *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan IPB*, Vol. 7 Nomor 1 Mei 2016, hlm.40

2. Tingginya Harga Garam

Garam merupakan komoditas politik yang strategis di Indonesia. Kebutuhan garam tidak hanya untuk kebutuhan rumah tangga, namun juga untuk industri. Kebutuhan garam nasional dan produksi garam terus meningkat setiap tahunnya, namun produksi garam nasional yang tidak stabil mengakibatkan pergeseran harga.⁵⁶

Saat ini harga garam sangatlah tinggi, berdasarkan hasil wawancara yang telah disampaikan bahwa sekarang harga garam menjadi Rp. 100.000 per karung yang awalnya hanya Rp. 60.000 per karung dan ini membuat para penjual ikan pindang di Desa Apitaik menjadi kewalahan untuk memproduksi ikan yang bahan utama dari ikan tersebut adalah garam, sehingga banyak dari pedagang ikan tidak berani mengambil ikan terlalu banyak untuk kemudian di inovasikan karena harga garam yang melonjak namun harga jual ikan pindang tetap. Jika para pedagang ikan pindang memproduksi ikan yang sama dengan sebelum harga garam naik maka otomatis penggunaan garam akan banyak dan membuat para pedagang ikan mengalami kerugian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

⁵⁶ Moqoddas dan Slamet Subari, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Garam di Indonesia", *Jurnal Agriscience*, Vol 1, Nomor 2 November 2020, hlm.468

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis tentang pembahasan di atas maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Bagaimana inovasi pedagang ikan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur, memang inovasi ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat Desa Apitaik dikarenakan banyaknya pedagang ikan dengan metode yang sama.
2. Apa Faktor penghambat pedagang ikan dalam melakukan inovasi, menurut penulis faktor yang menghambat pedagang ikan melakukan inovasi adalah karena 2 hal, yakni faktor cuaca (alam) dan juga harga bahan pokok yang melonjak sehingga pedagang ikan membatasi jumlah produksi

B. Saran

Diperlukan edukasi dan sosialisasi tentang kreativitas dalam menciptakan sesuatu produk yang baru dan dapat diterima oleh semua kalangan. Dan juga memberikan motivasi kepada pelaku usaha agar selalu memunculkan inovasi baru.

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hadi Sukmana, “Pengaruh Strategi Pemasaran Pasca Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank BSI Mataram” *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol 1, No 2 Desember 2022, pp. 26- 35, e-ISSN: 2962-2425, hlm. 27-28
- Aditiya Putra Pranama dkk “Hubungan Antara kreatifitas Terhadap Bisnis Dan memahami diri” *Jurnal Kreatifitas dan bisnis* .2017 Vol 2 Hal1.
- Alan Afuah, *Business Model: A strategic Management Approach*, (McGraw-Hill: New York, 2004), hlm. 87.
- Andi Warnaen dkk, “Faktor-Faktor yang Menghambat Inovasi Pada Komunitas Petani dan Nelayan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kbupaten Takalar”, *Jurnal Komunikasi*, Vol.2, Nomor 3, Juli-September 2013, hlm.244-245.
- Anik Ariyanti dan Rochmad Fadjad Darmanto, “Analisis Terhadap Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* Vol. 17 No. 02 – Des 2020, hlm. 146-147
- Bambang Cahyono, *Budidaya Ikan Air Tawar*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 10.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal.115
- Carthy Mc dan Jerome E, *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 298.
- Dadan Suhander dkk, “Pengaruh Hasil Bulan Terhadap Hasil Taangkapan Glass Eel di Muara Sungai Cibuni Teugal Buleud Kabupaten Sukabumi”, *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan IPB*, Vol. 7 Nomor 1 Mei 2016, hlm.40
- Dahlan Amura dkk “Kreatifitas dan Inovasi Kewirausahaan “ *Jurnal kewirausahaan* , 2021 Vol 1 hal 10.

- Dhewanto, dkk, *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*, (Bandung: CV Alfabetha, 2015), hlm. 105.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2014), cet. ke-6, hlm. 61-62.
- Ellitan Lena Dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*, Cet. 1, (Bandung, Alfabeta, 2009), hlm.1
- Husaini Usmandan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosia lCet.IV*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hal.81.
- Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal.194.
- Lili Sagita, "Analisis Faktor Penghambat Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat di Desa Masbagik Timur, Kecamatan Masbagik", (*Skripsi*, FEBI UIN Mataram, Mataram 2020), hlm.85-87.
- M. Sya'ban, "Pariwisata dan Pengangguran (Inovasi dan Kreativitas Masyarakat Dusun Pandanan Dalam Meningkatkan Sumber Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Pariwisata)", *Skripsi* FEBI UIN Mataram, Mataram 2020, hlm. 15
- Mina Hariyanti, "Analisis Kreativitas Varian Rasa Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Kerupuk Kulit di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur" (*Skripsi*, FEBI UIN Mataram 2021), hlm. 14
- Mizin Azrori, "Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayann Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Jambi Zohrif di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Sebrang", (*Skripsi*, FEBI UIN Jambi, Jambi, 2018), hlm. 10-12.
- Mohamad Rizal Nur Irawan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya", *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* , Volume 05, Nomor 2Tahun 2020, hlm. 145

- Moqoddas dan Slamet Subari, “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Garam di Indonesia”, *Jurnal Agriscience*, Vol 1, Nomor 2 November 2020, hlm.468
- Muazzinur ,“Perilaku Konsumsi trend Pakaian dikalangan Mahasiswa (Study Pada Mahasiswa Sosiologi Fisip UNRI” , *Jurnal Ekonomi*, No.2, Tahun 2014 , Vol. 1, hlm. 3.
- Naumi Dwi Yanuar dan Harti Harti, “Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan di Kabupaten Trenggalek”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 2, Oktober 2020, hlm. 52-53
- Nico Rifanto Halim dan Donant Alananto Iskandar, “Pengaruh Kualitas Produk, Harha, dan Persaingan Terhadap Minat Beli”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* Vol.4, No.3, Oktober 2019, hlm. 417
- Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), cet. ke-3, hlm. 179.
- Philip Kotler *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 205.
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Kalimantan Selatan:Antasari Press, 2011) hlm.71
- Ricky W Griffin dan Ronald J Ebert, *Bisnis*, (Jakarta: Erlangga . 2007), Jilid I, Edisi Kedelapan, hlm. 54.
- Saputra Vony dkk, “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Higenitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya)”, 2015, hlm.23.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Alfabeta, Bandung.2009), hal.99.
- Thamrin. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003), hlm.142
- Titik Husnawati Amini dan Muh. Salahuddin, “Visibility, Attraction, Typical Person Endoreser Instagram dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal Pada Generasi Z di Lombok Timur (Shariah

Marketing Analysis)”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534,. Hlm. 2

Umar Sidiq dan Miftachul Choiri, *Metode...*, hlm. 72-73.

Waode Sri Rahayu, dkk , “Identification of Capture Results and Capture Business Revenues with Purse Seine Capture at UPTD-PPI/TPI Sodohoa Kendari City of Southeast Sulawesi Province”, *Jurnal Bisnis Perikanan FPIK UHO*, ISSN : 2355-6617: 5(1) April 2021, hlm. 2

Wida Kurniasih, “Pengertian Inovasi: Manfaat, Bentuk dan Contoh-contohnya”, dalam <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-inovasi/>, diakses tanggal 20 Desember, pukul 10.26.

Wawancara

Tah, (pedagang ikan pindang), *wawancara*, desa Apitaik

Tahir, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik

Hartati, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik

Obi, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik

Suhartik, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik

Hartatik, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik

Sumartini, (pedagang ikan), *wawancara*, desa Apitaik



Perpustakaan **UIN Mataram**

LAMPIRAN

Dokumentasi wawancara dan proses inovasi ikan

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

1. Apa yang melatar belakangi para pedagang melakukan inovasi?
2. Inovasi apa saja yang dilakukan oleh para pedagang?
3. Olahakan ikan apa yang paling banyak diminati oleh para pelanggan?
4. Bagaimana respon pembeli setelah para pedagang melakukan inovasi?
5. Apa manfaatnya bagi pedagang dengan adanya inovasi ini?
6. Apakah ada hambatan yang dialami pedagang dalam proses inovasi?



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 2: Dokumentasi

1. Dokumentasi proses inovasi ikan asap





2. Dokumentasi proses inovasi ikan pindang





3. Dokumentasi proses inovasi ikan tamban/coban





UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Sertifikat Bebas Pinjam

No.2067/Un.12/Perpus/sertifikat/SP/08/2023

Sertifikat ini Diberikan Kepada :

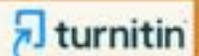
AULIANA APRIANNISA
190501246

FEBVES

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Sertifikat ini diberikan sebagai syarat **UJIAN SKRIPSI**.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Plagiarism Checker Certificate



No.2493/Un.12/Perpus/sertifikat/PC/09/2023

Sertifikat ini Diberikan Kepada :

AULIANA APRIANNISA
190501246

FEBVES

Dengan Judul SKRIPSI

ANALISIS INOVASI PEDAGANG IKAN DUSUN TEMBORA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI DESA APITAIK KECAMATAN PRINGGABAYA KABUPATEN LOMBOK TIMUR

SKRIPSI tersebut telah Dinyatakan Lulus Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin

Similarity Found : 20 %

Submission Date : 15/09/2023





PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT
DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jl. Majapahit No. 9 Telp. (0370-631585, 633002 Fax. (0370) 622502 (Pusat)
Jl. Achmad Yani Km. 7 Bertais – Namada Telp. (0370) 671877 (Depo/ Gudang),
Mataram

Kode Post 83125 (Pusat) Kode Pos 83236 (Depo)

SURAT KETERANGAN BEBAS PINJAM
Nomor 5451 / DPKP.NTB/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Auliana Aprianti
No. Anggota/NIM : 190501246
Pekerjaan Sekolah : UIN
Alamat : Pringgabaya

adalah pengunjung/anggota perpustakaan pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Nusa Tenggara Barat,
dan yang bersangkutan tidak mempunyai pinjaman buku.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

M A T A R A M

Mataram, 12/13/ 2023
Kepala Bidang Pelayanan
Perpustakaan dan Kearsipan

Perpustakaan UIN Mataram

Ns. Hj. Lesti Sariyani, S.Kep. M.Kes.
NIP. 19671228 199003 2 009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0376) 421288-423809 Fax. (0376) 426337 Jember Mataram
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Auliana Apriannisa
NIM : 190501246
Pembimbing II : Syukriati, S.Pd., M.Hum.
Judul Penelitian : Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Desa Aptaik Kecamatan Pringabaya Kabupaten Lombok Timur

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
25/06-2019	-kita temen aja pedahan	
26/06-23	Ravin	
27/06-20	Ace ke Pemb. I	

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
NIP. 197111102002121001

Mataram,
Pembimbing II

Syukriati, S.Pd., M.Hum.
NIP. 198509152015032004

Perpustakaan UIN Mataram



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pendidikan No. 35 Tlp. (0379) 621298 - 623909 Fax. 623337 Mataram
Website: <http://www.uinmataram.ac.id> email: info@uinmataram.ac.id

Nomor : 207 / Un.12/FEB/PP 00 / 06 / 2023
Lamp : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Permohonan Izin Meneliti

15 Juni 2023

Kepada Yth.
Desa Apitak
di Lombok Timur

Assalamu alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Auliana Apranissa
NIM : 110501246
Tempat / Tanggal : Apitak, 05 April 2001
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tujuan : Penelitian
Judul Penelitian : Analisis Inovasi Pedagang Ikan Dusun Tembora Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Desa Apitak Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur

Lokasi Penelitian : Desa Apitak

Lama Penelitian : 3 Bulan

Data hasil penelitian tersebut diperlukan untuk penulisan skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu alaikum Wr. Wb.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

an Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,



Perpustakaan UIN Mataram

Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

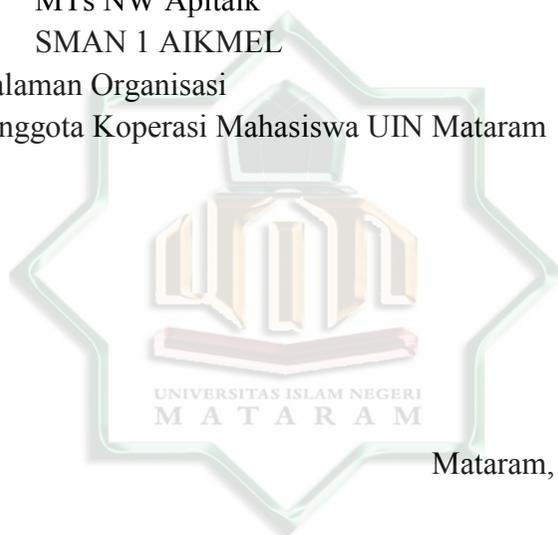
Nama : Auliana Apriannisa
Tempat, Tanggal Lahir : Apitaik, 05 April 2001
Nama Ayah : Gufran
Nama Ibu : Murni

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. MI NW Apitaik
 - b. MTs NW Apitaik
 - c. SMAN 1 AIKMEL

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota Koperasi Mahasiswa UIN Mataram



Mataram, 29 September 2023

Perpustakaan UIN Mataram

Auliana Apriannisa