



**ANALISIS SWOT TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN IKAN ASIN DI DESA PASAR
SORKAM KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AYU RAHMAWATI SIHOMBING
NIM. 18 402 00277**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**ANALISIS SWOT TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN IKAN ASIN DI DESA PASAR
SORKAM KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AYU RAHMAWATI SIHOMBING
NIM. 18 402 00277**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**ANALISIS SWOT TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN IKAN ASIN DI DESA PASAR
SORKAM KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AYU RAHMAWATI SIHOMBING
NIM. 18 402 00277**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

**Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **AYU RAHMAWATI SIHOMBING**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 14 Desember 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **AYU RAHMAWATI SIHOMBING** yang berjudul "**Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
NIM : 18 402 00277
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 14 Desember 2022
Saya yang Menyatakan,



AYU RAHMAWATI SIHOMBING
NIM. 18 402 00277

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
NIM : 18 402 00277
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.”** Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Padangsidempuan
Pada tanggal : 14 Desember 2022
Yang menyatakan,



AYU RAHMAWATI SIHOMBING
NIM. 18 402 00277



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id


**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : AYU RAHMAWATI SIHOMBING
NIM : 18 402 00277
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
**JUDUL SKRIPSI : Analisis Swot Terhadap Peningkatan
Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar
Sorksam Kabupaten Tapanuli Tengah.**

Ketua



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Sekretaris



Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 1982111 6201101 2 003

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 1982111 6201101 2 003


H. Aswadi Lubis, S.E., M. Si
NIP. 19630107 199903 1 002


Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M. E
NIDN. 2027029303

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di

: Padangsidimpuan

Hari/Tanggal

: Senin/ 09 Januari 2023

Pukul

: 14.00 WIB – Selesai

Hasil/Nilai

: Lulus / 69,5 (C)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMIDAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS SWOT TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN IKAN
ASIN DI DESA PASAR SORKAM
KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

NAMA : **AYU RAHMAWATI SIHOMBING**
NIM : **18 402 00277**
Tanggal Yudisium : **28 Januari 2023**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3,65**
Predikat : **Pujian**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi
Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 28 Januari 2023

Dekan,



DG Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
Nim : 18 402 00277
Judul Skripsi : Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah

Terdapat beberapa pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam, mengatakan bahwa tingkat persaingan yang sangat ketat, dan permintaan ikan asin yang setiap harinya semakin meningkat akan tetapi pengusaha ikan asin belum dapat memenuhi permintaan pelanggan karena masih terkendala modal dan fasilitas yang belum memadai serta belum bisa menerapkan penjualan yang maksimal. Maka penting bagi pengusaha ikan asin untuk lebih memperhatikan bagaimana meningkatkan penjualan ikan asin agar lebih berkembang dengan menciptakan strategi alternatif. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan asin di desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan analisis Swot terhadap peningkatan penjualan ikan asin sehubungan dengan itu pendekatan ini dilakukan dengan teori-teori yang berkaitan dengan analisis Swot terhadap peningkatan penjualan yaitu membahas tentang analisis swot, faktor-faktor analisis swot, penjualan, dan konsep penjualan.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah sebanyak 15 informan. Teknik analisa data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penjualan ikan asin belum berkembang dikarenakan masih kurangnya SDM (sumber daya manusia) dalam melakukan promosi ikan asin akan tetapi usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam sudah layak untuk dikembangkan dan hanya saja terkendala modal dan fasilitas yang belum memadai. analisis SWOT sangat berperang penting terhadap peningkatan penjualan ikan asin untuk melihat situasi-situasi yang ada pada lingkungan usaha ikan asin, dan untuk analisis matrik SWOT menunjukkan bahwa penjualan produk ikan asin di Desa Pasar Sorkam adalah pada kondisi yang menguntungkan dimana usaha ikan asin ini memiliki peluang yang sangat besar, tetapi dilain pihak para pengusaha ikan asin menghadapi beberapa kendala internal. Fokus strategi dalam penjualan ikan asin ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang dalam penjualan. Strategi ini lebih fokus pada strategi SO yaitu dengan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan, gencar dalam melakukan promosi dan strategi WO yaitu meningkatkan jumlah modal agar penjualan ikan asin kerana yang lebih luas, strategi ST yaitu meningkatkan kualitas produk dan menginovasi produk yang dihasilkan dan WT yaitu melakukan penambahan modal untuk menandingi pesaing dan menambah fasilitas dalam mengelola ikan asin.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Penjualan.

KATA PENGANTAR



Assalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah”** Serta tidak lupa sholawat serta salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku wakil Rektor II Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah serta pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Binis Islam dan civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar S.Pd.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar S.Pd.,M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution M. Pd, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan

Ahmad Addary Padangsidimpuan, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan .
8. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Hasmin Sihombing dan Ibunda tercinta Erna Wati Tanjung, yang telah membimbing dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi do'a yang tidak lelahnya serta berjuang demi kami anak-anaknya. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-nya.
9. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada Kakak dan Abang peneliti Titin Sumarni Sihombing, Maradona Sihombing, Dodi Ratno Sihombing, Muhamad Sakti Sihombing yang selalu memberikan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat tercinta Marlina Sosanti, Feni Oktalia Siregar, Mariatun Kibitia, Winda Wafida, Winda Wulandari Gultom, Linda Yuni Ritongan, Endang Sri Wahyuni, yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman diskusi dan memberikan motivasi bagi peneliti.
11. Seluruh mahasiswa Manajemen Bisnis 2 angkatan 2018. Yang telah memberikan bantuan, semangat, dorongan, dan motivasi kepada

penulis. Serta semua pihak yang telah berperan membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh darisempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Wassalāmu'alaikum Waraḥmatullāhi Wabarakātuh.

Padangsidempuan, Desember 2022

Peneliti,

AYU RAHMAWATI SIHOMBING
NIM. 184020027

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan bahasa ‘Arab ke bahasa latin.

Penulisan transliterasi ‘Arab-Latin’ disini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan denga

\n tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda *sekaligus*. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruflatin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	‘a	.	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je(dengan titik di bawah)
ح	ħa	ħ	Ha
خ	Kha	Kh	Kadan ha (dengan titik di atas)

د	Dal	D	De
ذ	ḏal	·	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di atas)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ع	‘ain	ء	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge (dengan titik di atas)
ف	Fa	F	Ef (dengan titik di atas)
ق	Qaf	Q	Ki (dengan titik di atas)
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
— —	Kasrah	I	I
—و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathahdanya	Ai	a dan i
و.....	fathahdanwau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dantanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي...ا...ا...ا...ا...	fathah dan alif atau ya	—	a dan garis atas
ي...ي...	Kasrah dan ya	-	i dan garis dibawah
و...و...	ḍommah dan wau	—	u dan garis diatas

3. TaMarbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandangitu.
- b. Kata sandang yang diikuti hurufqamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan. Karena dalam penulisan Arab berupa Alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, mau pun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaiakan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaiakan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITE ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	9
C. Batasan Istilah	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	11
G. Sistematika Pembahasan	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	13
1. Analisis	13
a. Pengertian Analisis.....	13
b. Teknik Analisis	14
c. Analisis SWOT	14
d. Faktor-Faktor Analisis SWOT	15
e. Manfaat Analisis SWOT	17
f. Matriks SWOT.....	18
2. Penjualan	20
a. Pengertian Penjualan	20
b. Manajemen Penjualan	21
c. Tujuan Penjualan.....	22
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	22

3. Proses Penjualan	24
a. Persiapan Sebelum Penjualan.....	24
b. Penentuan Lokasi Pembeli Potensial	24
c. Pendekatan Pendahuluan.....	24
d. Melakukan Penjualan	24
e. Pelayanan Sesudah Penjualan.....	25
4. Kegiatan Penjualan Ditinjau Menurut Pandangan Ekonomi Islam	25
5. Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan.....	28
B. Penelitian Terdahulu	30

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Subjek Penelitian.....	37
D. Sumber Data Penelitian	37
1. Data Primer	37
2. Data Sekunder	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
1. Observasi.....	39
2. Wawancara.....	39
3. Dokumentasi	40
F. Teknik Pengolahan Dan Analisa Data.....	41
1. Teknik Pengolahan Data dan Analisa Data.....	41
2. Teknik Analisa Data.....	41
a. Reduksi Data	42
b. Penyajian Data	42
c. Menarik Kesimpulan	43
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	43
1. Triangulasi Sumber	44
2. Triangulasi Metode	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	45
1. Sejarah Desa Pasar Sorkam	45
2. Sarana Dan Prasarana Umum	47
3. Visi Dan Misi Desa Pasar Sorkam	48
4. Struktur Organisasi Desa Pasar Sorkam	49
5. Keadaan Ekonomi	50
B. Deskripsi Hasil Penelitian	50
1. Triangulasi Sumber	50
2. Triangulasi Metode	55
3. Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah	57
C. Pembahasan Hasil Penelitian	62
D. Keterbatasan Hasil Penelitian.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	: Data Produksi Ikan Asin Desa Pasar Sorkam.....	4
Tabel II. 2	: Tabel Matrik SWOT	19
Tabel III. 3	: Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel IV. 1	: Batas Wilayah Desa Pasar Sorkam.....	46
Tabel IV. 2	: Sarana Dan Prasarana Desa Pasar Sorkam	47
Tabel IV. 3	: Tabel Matrik Analisis SWOT.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	: Bagan Matrik SWOT	15
Gambar IV. 1	: Struktur Organisasi Desa Pasar Sorkam	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	: Permohonan Surat Izin Riset
Lampiran 3	: Balasan Persetujuan Riset
Lampiran 4	: Instrumen Wawancara
Lampiran 5	: Hasil Wawancara
Lampiran 6	: Dokumentasi Wawancara
Lampiran 7	: Surat Selesai Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju, mendorong tumbuhnya berbagai perusahaan, baik itu sektor pemerintah, swasta, maupun usaha. Disatu sisi, semakin banyaknya perusahaan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dan disisi lain, hal tersebut juga menciptakan persaingan bisnis yang sangat tajam. Setiap perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat agar diperoleh laba yang cukup besar.¹

Langkah untuk mengetahui suatu kondisi atau keadaan sebuah perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai analisis, salah satunya yaitu sebuah analisis SWOT, peneliti memilih menggunakan analisis SWOT karena analisis SWOT mudah dipahami dan merupakan alat sederhana yang mampu mengukur kemampuan sumber daya organisasi dan kekurangan peluang pasar dan ancaman eksternal dimasa mendatang.

Analisis SWOT ini nantinya akan menghasilkan adanya beberapa alternative strategi untuk pengambilan keputusan yang akan nantinya kita harus memilih alternative strategi mana yang baik dijalankan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Analisis lingkungan internal perusahaan mempunyai arti penting terutama untuk mengetahui kesesuaian antara strategi perusahaan dengan

¹John Pearce, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Selembah Empat, 2011), hlm. 26.

dinamika eksternal pasar juga kapasitas bersaing. Analisis internal adalah kajian terhadap kekuatan dan kelemahan organisasi. Analisis ini mengidentifikasi kualitas dan kuantitas sumber daya yang tersedia bagi organisasi.²

Desa Pasar Sorkam merupakan salah satu Desa yang terletak di Kabupaten Tapanuli Tengah, berdekatan dengan pesisir pantai, secara geografis Desa Pasar Sorkam letaknya 35 Km dari Kota Sibolga. Dimana mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai nelayan dan petani. Desa Pasar Sorkam merupakan Desa penghasil berbagai produk pengelolaan ikan asin.

Pengolahan ikan menjadi ikan asin merupakan cara untuk mempertahankan ikan dari terjadinya pembusukan sehingga dapat disimpan lebih lama dan dapat dijadikan sebagai bahan konsumsi. Pengolahan ikan juga bertujuan untuk memperpanjang daya awet produk olahan hasil tangkapan. Adapun proses pengolahan ikan asin dilakukan dengan cara penggaraman dan pengeringan ikan secara sederhana. Dengan demikian ikan asin tersebut sudah dapat dipasarkan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti pertama di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah bahwa sistem penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam belum berkembang dan cenderung menurun dikarenakan masyarakatnya masih kekurangan pengetahuan tentang bagaimana strategi penjualan yang tepat. Disamping itu, promosi yang

²Fajar Nur'Aini DF, *Teknik Analisis Swot* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 14.

dilakukan nelayan saat ini masih belum efektif. Hal itu dapat menimbulkan masalah dalam penjualan mengingat banyaknya produk sejenis dipasaran.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa orang nelayan ikan asin. Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Rahmad mengatakan bahwa:

Pengelolaan lauk karing di Pasar Sorkam ko alah dimulai sajak lamo sekitaran tahun 1970'an sampe kini ko, hasil lauk karing yang dibuek nelayan penjamur ikan dikirim dan di jual kasiboga dan marupakan sumber pendapatan utama mayoritas masyarakat nelayan Desa Pasar Sorkamko untuk mamaruhi kebutuhan hidup, kan tetapi pengolalahan lauk karing masih manggunokan caro tradisional masih mamanafaatkan sinar matahari jadi susah untuk memanauhi parmintaan lauk karing..³ (Pengolahan ikan ikan asin di Desa Pasar Sorkam ini sudah sejak lama sekitaran tahun 1970 an sampai dengan saat ini, hasil ikan asin yang dibuat nelayan penjemur ikan dikirim dan dijual ke Kota Sibolga dan menjadi sumber pendapatan utama mayoritas masyarakat nelayan Desa Pasar Sorkam ini dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, akan tetapi pangelohan ikan asin masih menggunakan cara tradiosonal dan masih memanafaatkan sinar matahari jadi masih susah untuk memenuhi kebutuhan permintaan ikan asin).

Wawancara dengan Bapak Dani mengatakan bahwa:

Kandala dalam pangalolaan lauk karing sistem pemasarannyo masih sadarhana akibatnyo lauk karingko balun lai banyak ditandoi masyarakat luar daerah, sahinggo panjualanko masih sakitaran sikko-sikko sajo dan balum bakambang masih sekitaran Siboga sajo.⁴ (Kendala dalam usaha pengelolaan ikan asin ini sistem pemasaran yang digunakan masyarakat pengelolaan ikan asin ini masih sangat sederhana akibatnya ikan asin yang dikelola belum terlalu banyak dikenali masyarakat luar daerah, sehingga penjualannya hanya kepada pedagang-pedagang di daerah setempat dan masih sampai Sibolga saja).

³Hasil wawancara dengan Bapak Rahmad, Sebagai Pengelola Ikan Asin, Sabtu, 19 Maret 2022 Pukul 11. 00 wib.

⁴Hasil wawancara dengan Bapak Dani, Sebagai Pengelola Ikan Asin, Senin 28 Februari 2022 pukul 11.00 WIB.

Wawancara dengan Bapak Hendri mengatakan Bahwa:

Panjualan lauk karing di Desa Pasar Sorkam balumlai bakambang dikaranokan kadang penjualannya hanyo manunggu pambali datang, dan panjualannyopun dikampungko sajo paling jauhnyo dan paling jauhnyo ka Sibolgalah panjualan paling jauh dikaranokan urang dari luar daerah balumlai tantu datang karano malihat kondisi lokasi kito lumayan jauh dan kandala lainnyo transportasi kitupun masih minim untuk memasarkan lauk karing kayang lebih jauh.⁵

(Penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam belum berkembang dikarenakan terkadang penjualannya hanya menunggu pemebeli datang dan penjualan masih sekitaran daerah setempat dikarenakan orang dari luar daerah belum tentu datang karena melihat kondisi lokasi kita lumayan jauh dan kendala lainya tranfortasi kitapun masih minim untuk memasarkan ikan asin keluar daerah).

Adapun produksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam berupa ikan Cakalang, ikan Lida-Lida, ikan Teri, ikan Kase Belah, ikan Belanak, ikan Baledang dan lain-lain. Berdasarkan informasi yang diperoleh, berikut data produksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam selama tahun 2018-2021 yaitu:

Tabel I.1
Data produksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam

No.	Tahun	Produksi
1.	2018	844.800 kg
2.	2019	528.000 kg
3.	2020	422.400 kg
4.	2021	316,800 kg

Produksi Ikan Asin Desa Pasar Sorkam

Berdasarkan data tabel 1, dapat diketahui bahwa produksi ikan asin Pada tahun 2019 mengalami penurunan produksi sebanyak (25%). Pada tahun 2020 juga mengalami penurunan produksi sebanyak (20%) dari tahun

⁵Hasil wawancara dengan Bapak Hendri, Sebagai Pengelola Ikan Asin, Sabtu 19 Maret 2022 Pukul 11.00 WIB.

sebelumnya sementara itu, pada tahun 2021 juga mengalami penurunan produksi sebanyak (15%).

Data produksi yang telah diperoleh kemudian diperkuat kembali melalui hasil wawancara peneliti dengan Bapak Pendi mengatakan bahwa:

Penjualan lauk karing di Desa Pasar Sorkam mengalami penurunan akibat dari banyaknya persaingan kiniko, sementara pada waktu sabalunnyo, Desa Pasar Sorkam merupakan wilayah yang mambuek lauk karing partamo kalinyo, dan sairing bajalannyo waktu tampek mambuek lauk karing juo alah batambah di daerah-daerah yang badaketan samo Desa Pasar Sorkam sarupo Desa Binasi, Desa Pulo Pane dan Desa Kade Tigo.⁶

(Penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam mengalami penurunan yang diakibatkan oleh ketatnya persaingan pada saat sekarang ini, sementara pada waktu sebelumnya, Desa Pasar Sorkam merupakan wilayah yang memproduksi ikan asin pertama kalinya, seiring berjalannya waktu tempat memproduksi ikan asin juga telah bertambah di daerah-daerah yang berdekatan dengan Desa Pasar Sorkam seperti Desa Binasi, Desa Pulau Pane dan Desa Kade tiga).

Fenomena selanjutnya berdasarkan hasil wawancara salah satu nelayan ikan asin bernama Bapak Anwar mengatakan bahwa:

Samakin banyak daerah lain pambuek lauk karing sahinggo mangakibatkan produksi lauk karing Desa Pasar Sorkam samakin bakurang dikaranokan terbaginyo bahan baku ikan, dan salain itu transportasi untuk manjuakan lauk karing kaluar daerah masih terbatas serta ilmu pangatahuan tentang mambuek lauk karing pun masih saderhana.⁷

(Semakin banyak daerah lain pembuat ikan asin sehingga mengakibatkan produksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam semakin berkurang dikarenakan terbaginya pasokan bahan baku ikan, selain itu alat tranportasi untuk pengangkut ikan asin keluar daerah masih terbatas serta ilmu pengetahuan tentang pengolahan ikan ikan asin masih sederhana).

⁶Hasil wawancara dengan Bapak EPendi Gorat, Pengelola Ikan Asin, Senin 28 Februari 2022 pukul 09.00 WIB.

⁷Hasil wawancara dengan Bapak Anwar, Sebagai Pengelola Ikan Asin, Senin, 28 Februari 2022 Pukul. 10. 00 WIB.

Wawancara dengan Bapak Adek mengatakan bahwa:

Produksi lauk kering yang dilakukan nelayan penjamur ikan semakin bakurang karano pengelolah lauk kering dari luar daerah malakukan pambalian bahan baku lauk ka Desa Pasar Sorkamko, sahinggo jumlah produksi lauk kering yang dibuek samakin saketek. Samantaro kendala lainnya kurang maluas pamasaran lauk kering kaluar daerah sahingga panjualan hanyo ka pajaga-pajaga lauk kering sekitar daerah sajo mako dari itu dibutuhkan pemasaran yang bagus gono produksi lauk kering lebih maksimal dan tatap bakambang.⁸

(Produksi ikan asin yang dilakukan nelayan penjemur ikan asin semakin berkurang karena pengelola ikan asin dari luar daerah juga melakukan pembelian bahan baku ke Desa Pasar Sorkam, sehingga jumlah produksi ikan asin yang semakin sedikit. Sementara kendala lainnya kurang melauasnya pemasaran ikan asin keluar daerah sehingga penjualannya penjual-penjual ikan asin sekitar daerah-daerah terdekat saja maka dari itu dibutuhkan pemasaran yang efektif guna produksi ikan asin lebih maksimal dan tetap berkembang).

Adapun Penelitian terdahulu dalam jurnal yang ditulis oleh Ayu Audina, dkk, dengan judul "Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan" berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa:

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dari produk, harga, promosi dan distribusi terhadap peningkatan volume penjualan pada Toko Sepatu Grosir 56 ialah dari segi produk Grosir 65 lebih mengutamakan kualitas poduk dan kepuasan konsumen sehingga selalu menjadi produk yang banyak diminati masyarakat dalam upaya meningkatkan volumye penjualan untuk mencapai laba maksimal.⁹

Dalam jurnal yang ditulis oleh Wanda Natasya Putri Drajat, dkk " Analisis SWOT sebagai Strategi pemasaran Islam untuk meningkatkan penjualan produk muslimah *beauty care*" adapun hasil penelitiannya adalah

Penerapan analisis SWOT sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan pada perusahaan muslimah *beauty care*. Dalam penerapan strategi pemasaran muslimah *beauty care*. Dalam

⁸Hasil Wawancara dengan Bapak Adek, Sebagai Pengelola Ikan Asin, Minggu, 9 Januari 2022 pukul 11.00 WIB.

⁹Ayu Audina, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume. 5, No. 2 (2020): hlm. 645.

penerapan strategi pemasaran muslimah *beauty care* saat ini telah menerapkan yaitu *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*. Muslimah *beauty care* juga menerapkan pelayanan yang baik, menyediakan konsep untuk meraih perhatian konsumen dalam meningkatkan penjualan pada produk *skincare*, muslimah *beauty care* seperti memberikan *service excellent*, *costumer rewards*, dan selalu melakukan *follow up* kepada konsumen.¹⁰

Peningkatan penjualan suatu produk dalam suatu usaha harus menetapkan strategi yang tepat. Strategi penjualan adalah suatu proses yang mengantarkan organisasi pada peluang pasar besar dan meningkatkan penjualan serta meraih keunggulan yang di harapkan. penjualan merupakan salah satu alat yang sangat penting bagi perusahaan sehingga mampu memenangkan persaingan.¹¹ Strategi penjualan merupakan suatu perencanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk menjualkan suatu produk sehingga memiliki target, sasaran, dan tujuan tujuan dalam suatu usaha. Dalam menghadapi persaingan yang tidak menetap dan selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu dalam tingkat persaingan dilingkungan masyarakat.¹²

Strategi dalam menjualkan suatu produk dapat dilakukan dengan cara manajemen. Manajemen strategi penjualan harus dilakukan selain meningkatkan hasil penjualan dan dapat pula menghasilkan produk yang di produksi memiliki kuantitas dan kualitas bernilai ekonomis. Oleh sebab itu, pihak manajemen sangat berpengaruh dalam melakukan perencanaan terhadap strategi yang diterapkan. Strategi penjualan yang diterapkan dapat

¹⁰Wanda Natasya Putri Drajat, "Strategi Pemasaran Islam untuk Meningkatkan Penjualan Produk Muslimah Beauty Care," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume. 4. No 1. (2021): hlm. 740.

¹¹Mulyani, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur," Skripsi IAIN Purwokerto, (2019): hlm. 1.

¹²Mega Putri Pertini, "Strategi Penjualan Ikan Asin," *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, Volume. 3, No. 2 (2018): hlm. 138.

mengaitkan keunggulan bisnis, tantangan lingkungan, dan melakukan perancangan agar tujuan utama dari bisnis tersebut dapat dicapai melalui penerapan strategi.¹³

Bisnis yang dirintis perlu mengenali kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing dan dapat memanfaatkan setiap peluang yang ada. Analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*) merupakan salah satu alat yang dapat diterapkan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu bisnis dalam meningkatkan penjualan atau pemasaran produk. Analisis SWOT yaitu suatu analisis yang dapat mengidentifikasi berbagai faktor dan dapat merumuskan strategi secara sistematis dalam suatu bisnis. Analisis SWOT dapat dilakukan penentuan yang tepat bagi suatu bisnis yang mana *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) salah satu bagian dari lingkungan eksternal bisnis. Sementara itu, *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) salah satu aspek dalam lingkungan internal bisnis. Oleh sebab itu, suatu bisnis dapat menetapkan tujuan usaha secara efektif dan efisien serta mampu bersaing seiring dengan perkembangan zaman.¹⁴

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam sebab terdapat fenomena-fenomena terkait dengan masalah penjualan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Analisis SWOT terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah”**.

¹³Abdul Rivai, dkk, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 115-116.

¹⁴Fred David R, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Selemba Empat, 2016), hlm. 327.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dilakukan untuk memahami secara mendalam kajian dan pokok-pokok pembahasan pada penelitian ini. Batasan masalah pada penelitian ini yakni analisis SWOT yang digunakan terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

C. Batasan Istilah

Untuk lebih memperjelas dalam mengartikan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Analisis adalah peneyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya).¹⁵ Analisis dalam penelitian ini sebagai metode dalam mengamati keadaan usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.
2. Analisis SWOT adalah metode dalam riset pemasaran yang digunakan dalam menganalisis faktor lingkungan yang kompetitif. Secara umum, penentuan strategi yang tepat dimulai dengan memahami kekuatan, kelemahan dan aspek internal serta mengenali peluang dan ancaman yang terkandung dalam lingkungan eksternal perusahaan.¹⁶ Jadi analisis SWOT ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal untuk

¹⁵Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Daftar Pustaka, 2001), hlm. 43.

¹⁶Hasna Wijayati, *Panduan Analisis Swot Untuk Kesuksesan Bisnis* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021), hlm. 5.

meningkatkan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

3. Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang didapatkan semakin maksimal.¹⁷ Penjualan dalam penelitian ini merupakan sebuah upaya untuk menawarkan serta mempengaruhi konsumen dalam membeli produk ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah untuk keberlangsungan usaha ikan asin serta untuk mendapatkan keuntungan dalam menjualkan ikan asin yang diproduksi di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, bagaimana analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli tengah.

¹⁷Rugi Gusrizal Dani, Ekan Kumlasari, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan," *Jurnal Valuta*, Volume. 2, No. 2 (2016): hlm. 286.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak. Berikut penjelasan beberapa pihak-pihak tersebut yaitu :

1. Bagi peneliti, penelitian ini mampu mengoptimalkan perannya sebagai *agen of change* dan menambah serta memperluas pengetahuan tentang bagaimana meningkatkan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam.
2. Bagi nelayan, sebagai masukan analisis swot yang dilakukan di Desa Pasar Sorkam lebih efektif serta pendistribusiannya lebih terarah.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dan sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sama.
4. Bagi pemerintah, diharapkan bisa menjadi pemikiran bagi pemerhati industri produk ikan asin khususnya di Desa Pasar Sorkam dalam upaya memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kegiatan usaha. Dan juga sebagai kajian pertimbangan bagi pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di sektor industri produksi ikan asin.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk kemudahan pemahaman dalam penelitian ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang didalamnya menjelaskan tentang latar belakang masalah yang mendasari dengan mendeskripsikan masalah atau fenomena yang akan diangkat sebagai masalah penelitian ini. Identifikasi masalah, batasan masalah, berisi masalah yang akan diteliti dan agar masalah

terfokus dan terarah. Rumusan masalah, merupakan rumusan dari batasan masalah yang akan diteliti. Tujuan penelitian, serta kegunaan penelitian, hasil penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

BAB II Landasan Teori, yang didalamnya menjelaskan tentang kerangka teori yaitu pengertian strategi pemasaran.

BAB III Metode Penelitian, yang didalamnya merupakan tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data yang didalamnya seperti wawancara dan observasi, teknik pengolahan data dan teknik analisa data, serta teknik pengecakan keabsahan data.

BAB IV Pembahasan, yang didalamnya menjelaskan tentang suatu perusahaan atau organisasi, latar belakang suatu organisasi, letak geografis, Visi-Misi serta mengenai produksi sebuah organisasi tersebut, pengolahan data. Serta penjelasan olahan data.

BAB V Penutup, yang didalamnya rangkuman serta saran dari peneliti kepada suatu organisasi, peneliti, serta peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Analisis

a. Pengertian Analisis

Analisis dari pemikiran Harahap dalam Jurnal Tambora menyatakan bahwa analisis adalah suatu upaya atau kegiatan berpikir untuk memecahkan atau menguraikan suatu unit menjadi terkecil dan diketahui hubungan yang satu dengan yang lainnya hingga fungsi masing-masing.¹⁸

Analisis menurut Komaruddin adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu dengan yang lainnya dan fungsi masing-masing dan dalam satu keseluruhan yang terpadu.¹⁹

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa, kerangka, perbuatan, dan sebagainya. Untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya sebab duduk perkara dan sebagainya. Analisis pada dasarnya suatu kegiatan yang banyak menyangkut aktivitas yang berhubungan dengan pekerjaan mulai dari membaca, menafsirkan, merumuskan, menerangkan, dan menjelaskan, mengolah, hubung-

¹⁸Anwar, Arif Budi Witarto, Mega Trishuta Pathiassana, "Analisis Pengelolaan Pariwisata Halal di Desa Tetet Batu Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat", Hal. 10.

¹⁹Ramadhani, "Analisis Komunikasi Organisasi di UPT.Perpustakaan UIN AR-Raniry", (Skripsi, Universitas Islam Negeri AR-Raniry, 2020), Hal. 7.

menghubungkan satu dengan yang lain merupakan suatu yang dapat diputuskan.²⁰

b. Teknik Analisis

Teknik analisis adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan terutama masalah tentang penelitian.

Dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan dengan tujuan untuk mendeskripsikan sebuah data sehingga bisa dan mudah untuk dipahami.²¹

c. Analisis SWOT

Pengertian Analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan alat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang ada. Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang disebabkan oleh internal perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor

²⁰Aulia Hawadini, "Analisis Sistem Antrian Dan Optimalisasi Layanan Teller Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Lembaga Keuangan Islam", Hal. 1.

²¹Anwar, Arif Budi Witarto, Mega Trishuta Pathiassana, Analisis Pengelolaan Pariwisata Halal di Desa Tetet Batu Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat", Hal. 12.

yang disebabkan oleh pihak eksternal perusahaan atau lingkungan eksternal.²²

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT dapat digunakan untuk membentuk empat tipe strategis dari perusahaan. Strategi WO, strategi ST dan strategi WT. memasangkan faktor eksternal dan internal menjadi hal yang tersulit untuk dilakukan dalam menyusun matriks SWOT. Untuk menyusun strategi SO dibutuhkan kekuatan internal untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal yang ada.

d. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu sebagai berikut :

1) *Strengths* (Kekuatan)

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi, faktor-faktor kekuatan merupakan sebuah kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri.

2) *Weakness* (Kelemahan)

Weakness merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep yang ada. Pada dasarnya sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun

²²Dewi Hanggraeni, *Strategi Bisnis Dan Manajemen resiko Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia*,(Bogo: IKAPI, 2021), hlm.33.

sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut.

3) *Opportunities* (Peluang)

Opportunities merupakan kondisi peluang berkembang dimasa datang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri misalnya *competitor*, kebijakan pemerintah, dan kondisi lingkungan sekitar

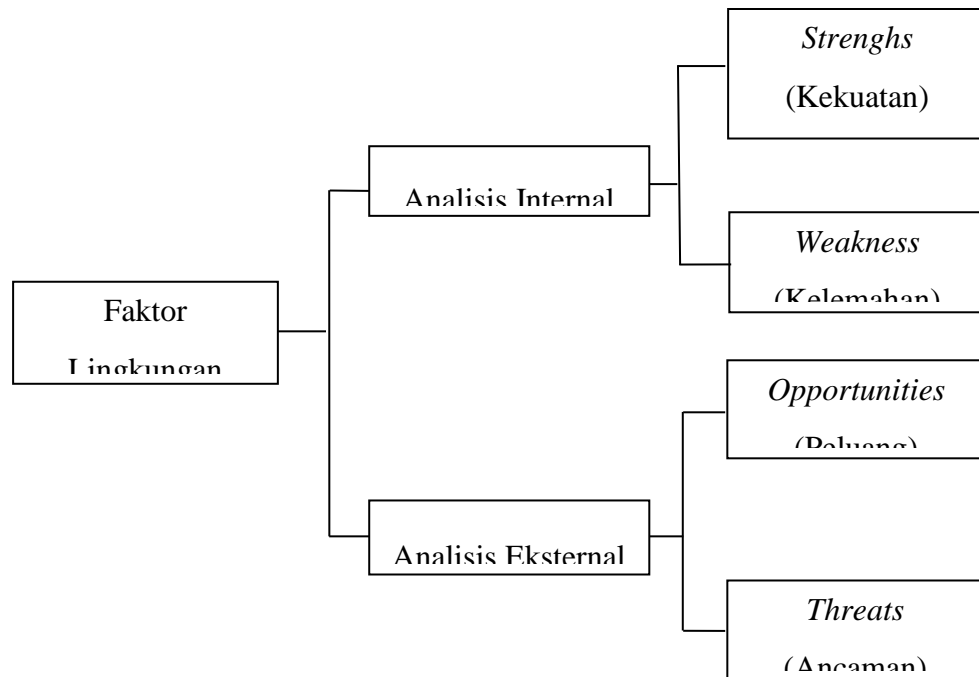
4) *Threats* (Ancaman)

Threats merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi atau perusahaan.²³

²³Fajar Nuraini, *SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman*, (Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016), hlm. 13-15

Berikut ini merupakan bagan yang menunjukkan matriks SWOT :

Gambar II.1 Bagan Matrik SWOT



e. Manfaat Analisis SWOT

Manfaat analisis SWOT adalah menjadi metode analisis paling dasar untuk melihat suatu permasalahan didalam perusahaan dilihat dari 4 sisi berbeda. Hasil analisis SWOT ini berupa rekomendasi atau arahan antara lain seperti mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.²⁴

Analisis SWOT ini akan berguna dengan baik jika digunakan dengan benar. Dimana banyak sisi-sisi terlupakan dan tidak terlihat

²⁴M.Afif Salim, Agus B Siswanto, *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*, (Semarang: CV. Pilar Nisantar, 2019), hlm. 1-2.

dalam perusahaan akan muncul dalam analisis SWOT. Sehingga analisis SWOT ini sangat bermanfaat sebagai analisis strategi untuk meminimalisir kelemahan perusahaan/ organisasi dan dapat menekan dampak ancaman yang muncul.²⁵ Jadi analisis SWOT ini sangat bermanfaat sebagai strategi untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik dan rencana tertentu dalam melejitkan omset penjualan.²⁶

d. Matriks SWOT

Matriks SWOT sendiri merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan dengan matriks SWOT, kita dapat memperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dengan disesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari matriks ini, juga akan dihasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai visi misinya.

²⁵Syamsul Alam, *Penentuan Strategi Bisnis Melalui Penentuan Analisis SWOT*, (Jakarta: IPBPRESS, 2017), hlm. 306.

²⁶Mokhtar Sayyid, *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi* (Sidoarjo: Jifatma Jawara, 2020), hlm. 6.

Tabel II.1
Matrik SWOT

Faktor-faktor internal (IFAS)	<i>Strength/ Kekuatan (S)</i> Catat 5-10 kekuatan-kekuatan faktor internal perusahaan.	<i>Weakness/ Kelemahan (W)</i> Catat 5-10 kelemahan-kelemahan faktor internal perusahaan.
Faktor-faktor Eksternal (EFAS)		
<i>Opportunity/ Peluang (O)</i> Catat 5-10 faktor peluang eksternal	Strategi S-O Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi W-O Buat strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman.
<i>Threat /Ancaman</i> Catat 5-10 faktor ancaman eksternal	Startegi S-T Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Startegi W-T Buat strategi yang meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman.

1) Strategi SO

Strategi SO ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan dan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST

Strategi ST menggunakan kekuatanyang dimiliki perusahaan dengan cara menghindari ancaman.

3) Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

4) Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan ditujukan untuk yang ada serta menghindari ancaman.²⁷

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukan kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa mempunyai tujuan akhir, yaitu untuk menjual barang dan jasa tersebut kepada masyarakat. Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan prodi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.²⁸ Penjualan juga dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atau barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. Penjualan dapat terjadi bila adanya penyerahan barang atau jasa dilakukan pembayaran terhadap pembelian. Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan

²⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Granmedia, 2013), hlm. 83.

²⁸Willy Pratama Widharta, Sugiono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Cipta Pustaka, 2014), hlm. 2.

untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.²⁹

b. Manajemen Penjualan

Para pengusaha biasanya menggunakan istilah untuk menunjukkan pengarahannya kepada penjual. Definisi manajemen penjualan menurut Basu Swasha dan Irawan adalah perencanaan, pengarahannya dan pengawasan *personal selling* termasuk menarik pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, *supervise*, pembayaran dan motivasi sebagai tugas yang diberikan kepada para tenaga penjualan. Manajer penjual lini bisnis perlu berpartisipasi dalam persiapan dengan informasi untuk keputusan pemasaran seperti anggaran, kuota dan wilayah penjualan, produk, distribusi, promosi dan harga.³⁰

Menurut Irham Fahmi penjualan merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan sebagai bahan pertimbangan. Jadi penjualan merupakan kegiatan menukarkan barang atau jasa khususnya dengan uang.³¹ Penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli. Didalam perekonomian kita, seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginan.

²⁹Muh Ansar, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta :Graha Ilmu,2011), hlm. 19.

³⁰Rogi Gusrizal, Eka Komalasari, *Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan* (Yogyakarta: IKAPI, 2017), hlm. 293.

³¹Budi Raharjo, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017), hlm. 12.

c. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

- 1) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- 2) Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan regular dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan, tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan dengan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran, lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.³²

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial melibatkan dua pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus

³²Yuniati Asmaniah, *Bauran Pemasaran Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Cipta Pustaka, 2015), hlm. 13.

mampu meyakinkan pembeli untuk mencapai tujuan penjualan yang diinginkan.

2) Kondisi Pasar

Pasar sebagai pembeli sasaran atau kelompok pihak yang mempengaruhi kegiatan penjualan. Faktor kondisi pasar yang harus diperhatikan adalah: jenis pasar, kelompok pembeli atau segmen pasarnya, daya belinya, frekuensi pembelinya, keinginan dan kebutuhannya.

3) Modal

Sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang akan dijual belum dikenali oleh calon pembeli. Apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus mampu memperkenalkan terlebih dahulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut memerlukan sarana serta usaha dan sebagainya.

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Perusahaan besar biasanya masalah penjualan bagian tersendiri yaitu bagian penjualan yang ditangani oleh orang-orang tertentu yang ahli dalam penjualan. hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerja yang lebih sedikit.³³ Penjualan merupakan suatu ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa

³³Herti Juli Damayanti, "Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Produk PT Sosro Medan," *Jurnal Ilmiah Smart*, Volume. 1, No. 2 (2017): hlm. 47-48.

yang ditawarkannya.³⁴ Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu usaha yang dilakukan penjual untuk menarik konsumen membeli barang dan jasa ditawarkan.

3. Proses Penjualan

Tahapan-tahapan dalam proses penjualan meliputi:

a. persiapan sebelum penjualan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjual dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya. Pasar yang akan dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.

b. Penentuan lokasi pembeli potensial

Dari lokasi ini dapat dibuat daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

c. Pendekatan pendahuluan

Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli misalnya tentang kebiasaan pembeli, kesuksesan dan sebagainya.

d. Melakukan penjualan

Penjualan dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon pembeli, kemudian diusahakan untuk menarik daya

³⁴ Basu Swasta, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: IKAPI,2017), hlm. 8.

tarik mereka dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

e. Pelayanan sesudah penjualan

Penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan penjual ini dimaksud untuk memberikan jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat dan barang yang dijualnya betul-betul bermanfaat.³⁵

4. Kegiatan Penjualan Ditinjau Menurut Pandangan Ekonomi Islam

Islam adalah agama yang memiliki ajaran komprehensif dan universal. Kegiatan penjualan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam bidang mu'amalah, yakni bidang yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horinzontal dalam kehidupan manusia. Aspek ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam tampaknya lebih mengutamakan sektor riil dibandingkan sektor moneter, dan transaksi penjualan atau jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor yang dimaksud namun tidak semua praktek penjualan atau perdagangan boleh dilakukan. Perdagangan yang dilakukan secara tidak jujur, mengandung unsur penipuan yang karena itu ada pihak yang dirugikan dan praktek-praktek lain sejenisnya merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam.³⁶ Sebagaimana Islam menegaskan bahwa penjualan merupakan suatu kegiatan menukar barang

³⁵Bayanuloh Ikhsan, *Marketing Syariah* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2012), hlm. 19.

³⁶Masyhuri, *sistem Perdagangan dalam Islam*, (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi, 2011), hlm. 1.

dengan alat tukar yang sesuai dengan syara' Tujuan dari Penjualan adalah menjual apa yang dihasilkan.

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Albaqarah ayat 275.³⁷

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقْوَمُونَ إِلَّا كَمَا يَقْوَمُ
الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Tafsir ayat diatas menjelaskan bahwa orang-orang yang bermuamalah dengan riba (yaitu tambahan dari modal pokok), mereka itu tidaklah bangkit terdiri diakhirat kelak dari kubur-kubur mereka, kecuali sebagaimana berdirinya orang-orang yang dirasuki setan karena penyakit gila. Hal itu karena sesungguhnya jual beli itu sama dengan praktek ribawi dalam kehalalan keduanya, karena masing-masing menyebabkan

³⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Pustaka Jaya,2016), hlm. 83.

bertambahnya kekayaan. Maka Allah mendustakan mereka dan menjelaskan bahwa dia menghalalkan jual beli dan mengharamkan transaksi ribawi, karena jual beli terdapat manfaat bagi orang-orang secara individual dan masyarakat, dan kerana dalam praktek riba terkandung unsur pemanfaatan kesempatan dalam kesempitan, hilangnya harta dan kehancuran. Maka siapa saja yang telah sampai pada larangan Allah terikat riba, lalu dia menghindarinya, maka baginya keuntungan yang telah berlalu sebelum ketetapan pengaraman. Tidak ada dosa atas dirinya pada masa yang akan datang. Apabila dia komitmen terus diatas taubatnya, maka Allah tidak akan menghilangkan pahala orang-orang yang berbuat baik. Dan barang siapa yang kembali kepada praktek riba dan menjalankannya setelah sampai kepadanya larangan Allah tentang itu, maka dia pantas memperoleh siksaan yang telah tegak nyata dihadapannya, oleh karena itu Allah berfirman, “Maka mereka itu adalah penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.”³⁸

5. Analisis SWOT terhadap Peningkatan Penjualan

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya).³⁹ Analisis dalam penelitian ini sebagai metode dalam mengamati keadaan usaha penjualan ikan asin.

³⁸ Abdul Halim Hasan, *Tafsir Al- Ahkam* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006), hlm. 258.

³⁹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Daftar Pustaka, 2001), hlm. 43.

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT dapat digunakan untuk membentuk empat tipe strategis dari perusahaan. Strategi WO, strategi ST dan strategi WT. memasangkan faktor eksternal dan internal menjadi hal yang tersulit untuk dilakukan dalam menyusun matriks SWOT.⁴⁰ Jadi analisis dalam penelitian ini sebagai alat yang digunakan untuk menentukan strategi perusahaan dalam meningkatkan penjualan ikan asin.

Penjualan merupakan suatu ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkannya.⁴¹ Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu usaha yang dilakukan penjual untuk menarik konsumen membeli barang dan jasa ditawarkan.

Menurut penelitian dari Wanda Natasya Putri Drajat, dkk, dalam jurnal yang berjudul “Analisis SWOT Sebagai Strategi pemasaran Islam untuk meningkatkan penjualan produk muslimah *beauty care*” mengatakan bahwa:

Penerapan Analisis SWOT sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan pada perusahaan muslimah *beauty care*. Dalam penerapan strategi pemasaran muslimah *beauty care* saat ini telah menerapkan yaitu *segmentasi, targeting, positioning* dan juga menerapkan bauran pemasaran.⁴²

⁴⁰ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 11.

⁴¹ Basu Swasta, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: IKAPI, 2017), hlm. 8.

⁴² Wanda Natasya Putri Drajat, “Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan Produk Muslimah Beauty Care”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume. 4, No. 1 (2021): hlm. 98.

Menurut penelitian Nur Afrilita, dalam jurnal berjudul “Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada PT Samekarindo Indah di Samarindah” mengatakan bahwa:

Penerapan analisis SWOT pada Strategi Pemasaran pada PT Samekarindo dapat menggunakan alternatif strategi sebagai berikut. Strategi *Strength Opportunities* yaitu dengan mempertahankan pelayanan purnah jual, pengembangan pasar menengah kebawah, mengadakan kegiatan ekbisi. Strategi *Weaknes Opportunities* yaitu dengan melakukan promosi yang terarah dan menambah sub dealer. Strategi *Strength Threats* yaitu dengan mengembangkan daya saing, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan, Strategi *Weaknes Threats* yaitu dengan mengembangkan daya saing, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan. Strategi weaknes treats yaitu dengan memperluas area promosi dengan membuka outlet untuk memperluas jaringan penjualan.⁴³

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT sangat berperan penting bagi perusahaan agar lebih mudah dalam menjualkan suatu produk yang dimiliki kepada para konsumen agar produk yang diproduksi mudah untuk dijualkan di pasar yang lebih luas yaitu dengan cara mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang dimiliki suatu perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh bebarapa orang sebelum penelitian ini dilakukan. Untuk mendukung penelitian ini, maka peneliti mencantumkan penelitian terdahulu yang berkaitan atau berhubungan dengan judul penelitian ini sebagai berikut.

⁴³Nur Afrilita, “Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor pada PT Samekarindo Indah di Samarindah,”*Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume. 1, No 1 (2019):hlm. 1.

Tabel II.2
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Adelia Yovita Nur Oktavia, Lia Nirawati (Jurnal <i>Revolusi Indonesia</i> , volume 1, No. 8, 2021). ⁴⁴	Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Pada kedai seblak minguns	Strategi promosi merupakan peran penting dalam strategi pemasaran. Kedai seblaks minguns melakukan promosi agar produknya dapat dikenal dalam jangkaun yang luas oleh konsumen. Beberapa bentuk promosi yang dilakukan kedai seblak minguns yakni dengan menyebarkan brosur, promosi dengan memanfaatkan internet, mengikuti pameran dan bazar.
2.	Suci Melinda (Jurnal <i>Akrab Juara</i> , Volume 6, No. 2, 2021). ⁴⁵	Analisis SWOT terhadap penjualan Samsung pada Abeng <i>Celluler</i>	Berdasarkan hasil analisis SWOT penjualan Samsung di Abeng <i>Celluler</i> secara keseluruhan mengalami peningkatan penjualan terhadap produknya. Hal ini menunjukkan bahwa Samsung masih menjadi Brand utama serta selalau menghadirkan produk mengikuti perkembangan dan kebutuhan jaman.

⁴⁴Adelia Yovita Nur Oktavia Dan Lia Nirawati, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai Seblak Minguns," *Jurnal Revolusi Indonesia*, Volume. 1, No. 2 (2021): hlm. 41.

⁴⁵Suci Melinda " Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Rina di Kabupaten Brebes," *Jurnal Akrab Juara*, Volume 6 No.2 (2021) hlm. 102.

3.	Wanda Anastasya Perti Drajat,(Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Volume. 4, No. 2, 2021).	Analisis SWOT sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk muslimah <i>beuty care</i> .	Penerapan analisis SWOT sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan pada perusahaan muslimah <i>beauty care</i> . Dalam penerapan strategi pemasaran Muslimah <i>Beauty care</i> saat ini telah menerapkan yaitu <i>segmentasi, targeting, dan positioning</i> .
4.	Ayu audina (Jurnal Administrasi Bisnis, Volume. 4, No. 1, 2021).	Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan toko sepatu.	Strategi pemasaran yang dari produk, harga, promosi dan distribusi terhadap peningkatan volume penjualan pada toko sepatu grosir 56 ialah dari segi produk grosir 65 lebih mengutamakan kualitas poduk dan kepuasan konsumen sehingga selalu menjadi produk yang banyak diminati masyarakat dalam upaya meningkatkan volume penjualan untuk mencapai laba maksimal.

5.	Nikmatus Solicha, Reni Oktafia, (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Volume. 1. No. 2, 2021). ⁴⁶	Strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan omset penjualan umkm Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto	Adapun hasil penelitiannya yaitu penerapan strategi pemasaran yang dilakukan dalam upaya peningkatan omset penjualan masih tergolong lambat dalam pemasarannya selain itu pelaku umkm di Desa tersebut tidak semua melakukan inovasi pada produknya maka dari itu strategi pemasaran dengan sistem online juga penting bagi pelaku umkm dan inovasi merupakan salah satu langkah dalam strategi pemasaran.
6.	Nur Afrilita (Jurnal Administrasi Bisnis, Volume. 16, No.1, 2013). ⁴⁷	Analisis SWOT dalam menentukan strategi penjualan sepeda motor pada PT Samekarindo Indah di Samarinda	Hasil Penelitian pad PT Samekarindo Indah adalah dapat menggunakan alternative-alternatif strategi. -strategi Strength Opportunities yaitu dengan mempertahankan tingkat produk maupun pelayanan purna jual, mengembangkan pasar menengah kebawah, mengadakan kegiatan ekbisi. -strategi weakneses-Opportunities

⁴⁶ Nikmatus Solicha, Reni Octafia "Strategi Pemasaran dalam Peningkata Omset Penjualan Umkm Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pecet, Kabupaten Mojokerto," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 7 No. 2 (2021) hlm.136.

⁴⁷Nur Afrilita, "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Penjualan Pada PT Samakarindo Indah Di Samarindah ", *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, Volume 16, No. 1 (2013): hlm. 238.

			<p>Mengadakan promosi yang terarah, menambahkan sub dealer</p> <p>-Strategi Strength Threats</p> <p>Mengembangkan daya saing, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan.</p> <p>-strategi Weaknes Threats</p> <p>Yaitu dengan memperluas area promosi dengan membuka outlet untuk memperluas jaringan penjualan.</p>
7.	Choril Alfi, dkk,(Jurnal Manajemen, Volume 1, No 2, 2015).	Analisis Swot dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Perumahan PT. Berkat Rizki Alam.	Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa PT. Berkat Rizki Alam memiliki peluang dan layak untuk bersaing. Seingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi serta memperbesar pertumbuhan penjualan secara maksimal.

Dari penelitian diatas, ada beberapa perbedaan dan juga persamaan sebagai berikut.

- a. Persamaan penelitian Adelia Yovita Nur Oktavia, lia Nirawati dengan penelitian saya adalah memiliki variabel yang sama yaitu menggunakan analisis SWOT. Dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan pembeda penelitiannya yaitu terdapat pada objek yang diteliti.
- b. Suci Melinda dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel analisis swot dan sama-sama menggunakan jenis data primer dan sekunder dan pembedanya terdapat pada lokasi penelitiannya.
- c. Persamaan penelitian Wanda Anastasya Putri Drajat dengan penelitian ini yaitu memiliki variabel yang sama yaitdan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pembedanya terdapat pada objek yang diteliti.
- d. Persamaan penelitian Ayu Audina dengan penelitian ini yaitu memiliki variabel yang sama yaitu sama menggunakan metode analisis SWOT dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pembedanya terdapat pada objek yang diteliti. Yaitu Ikan Asin dan Sepatu.
- e. Persamaan penelitian Nikmatus Solicha, Reni Oktafia dengan penelitian saya yaitu sama-sama menggunakan Variabel strategi pemasaran, dan sama-sama menggunakan jenis data primer dan sekunder dan pembeda pada penelitian ini yaitu terdapat pada objek yang diteliti.

- f. Persamaan Nur Afrilita dengan penelitian saya penelitian ini yaitu memiliki variabel yang sama yaitu Analisis SWOT dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pembedanya terdapat pada sumber datanya, penelitian Nur Afrilita menggunakan data Primer sedangkan penelitian saya menggunakan sumber data primer dan sekunder
- g. Persamaan penelitian Choiril Alfi, dkk, dengan penelitian saya yaitu kesamaannya memiliki variabel yang sama dan sama-sama menggunakan metode analisis SWOT juga sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan pembedanya terletak pada lokasi dan objek yang diteliti.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini adalah di TPI (tempat pelelangan ikan) di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu jangka waktunya mulai dari penyusunan proposal perencanaan proposal penelitian hingga pada mengadakan laporan hasil penelitian dilakukan pada bulan Desember 2021-Desember 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif, penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositifime/enterpretif*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Creswell (2012) menyatakan “Penelitian kualitatif itu berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat

sementara, pengumpulan data pada *setting* partisipan.⁴⁸ Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggambarkan keadaan sebenarnya di lapangan secara murni dan apa adanya.

C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah orang yang memberikan informasi tentang masalah atau keadaan yang sebenarnya. Untuk memperoleh data dan informasi makanya dibutuhkan adanya subjek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari 15 orang informan, yang pertama pengusaha ikan asin, Bapak Maradona Sihombing, Bapak Pendi Pasaribu Gorat, Bapak Ajwar Mandailing, Bapak Arwan Fuji, Bapak Julman Pasaribu, Bapak Sukral Sinaga, Ibu Yulida Dewi, Bapak Akhiruddin, Bapak Rahman, Bapak Ardiansyah. Pelanggan Ibu Nur Rasiyah, Ibu Rosalina, Pengelolah, Bapak Adi Syaputra, Bapak Haddad Alwi.

D. Sumber Data Penelitian

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Apakah peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.⁴⁹

1. Data Primer

⁴⁸Sugiyono, *Dasar Metode penelitian manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 347.

⁴⁹Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Reneka Cipta, 2014), hlm. 172.

Data primer adalah data yang bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenal dengan variabel yang diteliti. Sumber data diambil dari wawancara langsung dengan nelayan pengelola ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah untuk mendapatkan informasi dalam strategi pemasaran ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.⁵⁰

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh seseorang penelitian secara tidak langsung dari sumbernya (objek penelitian) tetapi melalui sumber lain. Sumber teori dapat berupa buku, jurnal mutakhir, jurnal pada internet dan referensi lainnya. Data sekunder berdasarkan kajian teoritik data sekunder ini berupa latar belakang dan sejarah pemasaran ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.⁵¹

E. Instrumen/Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*), bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber skunder.

⁵⁰Budi Gautama Siregar, Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm.110.

⁵¹Andrew Fernando,dkk, *Metode Penelitian Ilmiah* (Jakarta:Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 66-68.

Dalam mengumpulkan data dilokasi penelitian peneliti memakai beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun kelapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan,waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.⁵² Peneliti melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitan dan melakukan observasi untuk melihat fenomena yang terjadi di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah untuk mengetahui bagaimana penjualan ikan asin Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui ha-hal dari responden yang lebih mendalam.⁵³

Peneliti menyiapkan instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh peneliti sebelum bertatap muka dengan informan. Peneliti kemudian secara bertatap muka mencatat jawaban yang

⁵²Ahmad Nijar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2016), hlm. 143.

⁵³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 231.

diperoleh sebagai informasi penting dalam penafsiran penelitian yang sedang dikerjakan. Pertanyaan tersebut diajukan kepada masyarakat Desa Pasar Sorkam. Dengan pengajuan pertanyaan tertentu dan mengajukan pertanyaan dengan tidak membatasi jawaban. Sehingga dengan mudah mendapatkan jawaban sebanyak mungkin untuk mengklarifikasi serta memahami data yang diperoleh. Wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti adalah wawancara tidak berstruktur dimulai dengan pertanyaan umum dalam area yang luas dalam penelitian yang dimaksudkan peneliti juga menggunakan wawancara berstruktur.

Adapun indikator dalam penelitian ini untuk menjawab yang tercantum dalam rumusan antara lain yaitu:

- a. Proses produksi ikan asin yang dilakukan oleh pengelola ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah
 - b. Kendala dalam penjualan produk ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.
 - c. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.
 - d. Peluang dan ancaman yang dimiliki usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada, teknik pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dokumentasi dapat berbentuk gambar,

foto, tulisan, maupun karya-karya monumental dari seseorang.⁵⁴ Dokumentasi adalah dengan menggunakan catatan yang ditulis atau yang dijawab secara langsung oleh pengelola ikan asin Desa Pasar Sorkam, dan data produksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam dan wawancara ketiga yaitu menggunakan *smartphone* untuk foto dan juga rekaman.

F. Teknik Analisa Data dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengolahan Data dan Analisa Data

Teknik pengolahan dan analisis data merupakan suatu yang sangat penting. penelitian ini dilakukan dalam bentuk kualitatif dekskriptif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya dan sering disebut dengan penelitian eksperimen. Data kualitatif terdiri atas tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

2. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka menganalisis Penjualan yang dilakukan. Analisis didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*), dan peluang (*opportunities*).

⁵⁴Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2010). hlm 149.

Dan secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*weakneses*), dan ancaman (*threats*).⁵⁵

Matriks SWOT adalah untuk menyusun factor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.⁵⁶ Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menganalisis penjualan yang dilakukan di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

a. Reduksi Data

Menurut Millas dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusat perhatian pada penyederhanaan pengabstrakan dan transformasi data, kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk ikhtisar, bagan, hubungan antar kategori, pola lain-lain sehingga mudah dipahami pembaca. Data yang telah tersusun secara sistematis akan memudahkan pembaca memahami konsep, kategori serta hubungan dan perbedaan masing-masing pola atau kategori.

⁵⁵Marimin, *Teknik Dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk* (Jakarta: Grasindo), Hal. 58-59.

⁵⁶Fajar Nur'Aini Df, "*Teknik Analisis Swot*", (Yogyakarta: Quadrant, 2016), Hal. 27.

c. Menarik kesimpulan

Langkah ketiga dalam model interaktif adalah pengambilan keputusan dan melakukan verifikasi. Pada penelitian kualitatif, kesimpulan awal yang diambil masih bersifat sementara, sehingga dapat berubah setiap saat apabila tidak didukung bukti-bukti yang sah atau konsisten, maka kesimpulan yang diambil bersifat fleksibel. Kesimpulan hasil penelitian harus dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang diajukan. Selain memberikan jawaban atas rumusan masalah, kesimpulan juga harus menghasilkan temuan baru di bidang ilmu yang sebelumnya belum ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi tentang suatu objek atau fenomena yang sebelumnya masih samar, setelah diteliti menjadi lebih jelas, dapat pula berupa hipotesis bahkan teori baru.⁵⁷

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan atau kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data. Pengecekan keabsahan data didasarkan pada kriteria derajat kepercayaan dengan teknik triangulasi, ketekunan, pengamatan.

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dari sumber data yang telah ada. Adapun triangulasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

⁵⁷Helaluddin, Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif*, 2019, hal. 124.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi Sumber menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Misalnya melalui wawancara dan observasi, peneliti biasa menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, gambar dan foto. Tentu masing-masing itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda yang selanjutnya akan memberikan pandangan yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Dengan berbagai pandangan itu maka akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran yang handal.⁵⁸

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data yang sama. Pelaksanannya juga dapat dilakukan dengan cara cek dan ricek. Triangulasi pada prinsipnya merupakan model pengecekan data untuk menentukan apakah sebuah data benar-benar dapat menggambarkan fenomena pada sebuah penelitian.⁵⁹

⁵⁸Endang Widi Winani, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 184.

⁵⁹ABD. Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 100.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Desa Pasar Sorkam

Desa Pasar Sorkam merupakan bagian dari Kecamatan Sorkam Barat yang terletak di pesisir Kabupaten Tapanuli Tengah, Desa Pasar Sorkam dikelilingi oleh sawah, perkebunan sawit serta hamparan laut yang begitu luas. Desa Pasar Sorkam terdiri atas 5 dusun dan dipimpin oleh 14 Kepala Desa sebelumnya, masyarakat Desa Pasar Sorkam berasal dari berbagai suku dan daerah, yaitu Batak, Jawa, Nias dan Padang. Mayoritas masyarakat Desa Pasar Sorkam mempunyai mata pencarian sebagai nelayan yang sudah dianugerahi dan menggantungkan kehidupan pada keadaan laut yang terbentang luas dan hanya sebagian kecil masyarakat Desa Pasar Sorkam yang berprofesi sebagai petani.

Desa Pasar Sorkam mempunyai tempat pelelangan ikan serta pelabuhan kapal yang sederhana dengan hanya mempunyai satu muara tempat keluar masuknya kapal. Setelah hampir 50 tahun kepemimpinan Desa Pasar Sorkam, pada tahun 2005 Desa Pasar Sorkam dimekarkan menjadi dua kepemimpinan yaitu Desa Pasar Sorkam dan Kelurahan Binasi, namun Desa Pasar Sorkam tetap menjadi sektor mata pencarian nelayan dan Kelurahan Binasi dijadikan sebagai Kelurahan wisata yang mempunyai daratan pantai yang indah. Dengan demikian, Desa Pasar Sorkam adalah Desa yang mempunyai pengaruh dalam sektor produksi

ikan tangkap di kabupaten Tapanuli Tengah. Desa Pasar Sorkam sekarang telah mempunyai PSDKP (pengawasan sumber daya kelautan dan perikanan) yang telah dibangun oleh dinas kelautan dan Perikanan Kabupaten Tapanuli Tengah serta pabrik es yang juga di bawah kendali masyarakat nelayan Desa Pasar Sorkam pada tahun 2007.⁶⁰

Tabel IV.1
Batas Wilayah Desa Pasar Sorkam

Batas	Desa Pasar Sorkam
Utara	Kelurahan Binasi
Selatan	Samudera Indonesia
Timur	Teluk Roban
Barat	Pahieme

Sumber, Kantor Kepala Desa Pasar Sorkam

Batas wilayah Desa Pasar Sorkam dari sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Binasi, sebelah selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia, sebelah timur berbatasan dengan Teluk Roban, sebelah barat berbatasan dengan Desa Pahieme dimana Kelurahan Binasi dan Desa Pahieme masih berada di Kecamatan Sorkam Barat, Kabupaten Tapanuli Tengah. Luas Desa Pasar Sorkam adalah 3.95 Km².

⁶⁰Hasil wawancara dengan Mantan Kepala Desa Pasar Sorkam Bapak Hasmin Sihombing, Kamis 01 September 2022. Pukul 13.00. Wib.

2. Sarana dan Prasarana Umum

Prasarana adalah berbagai macam perlengkapan yang disediakan oleh pemerintahan untuk kepentingan bersama dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari di sebuah Desa. Desa Pasar Sorkam memiliki sarana dan prasarana yang diperuntukkan untuk masyarakat Desa Pasar Sorkam tersebut baik dalam bidang pemerintahan, kesehatan, keagamaan, sosial dan bidang-bidang lainnya. Adapun sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Pasar Sorkam dapat dilihat pada Tabel IV.2 berikut.

Tabel IV.2
Sarana dan Prasarana Umum Desa Pasar Sorkam

Keterangan	Jumlah	Satuan
Kantor Desa	1	Buah
Puskesmas Pembantu	1	Buah
Balai Pertemuan	1	Buah
Posyandu	3	Buah
PAUD	4	Buah
SD	5	Buah
SMP	1	Buah
SMA	1	Buah
Mesjid	2	Buah
Mushola	2	Buah

Sumber: Profil Desa Pasar Sorkam, 2022

3. Visi dan Misi Desa Pasar Sorkam

a. Visi Desa Pasar Sorkam

Menjadikan Desa Pasar Sorkam yang cerdas, maju, mandiri, dan sejahtera.

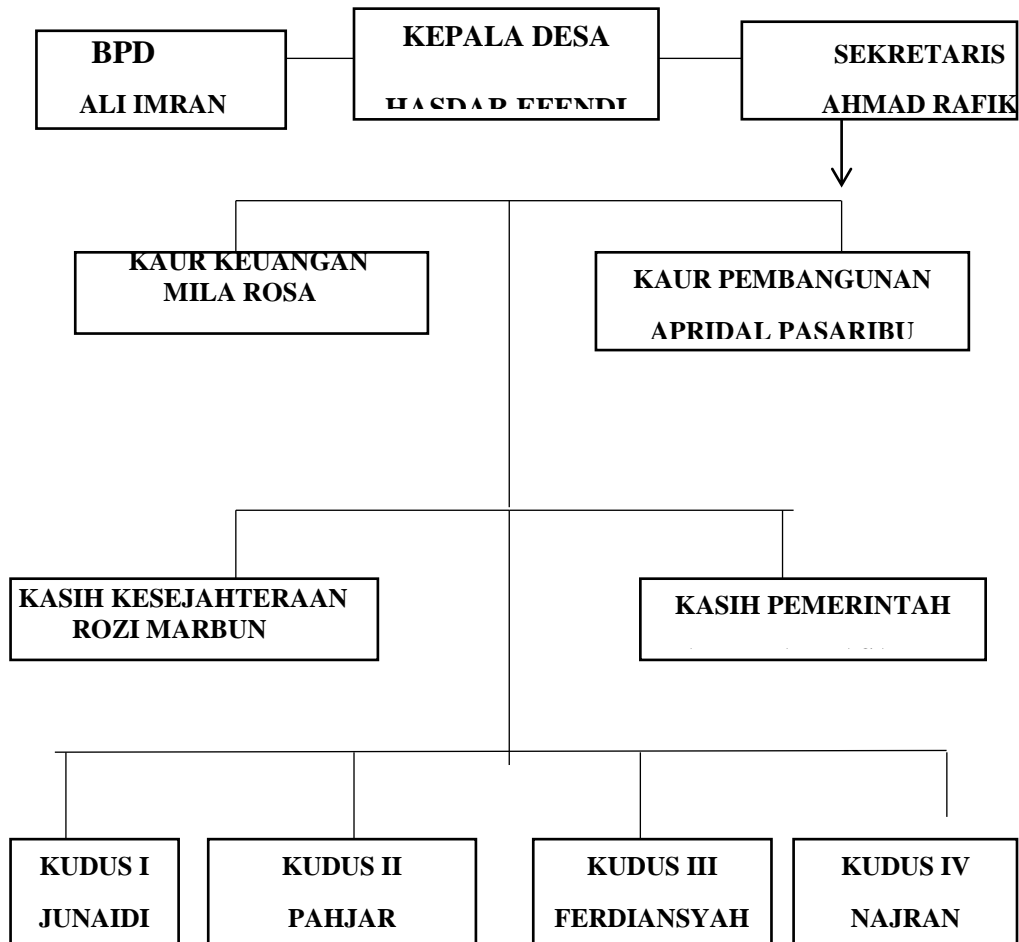
b. Misi Desa Pasar Sorkam

- 1) Mengamalkan dan melaksanakan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari
- 2) Meningkatkan kinerja dan pelayanan aparat yang berkualitas, profesional dan berjiwa pelayanan prima
- 3) Meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung dalam kehidupan bermasyarakat.
- 4) Meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- 5) Mengupayakan kemandirian masyarakat dalam pelaksanaan otonomi berbasis pada potensi Desa.
- 6) Meningkatkan pemberdayaan masyarakat melalui partisipasi aktif dalam pembangunan maupun kegiatan ekonomi produktif.
- 7) Meningkatkan ketertiban dan keamanan serta penghormatan terhadap supremasi hukum.
- 8) Meningkatkan kerjasama dan gotong royong dalam bermasyarakat yang berazaskan kekeluargaan.⁶¹

⁶¹Hasil wawancara dengan Ibu Mila Hasiholan Sebagai Bendahara Desa Pasar Sorkam, Senin 6 September, Pukul 12.00. Wib.

4. Struktur Organisasi Desa Pasar Sorkam

Gambar IV.1
Struktur Organisasi Desa Pasar Sorkam



5. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi masyarakat di Desa Pasar Sorkam secara umum dapat dipengaruhi oleh 3 faktor utama. Adapun 3 faktor tersebut antara lain: faktor alam (sumber daya alam), faktor manusia (sumber daya manusia) dan juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial masyarakat. Ketiga faktor tersebut merupakan potensi yang memungkinkan untuk diolah, dikelola dan dikembangkan sehingga memberikan keuntungan dari segi ekonomi, namun demikian pemanfaatan sumber daya alam harus sesuai dengan konsep pembangunan berwawasan lingkungan bagi masyarakat di Desa Pasar Sorkam.

Ditinjau dari sumber ekonomi, masyarakat di Desa Pasar Sorkam mayoritas pekerjaannya adalah bermata pencaharian sebagai nelayan dan buruh tani, hal ini disebabkan karena sudah turun temurun sejak dulu bahwa masyarakat adalah nelayan dan juga minimnya tingkat pendidikan menyebabkan masyarakat tidak punya keahlian lain dan akhirnya tidak punya pilihan selain menjadi nelayan dan buruh tani.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara pengecekan informasi atau data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan. Kemudian data tersebut ditanyakan kepada informan lain. Dalam penelitian ini ada 15 orang nelayan ikan asin yang dijadikan sebagai informan. Untuk mengetahui lebih dalam analisis Swot terhadap peningkatan penjualan

ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah peneliti mewawancarai 15 informan 4 diantaranya memiliki jawaban berbeda yaitu paham mengenai penjualan ikan asin sedangkan 11 nelayan ikan asin memiliki jawaban yang sama terkait analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin dimana nelayan ikan asin mengatakan masih kurang paham mengenai penjualan yang tepat dan belum paham mengenai promosi yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan ikan asin, ini disebabkan karena mayoritas nelayan ikan asin belum paham menggunakan media sosial serta masih terkendala fasilitas dan modal yang belum memadai di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha ikan asin tentang strategi pemasaran ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah pendapat Bapak Julman menyatakan:

Penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam ini belum berkembang dan usaha ikan asin ini merupakan sumber pendapatan utama bagi masyarakat Desa Pasar Sorkam, yang hasil ikannya tergantung pada hasil tangkapan nelayan. Pendistribusian ikan asin di Desa Pasar Sorkam belum berkembang akan tetapi upaya yang dilakukan agar dapat bersaing dengan pengusaha ikan asin yang lain yaitu dengan meningkatkan mutu produknya. Sedangkan hambatan dalam melakukan pemasaran ikan asin di Desa Pasar Sorkam yaitu terkadang harga ikan menurun apabila ikan sedang banyak danyang menjadi faktor kekuatan yang dimiliki usaha ikan asin disini yaitu bahan bahan baku yang berkualitas, lokasi strategis dan memiliki pelanggan tetap.⁶²

⁶² Hasil wawancara dengan Bapak Julman, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Minggu 04 September 2022, Pukul 09.00. Wib.

Wawancara Ibu Yulida Dewi sebagai pengusaha ikan asin di Desa

Pasar Sorkam Mengatakan bahwa:

Penjualan kita disini memang belum berkembang sekali ini disebabkan karena transportasi dan fasilitas kita yang belum memadai. Akan tetapi kita disini memiliki peluang yang mana kita termasuk memiliki produk yang unggul karena produk yang kita olah disini tidak memakai pengawet. jadi produk yang tidak memakai pengawet ini bersih. Dan untuk penjualan kita dari beberapa tahun belakangan ini menurun dikarenakan keterbatasan bahan baku dan modal dan yang menjadi faktor kekuatan kita disini lokasi yang strategis dekat dengan membeli ikan, dekat melakukan pencucian dan untuk jenis ikan sudah bervariasi.⁶³

Wawancara dengan Bapak Arwan Fuji Pasaribu sebagai pengusaha

ikan asin di Desa Pasar Sorkam mengatakan bahwa:

Penjualan ikan asin ini menurut saya belum ada perubahan dari tahun ketahun, usaha ikan asin ini merupakan sumber pendapatan yang mana masyarakat berprofesi lain 30% yang lebihnya itu adalah yang bekerja sebagai nelayan dan petani. Usaha ikan asin ini sangat tergantung pada hasil tangkapan nelayan yang mana ikan yang didapat yang tidak layak dijadikan ikan gulai itulah yang akan diolah menjadi ikan asin. Strategi yang dibuat yaitu membuat produk ikan asin yang unggul karena ikan asin di Desa Pasar Sorkam tidak memakai tawas, dan untuk pendistribusian ikan asin di Desa Pasar Sorkam hanya sebatas sampai sibolga saja. Hambatan yang paling utama yaitu transportasi dan modal yang masih terbatas dan untuk peluang kita disini dekat dalam pembelian ikan asin.⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nur Asiyah sebagai

pelanggan ikan asin di Desa Pasar Sorkam menyatakan bahwa:

Penjualan ikan asin memang belum terlalu berkembang tapi sudah layak untuk dikembangkan dan menurut saya sebagai pelanggan. produk ikan asin sudah memiliki kualitas yang bagus, untuk harga ikan di Desa Pasar Sorkam lumayan murah bisalah untuk dijual ke pasar-pasar, ikan asin yang dijual di Desa Pasar Sorkam dikatakan

⁶³Hasil wawancara dengan Ibu Yulida Dewi, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Selasa, 6 September, 2022, Pukul 21.00. Wib.

⁶⁴Hasil wawancara dengan Bapak Arwan Fuji, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Rabu 31 Agustus, 2022, Pukul 11. 21. Wib.

sudah bervariasi dan untuk tingkat kepuasan kami sebagai pelanggan sangat puas karena murah dan bersih.⁶⁵

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Sukral Sinaga sebagai

pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam mengatakan bahwa:

Usaha ikan asin ini sebagai sumber pendapatan contohnya saya yang sudah lama menggeluti usaha ikan asin, ikan asin ini tergantung tangkapan nelayan di Desa Pasar Sorkam ini yang mana untuk pendistribusian ikan asin ini sudah lumayan berkembang walaupun hanya melalui telepon hanya saja jarak penjualannya sampai Sibolga, Barus dan lainnya ini diakibatkan belum adanya alat transportasi untuk membawa ikan ketempat yang lebih jauh dan untuk yang kami lakukan yaitu terus melakukan inovasi terhadap produk, karena produk ikan asin kita disini sudah termasuk produk unggul karena kami tidak memakai tawas dan lokasi pengelolaan kita disini sudah bisa dikatakan strategis dalam pengelolaan karena kita langsung mendapatkan bahan bakau ditepi pantai dan dapat langsung dikelola.⁶⁶

Wawancara dengan Bapak Rahman sebagai Pengusaha ikan asin di

Desa Pasar Sorkam mengatakan bahwa

Penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam ini belum berkembang, akan tetapi kalau menurut saya usaha ikan asin ini sebagai pendapatan utama karena kami sebagai orang pesisir inilah mata pencaharian utama. Ikan disini tergantung pada hasil tangkapan nelayan apabila ikan banyak maka hasil olahan akan banyak, untuk strategi yang kami lakukan itu kembali kepada rezeki dan kami sebisa mungkin untuk mengelola ikan dengan baik dan pendistribusian ikan asin ini belum terlalu berkembang dan hambatan kita disini apabila ikan sedang banjir maka harga akan anjlok dan transportasi yang belum memadai akan tetapi kita juga memiliki peluang untuk berkembang ikan yang kita produksi merupakan ikan segar dan tanpa pengawet atau tawas dan kita sudah memiliki kualitas produk yang unggul.⁶⁷

⁶⁵Hasil wawancara dengan Ibu Nur Rasyah, Sebagai Pelanggan Ikan Asin, Sabtu 03, September 2022, Pukul 09.45. Wib.

⁶⁶Hasil wawancara dengan Bapak Sukral, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Minggu 04 September, 2022, Pukul 11. 00 Wib.

⁶⁷Hasil wawancara dengan Bapak Rahman, Sebagai Pengusaha IkanAsin, Sabtu, 03 September, 2022, Pukul 20.35. Wib.

Wawancara dengan Bapak Maradona Sihombing, Sebagai

Pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam mengatakan bahwa:

Penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam menurut saya sudah berkembang dan pada saat ini dari angkatan laut kadang-kadang sudah turun dalam membina kami untuk membuat ikan asin dan mengajari penjualan yang baik. Usaha ikan asin sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat Desa Pasar Sorkam karena mayoritas masyarakat sekitar 90% berprofesi sebagai nelayan, hasil ikan yang didapat tergantung pada keadaan cuaca dan untuk produksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam sudah bagus, penjualannya sekitaran Barus, Sosorgadong hingga Pekanbaru. Cara yang kami lakukan sebagai pengusaha ikan asin yaitu dengan mengevaluasi bagaimana produksi ikan asin lebih baik lagi sehingga dapat bersaing. Kendala bagi kami yaitu dimana kegiatan produksi tergantung pada kondisi keadaan cuaca karena belum didukung oleh teknologi dan untuk faktor kekuatan kita disini yaitu produk ikan asin yang kita hasilkan sudah bisa dikatakan bersaing, dari sisi harga ikan asin lumayan murah dan produk ikan asin sudah bervariasi.⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara peneliti menyimpulkan penjualan ikan asin belum berkembang akan tetapi usaha ikan asin ini sudah layak untuk dikembangkan karena dari segi kualitas produk sudah dikatakan unggul dan produk yang dihasilkan sudah bervariasi hanya saja penjualan ikan asin ini masih sangat minim dikarenakan pengetahuan nelayan ikan asin masih kurang paham dalam penjualan serta belum gencar dalam melakukan promosi. Hasil tangkapan ikan asin masih tergantung pada hasil tangkapan nelayan karena pengelola ikan asin di Desa Pasar Sorkam harus menunggu nelayan yang pulang dari laut sehingga bisa mengelolah ikan asin. Usaha ikan asin ini merupakan mata pencaharian utama bagi masyarakat di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah karena

⁶⁸Hasil wawancara dengan Bapak Maradona Sihombing, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Minggu 04 September 2022, Pukul 08.00. Wib

mayoritas masyarakat Desa Pasar Sorkam matapencaharian sebagai nelayan. Pengusaha ikan asin sudah banyak melakukan penginovasian terhadap produk yang diproduksi. dan yang menjadi kendalanya yaitu fasilitas dalam memproduksi ikan asin belum memadai, modal, dan transportasi yang masih kurang untuk lebih mengembangkan usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam.

2. Triangulasi Metode

Setiap perusahaan atau lembaga keuangan dalam memasarkan produknya pasti tidak selalu berjalan mulus seperti yang diharapkan, pasti ada rintangan atau hambatan yang terjadi dalam memasarkan produknya. Baik itu hambatan dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengusaha ikan asin.

Beberapa kendala dalam penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam adalah:

- a. Keterbatasan modal
- b. Kemasan yang tidak menarik
- c. Hasil ikan tergantung pada tangkapan nelayan
- d. Teknologi yang digunakan masih sangat sederhana
- e. Cuaca buruk
- f. Banyaknya tingkat persaingan
- g. Murahnya harga ikan asin ketika ikan sedang banyak.⁶⁹

Hasil wawancara dengan Bapak Pendi Pasaribu Gorat sebagai

⁶⁹Hasil wawancara dengan Bapak Hasrul Sitanggung, dkk, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Jumat 02 September 2022, Pukul. 14.00. Wib

pengusaha ikan asin menyatakan bahwa:

Penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam ini Belum berkembang akan tetapi kami terus menginovasi produk kami agar ikan asin lebih bagus lagi dan hambatan kami disini apabila ikan asin sedang banjir maka harga ikan akan murah. Kelemahan kami disini fasilitas kami disini belum memadai dan transportasi kami disini lumayan susah untuk dan ikan asin disini belum diolah dalam bentuk kemasan dan kami sebagai pengusaha ikan asin belum tau bagaimana mempromosikan ikan asin kami agar lebih berkembang dan kami hanya menjual kepasar-pasar, namun usaha ikan asin ini sudah memiliki peluang seperti letak usahanya yang strategis dekat tepi pantai, kami sudah memiliki pelanggan tetap datang langsung membeli kelokasi kami, dan mutu ikan asin kami sudah bisa dikatakan unggul.⁷⁰

Hasil wawancara dengan Bapak Adi Saputra sebagai Pengelola ikan asin mengatakan bahwa:

Penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam ini belum berkembang, dan untuk jenis ikan yang dikelola sudah bervariasi dan kendala kami disini sebagai pengelola ikan masih tradisional dan belum menggunakan teknologi hanya mengharapkan sinar matahari inilah yang menjadi ancaman seperti cuaca buruk maka dapat merusak ikan, dan fasilitas dalam memproduksi ikan asin belum memadai.⁷¹

Hasil wawancara dengan Bapak Haddad Alwi sebagai pengelola ikan asin di Desa Pasar Sorkam menyatakan bahwa:

Penjualan ikan asin belum terlalu berkembang akan tetapi jenis ikan asin di Desa Pasar Sorkam ini sudah bervariasi akan tetapi usaha ikan asin ini masih tradisional hanya menggunakan cuaca matahari, dan kendala kami disini yaitu masih terkendala transportasi, dan fasilitas dalam memproduksi ikan asin disini belum memadai, dan kami terkadang masih terkendala modal, untuk harga ikan disini masih tergolong murah tergantung ikan asinnya.⁷²

⁷⁰Hasil wawancara dengan Bapak Pendi Gorat, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Jumat 02 September 2022, Pukul. 15.00. Wib

⁷¹Hasil wawancara dengan Bapak Adi Saputra, Sebagai Pengelola Ikan Asin, Sabtu 03, September 2022. Pukul. 09.45. Wib.

⁷²Hasil wawancara dengan Bapak Haddad Alwi Silaban Sebagai Pengelolah ikan asin, Jumat 2 Septembar 2022, Pukul. 08.00. Wib.

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa kendala dalam penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam yaitu modal yang masih terbatas, belum menggunakan teknologi dan hanya mengharapkan sinar matahari dan para nelayan ikan asin masih terkendala dalam fasilitas produksi ikan asin seharusnya sudah bisa dikembangkan karena usaha ikan asin ini sebagai pendapatan utama bagi masyarakat Desa Pasar Sorkam dan kurangnya SDM (sumber daya manusia) untuk melakukan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam sehingga usaha ikan asin masih belum berkembang.

Menurut peneliti penting untuk terus menambah pengetahuan masyarakat khususnya bagi nelayan ikan asin dalam meningkatkan penjualan dengan memperhatikan kualitas produk dan melakukan promosi yang gencar dan menambah kualitas SDM nya dalam memasarkan produk ikan asin agar mereka termotivasi dalam melakukan perubahan dan lebih antusias untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan ikan asin kerana yang lebih luas.

3. Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan dengan menggunakan variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi dalam faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi

perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan.

Setelah dilakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal dalam peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam ditentukan masing-masing faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi dalam meningkatkan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam. Maka semua faktor-faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Pada matrik SWOT ini, dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi antarlain yaitu: S-O (*strength-opportunities*) adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal yang dimiliki oleh usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam untuk menggunakan peluang yang ada, strategi S-T (*strength-treath*) adalah strategi yang memanfaatkan keunggulan yang dimiliki usaha ikan asin untuk mempertahankan posisi dari ancaman-ancaman yang ada, strategi W-O (*weaknesess-opportunities*) adalah strategi yang meminimalisir kelemahan usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada, strategi W-T (*weaknesess-treath*) adalah startegi untuk mempertahankan usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah dari ancaman yang berasal dari luar lingkungan.

Berikut ini tabel matrik SWOT yang menggambarkan bahwa bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten

Tapanuli Tengah dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal yang dimiliki usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah yaitu sebagai berikut.

Tabel IV.3
Matrik Analisis SWOT

INTERNAL	Kekuatan (Strength): 1. Harga ikan asin terjangkau 2. kualitas produk terjamin 3. keterampilan dalam mengelola ikan asin 4. letak usaha strategis	Kelemahan (Weakness): 1. Keterbatasan modal 2. kemasan yang tidak menarik 3. Hasil ikan asin tergantung pada hasil tangkapan nelayan 4. Teknologi yang digunakan masih sederhana
EKSTERNAL		
Peluang (Opportunities): 1. Adanya pelanggan tetap 2. Produk yang dihasilkan bervariasi 3. Permintaan yang tinggi terhadap ikan asin 4. perkembangan teknologi dan informasi	Strategi SO 1. Harga ikan asin yang relatif stabil dan terjangkau dengan kualitas ikan asin yang terjamin serta memiliki konsumen tetap dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk ikan asin secara lebih luas. 2. Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan terjamin dan mempertahankan harga produk yang terjangkau dalam	Strategi WO 1. Melakukan ekspansi usaha dengan menambah modal melalui pinjaman koperasi, bank ataupun kerjasama beberapa pengusaha agar usaha ikan asin lebih luas dan permintaan terhadap ikan asin semakin tinggi. 2. Membuat kemasan yang lebih menarik, melakukan promosi dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam menarik minat konsumen.

	<p>meningkatkan permintaan masyarakat terhadap ikan asin ini meningkat.</p> <p>3. Keterampilan mengolah ikan asin yang baik dengan pengalaman yang baik, dan mengelola ikan asin yang memiliki keunggulan yang baik memanfaatkan teknologi yang ada serta</p> <p>4. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis akan mampu mengembangkan usaha ikan asin dengan memenuhi permintaan pasar ikan asin yang tinggi. Lokasi usaha yang strategis sangat memberikan peluang karena tidak jauh dari tempat pembelian ikan dan pencucian ikan sangat memberikan dampak yang</p>	<p>3. Mengusahakan untuk mendapatkan bahan baku agar bisa memenuhi permintaan, memperbanyak koneksi atau relasi pemasok bahan baku.</p> <p>4. Menggunakan teknologi yang lebih canggih dalam proses pengelolaan ikan asin.</p>
--	---	--

	baik bagi usaha.	
<p>Ancaman (Threats):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuaca buruk 2. Banyaknya pesaing 3. ombak besar 4. Murahnya harga ikan asin ketika ikan asin sedang banyak 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dalam mempertahankan permintaan konsumen terhadap ikan asin. 2. Menciptakan sumber bahan baku alternatif. 3. Membuat keramba dibibir pantai guna membudidayakan ikan yang dapat dijadikan ikan asin agar bisa mengelolah ikan asin jika terkendala ombak besar. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari mitra usaha guna mengembangkan skala usaha 2. Melakukan inovasi terhadap usaha ikanasin sehingga bisa menyaingi pesaing 3. memperbanyak koneksi atau relasi pemasok bahan baku.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara, observasi dan dikumentasi dengan pengusaha ikan asin, pengelola dan pelanggan menjelaskan terkait penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam masih minim dan belum berkembang dimana nelayan ikan asin di Desa Pasar Sorkam belum paham mengenai bagaimana penjualan yang tepat. Nelayan ikan asin hanya mengharapkan pembeli datang tanpa melakukan promosi, ini disebabkan karena nelayan ikan asin masih kekuarang SDM (sumber daya manusia) yang masih terbatas dalam hal melakukan penjualan dan nelayan ikan asin di Desa Pasar Sorkam masih terkendala dalam modal dan fasilitas yang belum memadai sehingga penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam belum berkembang.

Faktor internal usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam memiliki kekuatan yaitu sudah sesuai dengan indikator layak untuk dikembangkan karena memiliki kualitas produk yang layak jual, harga ikan yang terjangkau, letak usaha yang strategis dan keterampilan dalam mengelolah ikan asin yang termasuk unggul. Kelemahannya yaitu strategi pemasaran ikan asin di Desa Pasar Sorkam belum sepenuhnya sesuai dengan indikator penjualan yang mana masih terkendala dalam modal, kemasan ikan asin belum menarik, hasil ikannya tergantung pada hasil tangkapan nelayan di Desa Pasar Sorkam, dan masih belum memanfaatkan teknologi serta belum gencar dalam melakukan

promosi.

Faktor eksternal di Desa Pasar Sorkam terkait penjualan ikan asin memiliki kekuatan yaitu sudah sesuai dengan indikator layak untuk dikembangkan karena memiliki kualitas produk yang layak jual, harga ikan yang terjangkau, letak usaha yang strategis dan keterampilan dalam mengelolah ikan asin yang termasuk unggul. Kelemahannya yaitu penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam belum sepenuhnya sesuai dengan indikator penjualan yang mana masih terkendala dalam modal, kemasan ikan asin belum menarik, hasil ikannya tergantung pada hasil tangkapan nelayan di Desa Pasar Sorkam, dan masih belum memanfaatkan teknologi. Usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam sudah memiliki peluang layak untuk dikembangkan karena sudah memiliki pelanggan tetap, luasnya daerah pemasaran, permintaan pasar yang tinggi terhadap ikan asin dan produk yang dihasilkan sudah bervariasi. Ancaman pada usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam yaitu adanya cuaca buruk, banyaknya pesaing, ombak besar dan murahnya harga ikan ketika ikan asin sedang banyak, ini merupakan ancaman bagi usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

Pihak pengusaha ikan asin belum sepenuhnya paham bagaimana penjualan yang baik untuk mempengaruhi orang lain dalam membeli produknya dan belum mengoptimalkan penjualan sehingga penjualan ikan asin belum berkembang karena masih mengharapkan pembeli datang tanpa melakukan promosi sebagaimana dijelaskan dalam teori yang dinyatakan oleh Basu Swasta penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang atau jasa

antara penjual dengan pembeli, didalam perekonomian kita, seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukaran berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya dan penjualan menjadi lebih muda dilakukan. Jarak yang jauh tidak masih bagi penjual dalam melakukan penjualanya penjual dituntut untuk memiliki bakat seni untuk mempengaruhi orang lain.⁷³ Berdasarkan hasil penjualan ikan asin dan didukung oleh teori yang ada yaitu dengan mengidentifikasi faktor eksternal dan internal menggunakan analisis SWOT yaitu dengan memahami situasi-situasi yang terjadi dilapangan untuk mempermudah dalam meningkatkan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah. Sehingga disinilah nanti akan ada motivasi bagi nelayan ikan asin untuk meningkatkan penjualan ikan asin.

Hasil penelitian ini memperkuat kajian yang telah dilakukan Menurut penelitian yang telah dilakukan seperti Choirul Alfi, dkk dengan judul analisis SWOT dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan perumahan PT Berkat Rizki Alam.

Penjualan yang dilakukan oleh PT Berkat Rizki Alam belum optimal dan masih minim dan untuk penjualan produknya melalui brosur yang dilakukan kerumah-rumah spanduk yang dijalan. Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa PT Berkat Rizki Alam memiliki peluang dan layak untuk bersaing sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi serta memperbesar pertumbuhan dan meraih penjualan secara maksimal.⁷⁴

Kesimpulan dari penelitian ini dapat kita lihat dari bahwa penelitian ini sejalan dengan jurnal tersebut karena dapat dilihat dari penjualan masih

⁷³ Basu Swasta, Manajemen Penjualan (Yogyakarta: Anggota Ikapi, 2013), hlm.12.

⁷⁴ Choirul Alfi, dkk, "Analaisis SWOT dalam Strategi Pemasaan untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan PT Berkat Rizki Alam, *Jurnal Ekonomi*, Volume 1, No. 2 (2021): hlm. 31.

sangat minim dikarenakan masyarakatnya masih belum paham mengenai bagaimana cara melakukan penjualan yang tepat dan masih terkendala tentang pemahaman dalam mempromosikan produk ikan asin yang dihasilkan. Dari hasil identifikasi analisis situasi lingkungan faktor eksternal dan internal strategi pemasaran ikan asin ini memiliki peluang dan sudah layak untuk dikembangkan dan bersaing sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi untuk pertumbuhan yang lebih besar dalam meraih penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah tetapi dilain pihak para pengusaha ikan asin menghadapi kendala internal. Strategi ini fokus pada strategi SO, WO, ST, dan WT untuk meminimalkan ancaman kelemahan, mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

D. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian tersebut, antara lain:

1. Dalam proses pengumpulan data sulit menemukan buku dan referensi mengenai judul penelitian.
2. Hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan peneliti dari hal pengetahuan, disamping itu peneliti belum memiliki pengalaman

dalam menulis karya ilmiah terutama dalam pengkajian teori, pengamatan, pengolahan data.

3. Peneliti tidak mampu mengontrol semua informan, apakah informan memang serius atau tidak dalam menjawab wawancara.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait penjualan ikan asin yang dilakukan pada usaha ikan asin adalah dengan sistem pesanan dan pembelian langsung, sistem pada usaha ikan asin ini yaitu dengan membeli produk ikan asin melalui atau dengan menghubungi penjual melalui via telepon. Hasil analisis SWOT berdasarkan analisis internal dan eksternal kekuatan pada usaha ikan asin yaitu memiliki lokasi yang strategis, dan memiliki kualitas produk yang baik, sedangkan kelemahan terbesar pada usaha ikan asin ini yaitu kurang adanya sumber daya yang profesional. Hasil analisis matriks SWOT, dengan menerapkan strategi S-O: meningkatkan permintaan pasar, meningkatkan pengembangan produk agar diminati pembeli, meningkatkan fasilitas pengolahan ikan asin agar penjualan semakin meningkat. Strategi W-O: menambah jaringan penjualan, melakukan ekspansi perluasan usaha dengan pengajuan pinjaman atau pemerintah memberikan pelatihan kerja terhadap pengusaha ikan asin agar lebih baik lagi dalam mengelolah produknya, dan memperluas kerja sama dengan pengusaha ikan asin agar dapat meminimalisir kekurangan produk diwaktu tertentu. Strategi S-T: meningkatkan kualitas produk guna membangun kepercayaan pelanggan, dan menciptakan sumber bahan baku alternative dengan membuat kerambah dibibir pantai apabila terkendala ombak besar. Strategi W-T yaitu dengan memperbanyak koneksi atau mitra usaha guna mengembangkan skala usaha, terus menerus melakukan

inovasi terhadap produk dan memperbaiki tata letak usaha agar produk yang dijual dapat diketahui langsung oleh pembeli.

B. Saran

1. Kepada Pengusaha

Pengusaha sebaiknya mulai menanamkan inovasi baru kedalam produk mereka. Kemasan misalnya, kemasan yang lebih menarik akan membuat produk ikan asin yang dihasilkan mampu bersaing bukan saja di pasar tradisional atau dikalangan menengah kebawah, tetapi juga mampu bersaing untuk taraf pasar modern dan dikalangan menengah keatas dan lebih memperhatikan fasilitas dalam memproduksi ikan asin. Hal ini tentu saja harus juga diikuti dengan peningkatan mutu produk yang dihasilkan.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti analisis nilai tambah produk perikanan secara lebih menyeluruh, agar dapat diketahui bagaimana prospek pengolahan produk perikanan di negara kita.

3. Kepada Pemerintah

Diharapkan bisa menjadi pemikiran bagi pemerhati industri produk ikan asin khususnya di Desa Pasar Sorkam dalam upaya memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kegiatan usaha ikan asin. Dan juga sebagai kajian pertimbangan bagi pemerintah dalam rangka menyusun kebijakan disektor produksi ikan asin.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Alam, Syamsul. *Penentuan Strategi Bisnis Melalui Penentuan Analisis SWOT*. Jakarta: IPBPRESS, 2017.
- Ansar, Muh. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bineka Cipta, 2014.
- Asmaniah, Yuniati. *Bauran Pemasaran Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Cipta Pustaka, 2015.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Bayanuloh, Iksan. *Marketing Syariah*. Yogyakarta: Deepublish, 2012.
- Damayanti, Herti Juli. *Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan*. Bogor IKAPI, 2014.
- David, R fred. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Selemba Empat, 2016.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Pustaka Jaya, 2016.
- Fernando, Andrew, dkk. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Gusrizal, Rogi dan Eka Komalasari. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan*. Yogyakarta: IKAPI, 2017).
- Hanggeraeni, Dewi. *Strategi Bisnis Manajemen Resiko dalam Pengembangan Umkm di Indonesia*. Bogor: IPB Press, 2021.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2010.
- Masyhury. *Sistem Perdagangan dalam Islam*. Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi, 2011.
- Nuraini, Fajar. *SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efesien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016.

- Purba, Elidawati, dkk. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Pearce, John. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Selemba Empat, 2021.
- Pramono, Budi. *Penegakan Hukum di Perairan Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Raharjo, Budi. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017.
- Rahim, Rahman Abd. *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Rangkuti, Ahmad Nijar. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung Cipta Pustaka Media, 2016.
- Rangkuti, Fredy. *Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko*. Jakarta: Granmedia Pustaka Utama, 2011.
- Rangkuti, *Teknik Membeda kasus Bisnis*. Jakarta: Granmedia 2015.
- Rivai Abdul, dkk. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Saebani, Beni Ahmad. *Pedoman Aplikatif Metode Penelitian dalam Penyusunan Karya Ilmiah, Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Salim, Afif M, Agus B Siswanto, *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*. Semarang: CV. Pilar Nisantar, 2019).
- Siswandi. *Aplikasi Manajemen Perusahaan Analisis Kasus dan Pemecahannya*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Siregar, Budi Gutama dan Ali Hardana. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi, 2021.
- Sugiyono. *Dasar Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sujarwen Wiratna. *Metedologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021.
- Swasta, Basu. *Manajemen Penjualan* Yogyakarta: IKAPI, 2017.
- Widharta, Willy Pratama, Sugiono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cipta Pustaka, 2014.

Wijayati, Hasna. *Panduan Analisis Swot untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021.

Winani, Widi Endang. *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.

Wijaya, Hengki, Helaluddin. *Analisis Data Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Sumber Jurnal

Alam, Syamsul. "Penentuan Strategi Bisnis Melalui Penentuan Analisis SWOT Pada Jaks Berbershop di Kota Makassar," *Jurnal Ilmiah Karimah STIE amkop Makasar*, Volume. 2, No. 3 (2017).

Alfi, Choirul, dkk. "Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan PT Berkat Rizki Alam," *Jurnal Ekonomi*, Volume. 1, No. 2 (2021).

Audina, Ayu. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume. 5, No. 2 (2020).

Damayanti, Herti Juli. "Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Produk PT Sosro Medan," *Jurnal Ilmiah Smart*, Volume. 1, No. 2 (2017).

Eriza Yolanda dan Nurul Mubarak. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista," *Jurnal Economic*, Volume. 3. No. 1 (2017)

Lia Nirawati dan Adelia Yovita Nur Oktavia. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Kedai Seblak Minguns," *Jurnal Revolusi Indonesia*, Volume. 1, No. 8 (July 2021).

Melinda, Suci. "Strategi dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Rina di Kabupaten Brebes," *Jurnal Akrab Juara*, Volume. 6, No. 2 (2021).

Nurani. "Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm di Plut KUMKUM Tulungagung," *Jurnal Benefit*, Volume. 6, No. 1 (July 2019).

Nur, Afrilita. "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor pada PT Samekarindo Indah di Samarinda," *Jurnal Administrasi Bisnis*, volume. 1, No. 1 (2019).

Putri Drajat, Wanda Natasya. “Strategi Pemasaran Islam untuk Meningkatkan Penjualan Produk Muslimah Beauty Care,” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume. 4, No. 1 (2021).

Reni, Octafia dan Nikmatus Sholicha. “Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Omset Penjualan Umkm Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pecet, Kabupaten Mojokerto,” *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume. 7, No. 2 (2021).

Wulan Adi Praniti, dan Niluh Gede. “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik,” *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, Volume 5, No.1 (January 2016).

Sumber lainnya

Hasil wawancara dengan Bapak Adi Syaputra, Sebagai Pengelola ikan asin, Sabtu 03 September 2022. Pukul. 09.45. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Anwar, Sebagai Pengelola ikan asin, Minggu 28 Januari 2022, pukul 10.00. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Arwan Fuji, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Rabu, 31 Agustus. Pukul 11.00. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Dani, sebagai pengelola ikan asin, Senin 28 Februari 2022 pukul 11.00. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Haddad Alwi Silaban, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Jumat 2 September 2022, Pukul 08. 00. Wib.

Hasil wawancara dengan Mantan Kepala Desa Pasar Sorkam Bapak Hasmin Sihombing, Kamis 01 September 2022. Pukul. 15. 00. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Hasrul Sitanggang, dkk, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Jumat 02 September 2022. Pukul. 14.00. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Hendri, Sebagai Pengelola Ikan Asin, Sabtu 19 Maret 2022 Pukul 11. 00 Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Julman Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Minggu 4 September 2022, Pukul.09.00.Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Maradona Sihombing, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, 04 September 2022, Pukul. 08.50. Wib.

Hasil wawancara dengan Ibu Mila Rosa Simatupang, Sebagai Bendahara Desa
Senin 6 September 2022. Pukul 11. 00 Wib.

Hasil wawancara dengan Ibu Nur Rasiah, Sebagai Pelanggan Ikan Asin, Sabtu
03September 2022. Pukul. 09.45. Wib.

Hasil wawancara, dengan Bapak Rahmad, sebagai pengelola ikan asin, Kamis, 19
maret 2022 Pukul 19.00 Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Rahman, Sebagai Pengusaha IkanAsin, Sabtu, 03
September, Pukul 20.35. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Sukral Sinaga, Sebagai Pengusaha Ikan Asin,
Miggu 04 September 2022, Pukul 11. 24. Wib.

Hasil wawancara dengan Bapak Ependi Gorat, Sebagai Pengusaha Ikan Asin,
Jumat 2 September 2022, Pukul. 15,00. Wib.

Hasil wawancara dengan Ibu Yulida Dewi, Sebagai Pengusaha Ikan Asin, Selasa
6 September, Pukul 21.00. Wib.

Sumber Skripsi

Azizah, A Nurul. “Strategi Pemasaran Beras dalam Meningkatkan Penjualan,”
Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bone, (2020).

Mulyani, “ Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan
Bakmi Witosari 2 Purwakerto Tmur,” Skripsi IAIN Purwekerto, (2019).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
Tempat/Tanggal Lahir : Desa Pasar Sorkam, 15 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak Ke : 5 dari 5 Bersaudara
Status : Mahasiswi
Alamat Lengkap : Desa Pasar Sorkam, Kec Sorkam Barat,
Kabupaten Tapteng
Nomor HP/ Email : 081260975995
Watiayurahma0@gmail.com

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Orang Tua/Wali Ayah : Hasmin Sihombing
Ibu : Alm Ernawati Tanjung
Pekerjaan Orang Tua/Wali Ayah : Wiraswasta
Ibu : -
Alamat Orang Tua/Wali : Desa Pasar Sorkam, Kec Sorkam Barat,
Kabupaten Tapteng

Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005-2011 : SD Negeri 153024 Desa Pasar Sorkam
Tahun 2011-2014 : SMP Negeri 3 Binasi
Tahun 2014-2017 : SMA Negeri 1 Sorkam Barat
Tahun 2018-Sekarang : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi
Syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 3289/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2021
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

31 Desember 2021

Yth. Bapak/Ibu;

1. Budi Gautama Siregar : Pembimbing I
2. Hamni Fadlilah Nasution : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
NIM : 1840200277
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis SWOT Terhadap Peningkatan Penjualan Ikan Asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan



Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1693 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/06/2022
Hal : Mohon Izin Riset

10 Juni 2022

Yth. Kepala Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
NIM : 1840200277
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan


Tembusan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI TENGAH
KECAMATAN SORKAM BARAT
DESA PASAR SORKAM
KODE DESA 12.01.10.2004
Jalan Mulia Tanjung Desa Pasar Sorkam Kode Pos 22563

Desa Pasar Sorkam, 06 Desember 2022

Nomor : 309/2004/XII/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Balasan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
di-

Padangsidimpuan

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat Bapak Nomor: 1693/In.14/G.4c./TL.00/01/2022 Tentang permohonan izin melakukan penelitian di Desa Pasar Sorkam Kecamatan Sorkam Barat Kabupaten Tapanuli Tengah.
Maka dengan ini kami sampaikan bahwa kami dapat memberi izin melakukan penelitian kepada:

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
NIM : 1840200277
Semester : IX (Sembilan)
Judul Penelitian : *"Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah"*

Demikian surat kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

KEPALA DESA PASAR SORKAM
KECAMATAN SORKAM BARAT



HASDAR EPENDI

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi penulisan dalam melakukan wawancara lapangan yang berkaitan dengan Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

A. Identifikasi Informan

Nama : Azwar Mandailing

Usia : 35 Tahun

Pekerjaan : Pengusaha Ikan Asin

B. Daftar Wawancara

1. Apakah kelebihan produk usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten

Tapanuli Tengah?

Jawaban: Produk ikan asin yang dijual sudah bervariasi dan dalam pengo

lahan ikan asinnya tidak memakai tawas atau pengawet.

2. Bagaimana tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Ta

Panuli Tengah?

Jawaban : Tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Tiap Tahun

Mengalami penurunan dikarenakan tingkat persaingan yang semakin ketat.

3. Apakah usaha ikan asin sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat

Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : Tentu, karena mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Pasar Sorkam ini pekerjaannya sebagai nelayan mungkin ada 90% pekerjaannya nelayan dan 10% berprofesi sebagai petani dan lainnya.

4. Apakah hasil ikan yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan D

Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : hasil yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan, karena kita sebagai pengusaha ikan tentu kita hanya menunggu nelayan datang apalagi beberapa bulan terakhir sering terjadi badai maka beberapa bulan terakhir terjadi penurunan produksi.

5. Apakah strategi yang bapak/ibu lakukan agar dapat bersaing dengan pengusaha

Apa ikan asin yang lain ?

Jawaban: kalau mengenai strategi yang kami lakukan yaitu meningkatkan kualitas, seperti menjaga kualitas ikan, kebersihan dan kesegaran ikan dan pengolahan ikan asin kita disini masih sangat alami/tradisional.

6. Apakah pendistribusian ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanu

li Tengah sudah berkembang ?

Jawaban : Pendistribusian masih belum kita masih lambat karena kita masih kekurangan modal dari penghasil yang lain karena kita lumayan jauh dari tempat pemasaran/ Kota yang notabenenya disitu tempat pemasaran ikan.

7. Apa hambatan dalam melakukan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam

Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban: Hambatan tentunya transportasi kita yang belum memadai karena kita sering kawatiran karena kita harus menunggu mobil untuk mengangkut hasil olahan ikan yang sudah diproduksi.

8. Apakah Fasilitas dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah Sudah Memadai?

Jawaban : Untuk fasilitas dalam memproduksi ikan asin kita masih kurang memadai, yang mana untuk pemerintah setempat belum terlalu memperhatikan untuk meningkatkan penjualan ikan asin ini karena yang lebih luas.

9. Apa yang menjadi faktor kekuatan yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Untuk faktor kekuatan ikan asin disini yaitu memiliki lokasi usaha yang strategis, produk yang bervariasi dan dekat untuk pembelian ikan dan keterampilan dalam mengolah ikan asin.

10. Apa yang menjadi Faktor kelemahan yang dimiliki pada usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Untuk faktor kelemahan usaha ikan asin kita disini yaitu kita jauh dari tempat pemasaran, dan faktor lainnya cuaca yang tidak mendukung sehingga ikan yang diproduksi kurang bagus kualitasnya sehingga susah untuk memenuhi permintaan pelanggan.

11. Apa yang menjadi faktor peluang yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Faktor peluang kita disini yaitu banyaknya permintaan pelanggan terhadap produk yang kita hasilkan, produk yang dihasilkan sudah bervariasi, adanya pelanggan tetap dan perkembangan teknologi dan informasi.

12. Apa yang menjadi faktor ancaman yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : faktor ancaman yang dimiliki usaha ikan asin disini yaitu kembali pada cuaca , banyaknya pesaing sehingga susah untuk memenuhi permintaan pelanggan.

13. Apakah kenaikan harga bahan baku menjadikan kendala bagi usaha ikan asin bapak/ibu ?

Jawaban : kenaikan bahan baku menurut kami sangat kendala bagi kami sebagai pengusaha, apabila menaiknya harga bahan baku maka perputaran ikanpun menjadi lambat.

14. Bagaimana penerapan harga yang diterapkan oleh pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban : Penerapan harga sesuai dengan variasi ikan asin, dimulai dari harga 15 ribu/ kg sampai dengan ratusan ribu/kg nya.

15. Apakah bapak/ibu menjual ikan asin hanya dipasar atau juga melalui media sosial?

Jawaban : Menurut saya kalau memasarkan ikan kita hanya di pasar-pasar karena sebagian dari kami belum mengetahui bagaimana mempromosikan ikan asin melalui media sosial dan kami juga belum tau bagaimana penjualan melalui media sosial.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi penulisan dalam melakukan wawancara lapangan yang berkaitan dengan Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

A. Identifikasi Informan

Nama : Ardiansyah Pasaribu

Usia : 28 Tahun

Pekerjaan : Pengusaha Ikan Asin

B. Daftar Wawancara

1. Apakah kelebihan produk usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten

Tapanuli Tengah?

Jawaban: Kelebihan Produk usaha ikan asin ini yaitu terlihat dari kualitas produk yang telah kami olah, sangat unggul dan memiliki kualitas yang bagus karena langsung dari ikan segar yang diperoleh dari nelayan yang melaut setiap harinya.

2. Bagaimana tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Ta

Panuli Tengah?

Jawaban : Tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Tiap Tahun

Mengalami penurunan dikarenakan tingkat persaingan yang semakin ketat yang mana banyaknya pembeli ikan untuk di produksi menjadi

ikan asin datang dari luar daerah mengakibatkan terjadi penurunan pendapatan bagi kami .

3. Apakah usaha ikan asin sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat

Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : Iyah, usaha ikan asin ini sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat Desa Pasar Sorkam, karena rata-rata masyarakat bermatapencaharian sebagai nelayan.

4. Apakah hasil ikan yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : hasil yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan di Desa Pasar Sorkam ini.

5. Apakah strategi yang bapak/ibu lakukan agar dapat bersaing dengan pengus

Aha ikan asin yang lain ?

Jawaban: kalau mengenai strategi yang kami lakukan yaitu untuk terus mempertahankan kealamian dan rasa dari ikan asin yang kami kelolah.

6. Apakah pendistribusian ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanu

li Tengah sudah berkembang ?

Jawaban : Pendistribusian ikan asin ini belum berkembang hanya sebatas sibolga dan barus.

7. Apa hambatan dalam melakukan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam

Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban: hambatan dalam melakukan penjualan yaitu alat/ fasilitas dalam memproduksi ikan asin disini belum terlalu memadai dan transportasi yang masih susah untuk menjualkan ikan asin.

8. Apakah Fasilitas dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah Sudah Memadai?

Jawaban : fasilitas dalam memproduksi ikan asin disini sebagian sudah memadai seperti ember, keranjang, rinti dan lain-lain sudah memadai hanya saja teknologi atau mesin pengering belum bisa kami gunakan karena kami masih kekurangan modal.

9. Apa yang menjadi faktor kekuatan yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Untuk faktor kekuatan ikan asin disini yaitu memiliki lokasi usaha yang strategis, produk yang bervariasi dan dekat untuk pembelian ikan dan keterampilan dalam mengolah ikan asin.

10. Apa yang menjadi Faktor kelemahan yang dimiliki pada usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Untuk faktor kelemahan usaha ikan asin kita disini yaitu kita jauh dari tempat penjualan, dan faktor lainnya cuaca yang tidak mendukung dan kita masih kekurangan modal untuk mengembangkan usaha ikan asin ini. Dan bentuk olahan ikan asin yang dihasilkan belum dibuat dalam bentuk kemasan.

11. Apa yang menjadi faktor peluang yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Faktor peluang kita disini yaitu banyaknya permintaan pelanggan terhadap produk yang kita hasilkan, lokasi usaha kita berada dipinggir pantai dekat dengan pembelian tempat ikan, produk yang

dihasilkan sudah bervariasi, adanya pelanggan tetap dan perkembangan teknologi dan informasi.

12 Apa yang menjadi faktor ancaman pada usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban: Faktor ancaman kita disini yaitu apabila hujan maka susah untuk melakukan pengolahan ikan, dan apabila ombak besar maka ikan asin yang diolah pun tidak ada karena semuanya kita hanya mengharapkan sinar matahari yang mana kita masih kekurangan modal untuk memproduksi ikan asin dan belum menggunakan teknologi.

13. Apakah kenaikan harga bahan baku menjadikan kendala bagi usaha ikan asin bapak/ibu ?

Jawaban : sangat kendala bagi kami karena ikan asin yang kami produksi susah untuk dijual.

14. Bagaimana penerapan harga yang diterapkan oleh pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban : Penerapan harga yang kami lakukan yaitu sesuai dengan bentuk atau variasi ikan yang dihasilkan.

15. Apakah bapak/ibu menjual ikan asin hanya dipasar atau melalui media sosial ?

Jawaban : kami memasarkan ikan asin hanya dipasar-pasar tidak melalui media sosial karena kami belum bisa menjual produk kami melalui media sosial diakibatkan kami belum paham dalam menggunakannya. Akan tetapi usaha ikan asin kami ini terus kami benahi agar terus berkembang karena para angkatan laut sudah turun langsung untuk membantu kami dalam mengembangkan usaha ikan asin ini.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi penulisan dalam melakukan wawancara lapangan yang berkaitan dengan Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

A. Identifikasi Informan

Nama : Asrul Sitanggang
Usia : 45 Tahun
Pekerjaan : Pengusaha Ikan Asin

B. Daftar Wawancara

1. Apakah kelebihan produk usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten

Tapanuli Tengah?

Jawaban: kelebihan usaha ikan asin yaitu dekat dipinggir pantai, ikan yang diolah adalah ikan segar dan merupakan mata pencaharian masyarakat.

2. Bagaimana tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Ta

Panuli Tengah?

Jawaban : Tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Tiap Tahun

Mengalami penurunan dikarenakan tingkat persaingan yang semakin ketat yang mana banyaknya pembeli ikan untuk di produksi menjadi ikan asin datang dari luar daerah mengakibatkan terjadi penurunan pendapatan bagi kami .

3. Apakah usaha ikan asin sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat

Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : Iyah, usaha ikan asin ini sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat Desa Pasar Sorkam, karena rata-rata masyarakat bermatapencaharian sebagai nelayan.

4. Apakah hasil ikan yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : hasil yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan di Desa Pasar Sorkam ini.

5. Apakah strategi yang bapak/ibu lakukan agar dapat bersaing dengan pengus

Aha ikan asin yang lain ?

Jawaban: kalau mengenai strategi yang kami lakukan yaitu meningkatkan

kualitas, seperti menjaga kualitas ikan, kebersihan dan kesegaran ikan sehingga produk yang diolah dapat bersaing dan ikan asin yang kami olah tanpa pengawet.

6. Apakah pendistribusian ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanu

li Tengah sudah berkembang ?

Jawaban : Pendistribusian ikan asin ini belum berkembang kembali lagi pada modal dan transportasi kita yang belum memadai.

7. Apa hambatan dalam melakukan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam

Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban: hambatan dalam melakukan penjualan yaitu alat/ fasilitas dalam memproduksi ikan asin disini belum terlalu memadai dan transfortasi yang masih susah untuk menjualkan ikan asin.

8. Apakah Fasilitas dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah Sudah Memadai?

Jawaban : fasilitas dalam memproduksi ikan asin disini sebagian sudah memadai dan kekurangannya teknologinya belum dikembangkan sehingga penjualanya nya susah untuk berkembang kerana yang lebih luas.

9. Apa yang menjadi faktor kekuatan yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Untuk faktor kekuatan ikan asin disini yaitu memiliki lokasi usaha yang strategis, produk yang bervariasi dan dekat untuk pembelian ikan dan keterampilan dalam mengolah ikan asin.

10. Apa yang menjadi Faktor kelemahan yang dimiliki pada usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Untuk faktor kelemahan usaha ikan asin kita disini yaitu kita jauh dari tempat pemasaran, dan faktor lainnya cuaca yang tidak mendukung dan kita masih kekurangan modal untuk mengembangkan usaha ikan asin ini.

11. Apa yang menjadi faktor peluang yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Faktor peluang kita disini yaitu banyaknya permintaan pelanggan terhadap produk yang kita hasilkan, lokasi usaha kita berada dipinggir pantai dekat dengan pembelian tempat ikan, produk yang dihasilkan sudah bervariasi, adanya pelanggan tetap dan perkembangan teknologi dan informasi.

12. Apa yang menjadi faktor ancaman pada usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban: Faktor ancaman kita disini yaitu apabila hujan maka susah untuk melakukan pengolahan ikan, dan apabila ombak besar maka ikan

asin yang diolah pun tidak ada karena semuanya kita hanya mengharapkan sinar matahari yang mana kita masih kekurangan modal untuk memproduksi ikan asin dan belum menggunakan teknologi.

13. Apakah kenaikan harga bahan baku menjadikan kendala bagi usaha ikan asin bapak/ibu ?

Jawaban : sangat kendala bagi kami karena ikan asin yang kami produksi susah untuk dijual.

14. Bagaimana penerapan harga yang diterapkan oleh pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban : Penerapan harga sesuai dengan variasi ikan asin, dimulai dari harga 15 ribu/ kg sampai dengan ratusan ribu/kg nya.

15. Apakah bapak/ibu menjual ikan asin hanya dipasar atau melalui media sosial ?

Jawaban : kami memasarkan ikan asin hanya dipasar-pasar tidak melalui media sosial karena kami belum bisa menjual produk kami melalui media sosial diakibatkan kami belum paham dalam menggunakannya. Akan tetapi usaha ikan asin kami ini terus kami benahi agar terus berkembang karena para angkatan laut sudah turun langsung untuk membantu kami dalam mengembangkan usaha ikan asin ini.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi penulisan dalam melakukan wawancara lapangan yang berkaitan dengan Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

A. Identifikasi Informan

Nama : Adi Syaputra

Usia : 34 Tahun

Pekerjaan : Pengelolah Ikan Asin

B. Daftar Wawancara

1. Jenis ikan apa saja yang bapak/ibu produksi di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban: Jenis ikan yang diproduksi yaitu ikan belanak, ikan badu talang, ikan beledang, ikan kopek, ikan teri dan masih banyak lagi.

2. Apakah pengolahan ikan asin di Desa Pasar Sorkam sudah menggunakan mesin atau masih menggunakan cara tradisional

Jawaban : Tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Tiap Tahun

Mengalami penurunan dan tingkat persaingan yang semakin banyak .

3. Apa saja kendala dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban : Kendalanya yaitu terkadang kita disini masih terkendala tranportasi yang belum memadai, seperti angkutan untuk menjemput ikan yang akan diproduksi.

4. Apakah Fasilitas dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam sudah memadai ?

Jawaban : Fasilitas dalam memproduksi ikan asin belum memadai kalo menurut saya masih terkendala modal untuk mengembangkannya.

5. Berapa harga ikan asin pekilonya ?

Jawaban: kalau harga ikan asin bermacam-macam tergantung pada jenis ikan asinnya.

6. Apakah setiap harinya bapak/ibu belanja ikan segar ke TPI (tempat pelelangan ikan)?

Jawaban : Tentu setiap harinya karena nelayan pulang melaut setiap hari, kecuali pada hari jumat karena orang melakukan sholat jumat.

7. Apa yang menjadi faktor kekuatan dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam

Jawaban : Untuk faktor kekuatan ikan asin disini yaitu memiliki lokasi usaha yang strategis karena berada dekat pantai, produk yang bervariasi dan dekat untuk pembelian ikan segar untuk dikelolah menjadi ikan asin.

8. Apa yang menjadi Faktor kelemahan dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Untuk faktor kelemahan dalam memproduksi ikan asin kita disini yaitu kita jauh dari tempat penjualan, dan kelemahan lainnya jelas kita tergantung pada cuaca karena kita masih terkendala modal dalam menjualkan ikan asin.

9. Apa yang menjadi faktor peluang dalam memproduksi ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Faktor peluang kita disini yaitu kami sangat mengantusias yang mana dinas kelautan dan perikanan turun tangan langsung dalam mengajari kami dalam mengelolah ikan asin yang tadinya kami tidak pernah membuat dalam kemasan sekarang kami sudah bisa membuat ikan asin kopek dalam bentuk kemasan.

10. Apa yang menjadi faktor ancaman dalam memproduksi ikan asin bapak/ibu?

Jawaban: Faktor ancaman kita disini yaitu apabila hujan maka susah untuk melakukan pengolahan ikan, dan apabila terkendala badai susah untuk melakuka penjemuran ikan sehingga terjadi pembusukan pada ikan yang akan dikelolah.

10. Apakah ada peluang kerja yang diberikan usaha ikan asin kepada masyarakat Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : sangat memberikan peluang kerja bagi kami, dan untuk para ibu-ibu rumah tangga banyak yang bekerja sebagai pengelolah ikan disini untuk menambah perekonomian keluarga.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi penulisan dalam melakukan wawancara lapangan yang berkaitan dengan Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

A. Identifikasi Informan

Nama : Haddad Alwi Silaban

Usia : 26 Tahun

Pekerjaan : Pengelolah Ikan Asin

B. Daftar Wawancara

1. Jenis ikan apa saja yang bapak/ibu produksi di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban: Jenis ikan yang diproduksi yaitu ikan belanak, ikan badu talang, ikan beledang, ikan kopek, ikan teri dan masih banyak lagi.

2. Apakah pengolahan ikan asin di Desa Pasar Sorkam sudah menggunakan mesin atau masih menggunakan cara tradisional

Jawaban : Tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Tiap Tahun

Mengalami penurunan dan tingkat persaingan yang semakin banyak .

3. Apa saja kendala dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban : Kendalanya yaitu terkadang kita disini masih terkendala tranportasi yang belum memadai, seperti angkutan untuk menjemput ikan yang akan diproduksi.

4. Apakah Fasilitas dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam sudah memadai ?

Jawaban : Fasilitas dalam memproduksi ikan asin belum memadai kalo menurut saya masih terkendala modal untuk mengembangkannya.

5. Berapa harga ikan asin pekilonya ?

Jawaban: kalau harga ikan asin bermacam-macam tergantung pada jenis ikan asinnya.

6. Apakah setiap harinya bapak/ibu belanja ikan segar ke TPI (tempat pelelangan ikan)?

Jawaban : Tentu setiap harinya karena nelayan pulang melaut setiap hari, kecuali pada hari jumat karena orang melakukan sholat jumat.

7. Apa yang menjadi faktor kekuatan dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam

Jawaban : Untuk faktor kekuatan ikan asin disini yaitu memiliki lokasi usaha yang strategis karena berada dekat pantai, produk yang bervariasi dan dekat untuk pembelian ikan segar untuk dikelolah menjadi ikan asin.

8. Apa yang menjadi Faktor kelemahan dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Untuk faktor kelemahan dalam memproduksi ikan asin kita disini yaitu kita jauh dari tempat penjualan, dan kelemahan lainnya jelas kita tergantung pada cuaca karena kita masih terkendala modal dalam menjualkan ikan asin.

9. Apa yang menjadi faktor peluang dalam memproduksi ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Faktor peluang kita disini yaitu kami sangat mengantusias yang mana dinas kelautan dan perikanan turun tangan langsung dalam mengajari kami dalam mengelolah ikan asin yang tadinya kami tidak pernah membuat dalam kemasan sekarang kami sudah bisa membuat ikan asin kopek dalam bentuk kemasan.

10. Apa yang menjadi faktor ancaman dalam memproduksi ikan asin bapak/ibu?

Jawaban: Faktor ancaman kita disini yaitu apabila hujan maka susah untuk melakukan pengolahan ikan, dan apabila ombak besar maka ikan asin yang diolah pun tidak ada karena semuanya kita hanya mengharapkan sinar matahari yang mana kita masih kekurangan modal untuk memprduksi ikan asin dan belum menggunakan teknologi.

11. Apakah ada peluang kerja yang diberikan usaha ikan asin kepada masyarakat Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Tentu, karena kami disini sebagai pengelola ikan asin sangat membantu bagi kami bekerja sebagai pengelola ikan karena biaya hidup sehari-hari kami dapatkan dari mengelolah ikan asin ini.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi penulisan dalam melakukan wawancara lapangan yang berkaitan dengan Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

A. Identifikasi Informan

Nama : Ependi Gorat

Usia : 27 Tahun

Pekerjaan : Pengusaha Ikan Asin

B. Daftar Wawancara

1. Apakah kelebihan produk usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten

Tapanuli Tengah?

Jawaban: Kelebihan Produk usaha ikan asin ini yaitu terlihat dari kualitas produk yang telah kami olah, sangat unggul karena langsung dari ikan segar yang diperoleh dari nelayan yang melaut setiap harinya.

2. Bagaimana tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Ta

Panuli Tengah?

Jawaban : Tingkat penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Tiap Tahun

Mengalami penurunan dikarenakan tingkat persaingan yang semakin ketat yang mana banyaknya pembeli ikan untuk di produksi menjadi ikan asin datang dari luar daerah mengakibatkan terjadi penurunan pendapatan bagi kami .

3. Apakah usaha ikan asin sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat

Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : Iyah, usaha ikan asin ini sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat Desa Pasar Sorkam, karena rata-rata masyarakat bermatapencaharian sebagai nelayan.

4. Apakah hasil ikan yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : hasil yang didapat tergantung pada hasil tangkapan nelayan di Desa Pasar Sorkam ini.

5. Apakah strategi yang bapak/ibu lakukan agar dapat bersaing dengan pengus

Aha ikan asin yang lain ?

Jawaban: kalau mengenai strategi yang kami lakukan yaitu meningkatkan

kualitas, seperti menjaga kualitas ikan, kebersihan dan kesegaran ikan sehingga produk yang diolah dapat bersaing dan ikan asin yang kami olah tanpa pengawet.

6. Apakah pendistribusian ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanu

li Tengah sudah berkembang ?

Jawaban : Pendistribusian ikan asin ini belum berkembang kembali lagi pada modal dan transportasi kita yang belum memadai.

7. Apa hambatan dalam melakukan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam

Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban: hambatan dalam melakukan penjualan yaitu alat/ fasilitas dalam memproduksi ikan asin disini belum terlalu memadai dan transportasi yang masih susah untuk menjualkan ikan asin.

8. Apakah Fasilitas dalam memproduksi ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah Sudah Memadai?

Jawaban : fasilitas dalam memproduksi ikan asin disini sebagian sudah memadai dan kekurangannya teknologinya belum dikembangkan sehingga penjualannya susah untuk berkembang kerana yang lebih luas.

9. Apa yang menjadi faktor kekuatan yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Untuk faktor kekuatan ikan asin disini yaitu memiliki lokasi usaha yang strategis, produk yang bervariasi dan dekat untuk pembelian ikan dan keterampilan dalam mengolah ikan asin.

10. Apa yang menjadi Faktor kelemahan yang dimiliki pada usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Untuk faktor kelemahan usaha ikan asin kita disini yaitu kita jauh dari tempat penjualan, dan faktor lainnya cuaca yang tidak mendukung dan kita masih kekurangan modal untuk mengembangkan usaha ikan asin ini. Dan bentuk olahan ikan asin yang dihasilkan belum dibuat dalam bentuk kemasan.

11. Apa yang menjadi faktor peluang yang dimiliki usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban : Faktor peluang kita disini yaitu banyaknya permintaan pelanggan terhadap produk yang kita hasilkan, lokasi usaha kita berada dipinggir pantai dekat dengan pembelian tempat ikan, produk yang dihasilkan sudah bervariasi, adanya pelanggan tetap dan perkembangan teknologi dan informasi.

12. Apa yang menjadi faktor ancaman pada usaha ikan asin bapak/ibu?

Jawaban: Faktor ancaman kita disini yaitu apabila hujan maka susah untuk melakukan pengolahan ikan, dan apabila ombak besar maka ikan asin yang diolah pun tidak ada karena semuanya kita hanya mengharapkan sinar matahari yang mana kita masih kekurangan modal untuk memproduksi ikan asin dan belum menggunakan teknologi.

13. Apakah kenaikan harga bahan baku menjadikan kendala bagi usaha ikan asin bapak/ibu ?

Jawaban : sangat kendala bagi kami karena ikan asin yang kami produksi susah untuk dijual.

14. Bagaimana penerapan harga yang diterapkan oleh pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Jawaban : Penerapan harga yang kami lakukan yaitu sesuai dengan bentuk atau variasi ikan yang dihasilkan.

15. Apakah bapak/ibu menjual ikan asin hanya dipasar atau melalui media sosial ?

Jawaban : kami memasarkan ikan asin hanya dipasar-pasar tidak melalui media sosial karena kami belum bisa menjual produk kami melalui media sosial diakibatkan kami belum paham dalam menggunakannya. Akan tetapi usaha ikan asin kami ini terus kami benahi agar terus berkembang karena para angkatan laut sudah turun langsung untuk membantu kami dalam mengembangkan usaha ikan asin ini.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi penulisan dalam melakukan wawancara lapangan yang berkaitan dengan Analisis SWOT terhadap peningkatan penjualan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah.

A. Identifikasi Informan

Nama : Nur Asiyah

Usia : 52 Tahun

Pekerjaan : Pelanggan Ikan Asin

B. Daftar Wawancara

1. Apakah ikan asin yang diproduksi di Desa Pasar Sorkam memiliki kualitas bagus?

Jawaban: Ikan asin di Desa Pasar Sorkam menurut saya memiliki kualitas yang bagus.

2. Bagaimana menurut bapak/ibu mengenai harga ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Harga ikan asin di Desa Pasar Sorkam lumayan murah dan tergantung pada variasi ikan yang dijual

3. Apakah ikan asin yang dijual di Desa Pasar Sorkam sudah bervariasi ?

Jawaban : Menurut saya usaha ikan asin yang dijual di Desa Pasar Sorkam sudah bervariasi

4. bagaimana tingkat kepuasan bapak/ibu terhadap pembelian ikan asin di Desa Pasar Sorkam?

Jawaban : Tingkat kepuasan kami sebagai pelanggan sangat puas dalam membeli ikan asin di Desa Pasar Sorkam karena produk yang dihasilkan murah dan bersih.

5. Apa yang menjadi faktor kelemahan terhadap produk ikan asin yang dijual di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban: kelemahannya terkadang ikan asin yang kami beli tidak tersedia dan apabila cuaca buruk ikan asin yang kami beli pun terkadang masi basah.

7. Apa yang menjadi faktor kekuatan terhadap produk ikan asin yang dijual di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah?

Jawaban : faktor kekuatan usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam yaitu terlihat pada produk yang dihasilkan dan sudah termasuk unggul.

8. Apa yang menjadi faktor peluang yang dimiliki usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam ?

Jawaban : Faktor kekuatan kikan yaitu mengandalkan kualitas ikan yang segar dan lokasi dalam melakukan penjemuran ikan asin sangat strategis karena dekat dengan tepi laut sehingga kami tertarik untuk membeli ikan.

10. Apa yang menjadi faktor ancaman terhadap usaha ikan asin ?

Jawaban : Faktor ancaman usaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam yaitu terkadang jika cuaca buruk sangat terkendala bagi kami sebagai pelanggan karena bahan baku tidak tersedia jika kami melakukan pembelian ikan.

LAMPIRAN



1. Foto wawancara dengan Bapak Maradona Sihombing sebagai pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



2. Foto wawancara dengan Bapak Pendi Pasaribu Gorat sebagai pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



3. Foto Wawancara dengan Bapak Ajwar Mandailing sebagai pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



4. Foto wawancara dengan Bapak Arwan Fuji sebagai Pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



5. Foto wawancara dengan Bapak Asrul Sitanggung sebagai pengusaha ikan asin

di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



6. Foto wawancara dengan Bapak Julman Pasaribu sebagai Pengusaha Ikan asin

di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



7. Foto wawancara dengan Bapak Sukral Sinaga sebagai Pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



8. Foto wawancara Dengan Ibu Yulida Dewi sebagai pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



9. Foto wawancara dengan Bapak Akhiruddin sebagai Pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



10. Foto wawancara dengan Bapak Rahman sebaga pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



11. Foto wawancara dengan Bapak Ardiansyah sebagai Pengusaha ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



12. Foto wawancara dengan Bapak Adi Syaputra sebagai Pengelola ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



13. Foto wawancara dengan Bapak Haddad Alwi sebagai pengelola ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



14. Foto wawancara dengan Ibu Rosalina sebagai Pelanggan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



15. Foto wawancara dengan Ibu Nur Rasyah sebagai pelanggan ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



16. Foto Observasi produk ikan asin di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI TENGAH
KECAMATAN SORKAM BARAT
DESA PASAR SORKAM
KODE DESA 12.01.10.2004

Jalan Mulia Tanjung Desa Pasar Sorkam Kode Pos 22563

Desa Pasar Sorkam, 15 Desember 2022

Nomor : 320 / 2004 / XI / 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Selesai Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
di-

Padangsidempuan

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat Bapak Nomor : 1693/In.14/G.4c./TL.00/01/2022 Tentang permohonan izin melakukan penelitian di Desa Pasar Sorkam Kecamatan Sorkam Barat Kabupaten Tapanuli Tengah, Berkaitan dengan hal tersebut, kami sampaikan bahwa Mahasiswa:

Nama : Ayu Rahmawati Sihombing
NIM : 1840200277
Semester : IX (Sembilan)
Judul Penelitian : *"Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Asin Di Desa Pasar Sorkam Kabupaten Tapanuli Tengah"*

Benar telah melakukan penelitian di Desa Pasar Sorkam Kecamatan Sorkam Barat Kabupaten Tapanuli Tengah

Demikian surat ini kami sampaikan, untuk diketahui dan digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

KEPALA DESA PASAR SORKAM
KECAMATAN SORKAM BARAT



HASDAR EPENDI