

Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona Di Kabupaten Sidoarjo Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dwi Hanum Fadilah¹, Ahmad Ajib

Ridlwani²

Universitas Negeri Surabaya

dwi.22029@mhs.unesa.ac.id, ahmadajibridlwani@unesa.ac.id

ABSTRACT.

This study aims to analyze the feasibility of developing the Cap Nona mackerel cracker business in Sidoarjo Regency by examining legal, market and marketing, operational, management and organizational, financial, as well as economic and social aspects from the perspective of Islamic business ethics. The method used is a qualitative case study, involving primary data obtained through semi-structured interviews with related parties, such as business owners, employees and consumers, as well as secondary data covering operational and business financial reports. The results of the study indicate that the Cap Nona mackerel cracker business is viable for development because it already possesses business legality, strong market demand, and operational and financial management capable of supporting the business's sustainability. From the perspective of Islamic business ethics, this business has applied the principles of tawhid, justice, freedom, responsibility, and virtue in conducting its business activities. A viable development strategy is the S-O strategy, which involves improving product quality and expanding marketing efforts to support sustainable business growth. By leveraging the business's strengths and existing market opportunities, the Cap Nona mackerel fish cracker business has the potential to enhance its competitiveness and provide economic benefits to the surrounding community.

Keywords: *business feasibility study; mackerel cracker business; Islamic business ethics; development strategies.*

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan pengembangan usaha kerupuk ikan tenggiri Cap Nona di Kabupaten Sidoarjo melalui aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, serta aspek ekonomi dan sosial ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Metode yang digunakan adalah kualitatif studi kasus, melibatkan data primer yang diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pihak terkait, seperti pemilik usaha, karyawan dan konsumen, serta data sekunder yang mencakup dokumen operasional dan laporan keuangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerupuk ikan tenggiri Cap Nona layak untuk dikembangkan karena telah memiliki legalitas usaha, permintaan pasar yang baik, serta pengelolaan operasional dan keuangan yang mampu mendukung keberlangsungan usaha. Ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam, usaha ini telah menerapkan prinsip tawhid, keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan kebajikan dalam menjalankan kegiatan usaha. Strategi pengembangan yang dapat diterapkan yaitu strategi S-O melalui peningkatan kualitas produk dan perluasan pemasaran guna mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan. Dengan memanfaatkan kekuatan usaha dan peluang pasar yang ada, usaha

kerupuk ikan tenggiri Cap Nona berpotensi meningkatkan daya saing serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Kata kunci: studi kelayakan bisnis; usaha kerupuk ikan tenggiri; etika bisnis Islam; strategi pengembangan.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur tingkat kesejahteraan suatu negara. Meskipun demikian, Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan ekonomi, salah satunya ditunjukkan oleh tingkat pengangguran terbuka yang pada Februari 2025 mencapai 4,76% atau sekitar 7,28 juta orang, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya (BPS, 2025). Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai kegiatan usaha sebagai alternatif penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Seiring bertambahnya jumlah pelaku usaha, tingkat persaingan bisnis juga semakin tinggi sehingga setiap usaha dituntut memiliki kemampuan untuk berkembang dan mempertahankan keberlangsungan usahanya (Arifudin et al., 2020). Hal ini sejalan dari data Kementerian Investasi/BKPM (2024) dengan meningkatnya jumlah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) Berbasis Risiko hingga mencapai 10 juta NIB.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena mampu berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025). Selain menjadi penggerak ekonomi, UMKM juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan inovasi, mendorong aktivitas ekspor, serta memperbaiki kesejahteraan masyarakat (Wicaksana et al., 2023). Keberlanjutan dan pengembangan UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan adalah agroindustri berbasis hasil perikanan. Indonesia sebagai negara maritim memiliki sumber daya perikanan yang melimpah sehingga membuka peluang pengembangan berbagai produk olahan bernilai tambah (Sari et al., 2023). Berbagai produk olahan ikan, seperti abon, bakso, nugget, pempek, hingga kerupuk ikan, terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pasar. Di antara produk tersebut, kerupuk ikan merupakan salah satu produk yang memiliki permintaan cukup tinggi karena mudah diterima masyarakat serta memiliki prospek pemasaran yang luas (Rizki & Edwina, 2025). Pengembangan produk olahan perikanan juga mampu meningkatkan nilai tambah komoditas sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi daerah (Andriyanto, 2025).

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah dengan perkembangan UMKM yang cukup pesat. Industri pengolahan menjadi sektor dominan yang memberikan kontribusi sebesar 48,61% terhadap perekonomian daerah dengan

pertumbuhan UMKM mencapai 6,16% (BPS, 2023). Salah satu UMKM yang bergerak pada sektor tersebut adalah usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona yang berlokasi di Kecamatan Tulangan. Usaha ini memiliki peluang untuk berkembang karena memanfaatkan potensi sumber daya perikanan serta tingginya minat masyarakat terhadap produk olahan ikan. Namun demikian, berdasarkan hasil observasi peneliti, usaha tersebut masih menghadapi beberapa kendala, antara lain standarisasi produk yang belum optimal, penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana, lemahnya pengelolaan keuangan, pemasaran yang masih terbatas pada wilayah Kabupaten Sidoarjo, serta fluktuasi penjualan yang memengaruhi kontinuitas produksi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha memerlukan evaluasi yang komprehensif agar strategi yang diterapkan sesuai dengan kondisi internal maupun peluang eksternal yang dimiliki.

Upaya pengembangan usaha tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan intuisi pelaku usaha, melainkan memerlukan analisis yang sistematis melalui studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan merupakan instrumen yang digunakan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan maupun dikembangkan berdasarkan berbagai aspek, seperti hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, serta ekonomi dan sosial (Syarifah & Solekah, 2024). Analisis tersebut menjadi penting karena tingginya tingkat kegagalan usaha pada dua hingga empat tahun pertama operasional sering kali disebabkan oleh tidak dilakukannya analisis kelayakan secara memadai (Berry & Shabana, 2020). Usaha yang telah berjalan selama beberapa tahun tetap memerlukan evaluasi sebelum melakukan pengembangan agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Dalam islam, keberhasilan suatu usaha tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnis. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal dan thayyib, studi kelayakan bisnis perlu dikaji tidak hanya dari perspektif konvensional, tetapi juga berdasarkan etika bisnis Islam (Rohmana, 2022). Etika bisnis Islam menekankan penerapan prinsip tauhid, keadilan, kebebasan, tanggung jawab, dan kebajikan sehingga aktivitas usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberkahan serta kemaslahatan masyarakat (Trisnawati et al., 2021). Urgensi penerapan etika tersebut semakin besar mengingat masih ditemukannya berbagai pelanggaran etika bisnis di Indonesia, termasuk penggunaan bahan berbahaya pada produk pangan, praktik kecurangan perdagangan, serta tindakan penipuan yang merugikan masyarakat (DetikJatim, 2025; Sudarsono, 2022)

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa analisis kelayakan usaha telah dilakukan pada berbagai jenis UMKM. Oktavia, (2023) menyatakan bahwa UMKM di Surabaya layak ditinjau dari aspek pemasaran dan produksi berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Abubakar et al., (2024) menemukan bahwa usaha olahan buah mangrove layak pada aspek pasar dan teknis,

sedangkan Handayati, (2023) menyimpulkan bahwa industri sandal rumahan di Desa Wedoro belum layak pada aspek pemasaran akibat tingginya tingkat persaingan. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek-aspek tertentu sehingga belum mengintegrasikan seluruh aspek kelayakan bisnis dengan perspektif etika bisnis Islam secara komprehensif, khususnya pada usaha pengolahan kerupuk ikan tenggiri. Selain itu, kajian yang menghubungkan implementasi etika bisnis Islam dengan praktik pengelolaan usaha, seperti legalitas, transparansi keuangan, pemasaran yang jujur, dan proses produksi yang sesuai prinsip syariah masih relatif terbatas. Kesenjangan penelitian tersebut menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan penelitian ini adalah bagaimana kelayakan pengembangan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona di Kabupaten Sidoarjo ditinjau dari aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, serta ekonomi dan sosial, serta bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam mendukung pengembangan usaha tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan pengembangan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona di Kabupaten Sidoarjo berdasarkan aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, serta ekonomi dan sosial dengan perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi pengembangan yang tepat serta memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian studi kelayakan bisnis berbasis etika bisnis Islam pada sektor UMKM pengolahan hasil perikanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi nyata di lapangan, sedangkan studi kasus bertujuan mengkaji secara komprehensif kelayakan pengembangan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona di Kabupaten Sidoarjo berdasarkan aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, serta ekonomi dan sosial dalam perspektif etika bisnis Islam (Creswell, 2023). Penelitian dilaksanakan pada usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona yang berlokasi di Desa Grogol, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo pada periode Januari–April 2026. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, karyawan, serta konsumen yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* karena dinilai memiliki informasi yang sesuai dengan fokus penelitian.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen usaha, laporan keuangan, perizinan usaha, buku, jurnal ilmiah, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian. Teknik analisis data mengacu pada model Miles & Huberman, (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif berdasarkan enam aspek studi kelayakan bisnis, kemudian dirumuskan strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT melalui identifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode (Sugiyono, 2023). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, sedangkan triangulasi metode dilakukan melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan validitas data penelitian. Melalui metode tersebut, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kelayakan pengembangan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona berdasarkan aspek studi kelayakan bisnis dan perspektif etika bisnis Islam, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona

Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona merupakan usaha mikro yang bergerak pada bidang pengolahan hasil perikanan dengan produk utama berupa kerupuk ikan tenggiri. Usaha ini berlokasi di Desa Grogol, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo dan didirikan pada tahun 2020 sebagai salah satu upaya meningkatkan pendapatan keluarga pada masa pandemi Covid-19. Berawal dari modal pribadi sebesar Rp600.000, usaha ini berkembang secara bertahap melalui peningkatan

kualitas produk dan perluasan jaringan pemasaran hingga mampu menjangkau konsumen rumah tangga, warung kopi, serta agen makanan ringan di wilayah Kabupaten Sidoarjo.

Seluruh proses produksi masih dilakukan secara mandiri dengan skala rumah tangga menggunakan bahan baku utama berupa ikan tenggiri, tepung tapioka, telur, gula, dan bumbu pelengkap. Meskipun dikelola sebagai usaha mikro, Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona terus berupaya menjaga kualitas produk melalui pemilihan bahan baku yang baik, proses produksi yang higienis, serta pengemasan yang mampu mempertahankan mutu produk. Komitmen tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Gambar 1. Produk Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona



Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026).

Produk yang dihasilkan memiliki karakteristik berupa cita rasa ikan tenggiri yang dominan, tekstur renyah, serta dikemas menggunakan kemasan plastik berlabel yang memuat informasi produk. Selain sebagai identitas usaha, kemasan tersebut berfungsi untuk melindungi produk selama proses distribusi dan memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang dibeli. Keberadaan produk yang telah memiliki identitas usaha menjadi salah satu bentuk kesiapan usaha dalam meningkatkan daya saing pada sektor usaha mikro.

Pembahasan

Studi kelayakan bisnis merupakan proses analisis yang bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha memiliki prospek yang layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Penilaian tersebut dilakukan melalui beberapa aspek, yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, ekonomi dan sosial, serta implementasi etika bisnis Islam. Analisis terhadap setiap aspek memberikan gambaran mengenai kondisi aktual usaha sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan strategi pengembangan usaha pada masa mendatang.

Dalam perspektif Islam, setiap kegiatan usaha hendaknya dilaksanakan dengan perencanaan yang matang serta mempertimbangkan manfaat yang akan diperoleh pada masa mendatang. Prinsip tersebut tercermin dalam firman Allah Swt. pada Q.S. Al-Hasyr ayat 18 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلِنَنظُرْ نَفْسًا مَّا قُتِلَ لَكُمْ ۖ وَالَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok. Bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan."* (Q.S. Al-Hasyr [59]:18).

Menurut Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah, ayat tersebut mengandung makna bahwa setiap individu diperintahkan untuk melakukan evaluasi terhadap setiap aktivitas yang telah dilakukan sekaligus merencanakan

langkah terbaik untuk masa depan. Konsep tersebut selaras dengan studi kelayakan bisnis yang menekankan pentingnya analisis terhadap berbagai aspek usaha sebelum mengambil keputusan pengembangan usaha. Dengan demikian, kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan usaha serta manfaat yang dapat diberikan kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menganalisis tingkat kelayakan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona melalui aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, ekonomi dan sosial, serta perspektif etika bisnis Islam. Pembahasan pada setiap aspek disusun berdasarkan temuan penelitian yang diperkuat oleh hasil wawancara dengan informan, teori yang relevan, dan penelitian terdahulu sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kelayakan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona.

Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan salah satu aspek yang menentukan kelayakan suatu usaha karena berkaitan dengan legalitas, kepastian hukum, dan perlindungan terhadap kegiatan usaha. Menurut Kasmir (2016), suatu usaha dinyatakan layak dari aspek hukum apabila telah memenuhi persyaratan perizinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga kegiatan operasional dapat dijalankan secara sah. Legalitas juga menjadi salah satu faktor yang mendukung peningkatan kredibilitas usaha serta membuka peluang untuk mengembangkan usaha melalui berbagai program pembinaan maupun kerja sama dengan pihak lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha. Selain itu, selama proses penelitian berlangsung dilakukan pendampingan pengurusan sertifikasi halal sehingga usaha berhasil memperoleh Sertifikat Halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Kepemilikan kedua dokumen tersebut menunjukkan adanya komitmen pelaku usaha dalam memenuhi aspek legalitas sebagai dasar pengembangan usaha.

Pemilik usaha menjelaskan bahwa proses pengurusan NIB dilakukan secara mandiri melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), sedangkan sertifikasi halal pada awal penelitian masih dalam tahap pengajuan.

"Usaha ini telah memiliki izin usaha NIB yang diurus secara mandiri melalui web OSS tanpa biaya. Saat ini produk kerupuk ikan tenggiri belum terdaftar dalam sistem SiHalal, namun sudah ada rencana untuk melakukan pendaftaran produk sertifikasi halal." (PU).

Informasi tersebut diperkuat oleh salah satu karyawan yang menyampaikan bahwa usaha telah memiliki NIB, namun sertifikat halal pada saat wawancara belum diterbitkan.

"Saya mengetahui bahwa usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona sudah memiliki izin usaha NIB, namun produk tersebut belum terdaftar sebagai halal hingga saat ini." (KY3).

Selama penelitian berlangsung, peneliti turut melakukan pendampingan proses sertifikasi halal hingga usaha berhasil memperoleh sertifikat halal. Temuan ini menunjukkan bahwa penelitian tidak hanya menghasilkan analisis mengenai kondisi usaha, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan legalitas usaha.

Gambar 2. Pendampingan Pengurusan Sertifikasi Halal dan NIB Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona



Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026).

Legalitas usaha yang dimiliki memberikan manfaat yang cukup luas bagi pelaku usaha. Kepemilikan NIB memberikan identitas resmi sebagai pelaku usaha sehingga memudahkan akses terhadap pembinaan UMKM, bantuan permodalan, maupun kerja sama dengan berbagai pihak. Sementara itu, sertifikat halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi. Bagi usaha pangan, keberadaan sertifikat halal juga menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Oktavia (2023) yang menyatakan bahwa legalitas usaha merupakan fondasi penting dalam mendukung keberlangsungan usaha mikro karena mampu meningkatkan kredibilitas usaha serta memperluas akses terhadap berbagai program pemberdayaan UMKM. Selain itu, penelitian Fajri et al. (2025) menjelaskan bahwa kepemilikan sertifikat halal pada industri pangan tidak hanya menjadi bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, aspek hukum pada usaha Kerupuk

Ikan Tenggiri Cap Nona dinyatakan layak. Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Halal menunjukkan bahwa usaha telah memenuhi persyaratan legalitas sehingga memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang secara berkelanjutan.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk menilai kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta mempertahankan keberlangsungan produk di pasar. Menurut Kasmir (2016), analisis aspek pasar dilakukan untuk mengetahui besarnya peluang pasar, sedangkan aspek pemasaran berkaitan dengan strategi yang digunakan pelaku usaha dalam memperkenalkan, mendistribusikan, dan mempertahankan produknya agar tetap diminati konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona memiliki pangsa pasar yang cukup baik. Produk telah dipasarkan kepada konsumen rumah tangga, warung kopi, serta agen makanan ringan di wilayah Kabupaten Sidoarjo. Selain itu, permintaan produk cenderung meningkat pada momen tertentu, seperti menjelang hari raya dan acara keluarga. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha telah memiliki pasar yang relatif stabil dan berpotensi untuk terus berkembang.

Pemilik usaha menjelaskan bahwa pemasaran produk masih dilakukan secara langsung dengan memanfaatkan jaringan pelanggan tetap, penitipan produk di warung kopi, serta komunikasi melalui aplikasi WhatsApp.

"Produk dipasarkan secara langsung kepada konsumen, dititipkan di beberapa warung kopi, dan pemesanan juga dilakukan melalui WhatsApp. Promosi yang paling sering terjadi berasal dari pelanggan yang merekomendasikan produk kepada orang lain." (PU).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan masih mengandalkan *word of mouth*. Strategi tersebut terbukti mampu membangun kepercayaan konsumen karena informasi mengenai produk diperoleh melalui pengalaman pelanggan yang telah melakukan pembelian sebelumnya. Pada usaha mikro, promosi dari mulut ke mulut sering kali lebih efektif dibandingkan promosi berbayar karena mampu membentuk kepercayaan secara alami.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan salah satu konsumen.

"Saya mengetahui produk ini dari teman. Setelah mencoba ternyata rasanya enak dan kualitasnya juga bagus sehingga saya kembali membeli ketika membutuhkan." (K1).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor utama yang mendorong terjadinya pembelian ulang (*repeat purchase*) sekaligus menciptakan promosi secara tidak langsung melalui rekomendasi pelanggan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen memiliki

peranan penting dalam memperluas jangkauan pasar tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Bagi usaha mikro, strategi tersebut dinilai efektif karena hubungan yang terjalin antara pelaku usaha dan konsumen cenderung bersifat personal sehingga mampu membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Selain mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, pelaku usaha juga menerapkan strategi distribusi secara langsung melalui penitipan produk pada beberapa warung kopi dan agen makanan ringan di Kabupaten Sidoarjo. Strategi ini mempermudah konsumen dalam memperoleh produk tanpa harus datang langsung ke lokasi produksi. Keberadaan produk di beberapa titik penjualan juga memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan peluang terjadinya pembelian secara berulang oleh konsumen.

Hasil observasi selama penelitian menunjukkan bahwa produk Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona telah dipasarkan pada beberapa warung kopi sebagai salah satu saluran distribusi utama. Penempatan produk pada lokasi yang mudah dijangkau konsumen menjadi salah satu bentuk strategi pemasaran yang mendukung peningkatan penjualan sekaligus memperkenalkan produk kepada konsumen baru. Dokumentasi kegiatan pemasaran tersebut ditunjukkan pada Gambar 3.

Gambar 3. Produk Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona yang Dipasarkan

Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026).



Strategi pemasaran yang diterapkan juga telah mencerminkan unsur bauran pemasaran (*marketing mix*). Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dengan cita rasa khas ikan tenggiri, harga disesuaikan dengan daya beli masyarakat, distribusi dilakukan melalui penjualan langsung dan penitipan produk pada warung kopi maupun agen makanan ringan, sedangkan promosi masih mengandalkan komunikasi personal dan rekomendasi pelanggan. Meskipun strategi tersebut masih sederhana, pendekatan ini dinilai sesuai dengan karakteristik usaha mikro yang memiliki keterbatasan sumber daya dalam melakukan promosi secara luas.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Kasmir (2016) yang

menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami peluang pasar serta menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, Berry dan Shabana (2020) menjelaskan bahwa hubungan yang baik dengan konsumen merupakan salah satu bentuk keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat posisi usaha di pasar.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, aspek pasar dan pemasaran pada usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona dinyatakan layak. Hal ini didukung oleh adanya pangsa pasar yang telah terbentuk, kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, serta strategi pemasaran yang efektif melalui hubungan baik dengan pelanggan dan promosi dari mulut ke mulut.

Aspek Operasional

Aspek operasional merupakan aspek yang menilai kesiapan suatu usaha dalam menghasilkan produk secara efektif dan efisien melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Menurut Kasmir (2016), analisis aspek operasional mencakup lokasi usaha, proses produksi, penggunaan peralatan, teknologi, serta ketersediaan bahan baku yang mendukung kelancaran kegiatan usaha. Pengelolaan operasional yang baik akan berpengaruh terhadap kualitas produk, efisiensi biaya produksi, dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan operasional Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona telah berjalan dengan baik. Lokasi produksi berada di Desa Grogol, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo dan masih dikelola dalam skala rumah tangga. Meskipun demikian, proses produksi telah dilakukan secara sistematis mulai dari persiapan bahan baku, pencampuran adonan, pencetakan, pengukusan, penjemuran, penggorengan, hingga proses pengemasan. Seluruh tahapan tersebut dilakukan secara berurutan untuk menjaga mutu dan kualitas produk yang dihasilkan.

Ketersediaan bahan baku menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung kelancaran proses produksi. Pemilik usaha menjelaskan bahwa bahan baku utama berupa ikan tenggiri diperoleh dari pemasok yang sama sehingga kualitas bahan tetap terjaga.

"...kami menggunakan ikan tenggiri yang kualitasnya bagus dan membeli dari pemasok yang sudah menjadi langganan. Hal tersebut dilakukan agar rasa dan kualitas kerupuk tetap konsisten." (PU)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki perhatian terhadap konsistensi kualitas bahan baku sebagai upaya mempertahankan mutu produk. Penggunaan bahan baku yang berkualitas tidak hanya memengaruhi cita rasa, tetapi juga berkontribusi terhadap kepuasan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan.

Selain bahan baku, kegiatan operasional juga didukung oleh penggunaan berbagai peralatan produksi yang masih berfungsi dengan baik. Berdasarkan

hasil observasi, proses produksi memanfaatkan peralatan seperti baskom, timbangan, kompor, panci kukus, mesin sealer, serta peralatan pendukung lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan produksi. Daftar peralatan dan bahan yang digunakan dalam proses produksi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Peralatan dan Bahan

Peralatan	Bahan
Mesin sealer plastik	Ikan tenggiri giling
Baskom	Tepung tapioka
Mixer	Gula
Nampan	Telur
Penggorengan	Bumbu
Wajan	Minyak goreng

Sumber: Data diolah (2026).

Penggunaan peralatan tersebut menunjukkan bahwa usaha telah memiliki sarana produksi yang memadai untuk menunjang kegiatan operasional. Meskipun sebagian besar proses masih dilakukan secara manual, kondisi peralatan yang layak pakai mampu mendukung kelancaran proses produksi serta menghasilkan produk dengan kualitas yang relatif konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan teknologi tidak menjadi hambatan selama pelaku usaha mampu mengelola proses produksi secara efektif.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan dengan memperhatikan kebersihan bahan baku, peralatan, serta lingkungan kerja. Setiap tahapan produksi dilaksanakan secara berurutan mulai dari pencampuran adonan hingga pengemasan menggunakan mesin sealer sehingga produk lebih terlindungi selama proses penyimpanan maupun distribusi. Dokumentasi proses produksi disajikan pada Gambar 4.

Gambar 4. Proses Produksi Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona



Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026).

Penggunaan mesin sealer pada tahap akhir produksi memberikan nilai tambah terhadap kualitas produk karena kemasan menjadi lebih rapat sehingga mampu menjaga kerenyahan kerupuk dan mengurangi risiko kerusakan selama distribusi. Selain berfungsi melindungi produk, kemasan yang baik juga meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen dan memberikan kesan bahwa produk telah diproses secara lebih profesional.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Kasmir (2016) yang menyatakan bahwa kelancaran operasional usaha dipengaruhi oleh kesiapan lokasi usaha, ketersediaan bahan baku, penggunaan peralatan, serta pengelolaan proses produksi yang efektif. Selain itu, Kolbiana & Violita (2024) juga menjelaskan bahwa konsistensi kualitas produk pada usaha pangan sangat dipengaruhi oleh pengendalian proses produksi dan pemilihan bahan baku yang sesuai dengan standar mutu.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, aspek operasional pada usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona dinyatakan layak. Hal ini didukung oleh ketersediaan bahan baku yang relatif mudah diperoleh, penggunaan peralatan produksi yang memadai, proses produksi yang berjalan secara sistematis, serta penerapan pengemasan yang mampu menjaga kualitas produk hingga diterima oleh konsumen.

Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang berperan dalam menilai bagaimana suatu usaha dikelola melalui pembagian tugas, koordinasi kerja, serta pengambilan keputusan. Menurut Umar (2009), manajemen dan organisasi yang baik akan mendukung efektivitas operasional usaha karena setiap individu memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan fungsi masing-masing. Dengan adanya sistem organisasi yang terstruktur, kegiatan usaha dapat berjalan lebih efisien serta meminimalkan terjadinya kesalahan dalam proses produksi maupun pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona telah menerapkan pembagian tugas yang jelas meskipun masih tergolong sebagai usaha mikro berbasis rumah tangga. Pemilik usaha bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan, penyediaan bahan baku, serta pengawasan proses produksi. Sementara itu, karyawan memiliki tanggung jawab sesuai bidang masing-masing, yaitu pada bagian produksi, pengemasan, dan distribusi produk. Pembagian tugas tersebut memudahkan koordinasi sehingga setiap tahapan kegiatan usaha dapat berjalan secara efektif.

Pemilik usaha menjelaskan bahwa setiap karyawan telah memahami tugasnya masing-masing sehingga proses produksi dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan usaha.

"Setiap karyawan sudah mempunyai tugas masing-masing. Ada yang bagian produksi, ada yang mengemas produk, dan ada yang bertugas

mendistribusikan pesanan. Saya sendiri tetap mengawasi seluruh proses agar kualitas produk tetap terjaga." (PU)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh salah satu karyawan yang menjelaskan bahwa pembagian pekerjaan dilakukan secara jelas sehingga setiap pekerja mengetahui tanggung jawab yang harus diselesaikan.

"Saya bertugas di bagian produksi, sedangkan karyawan lain memiliki tugas yang berbeda. Jika ada pekerjaan yang membutuhkan bantuan, kami juga saling membantu agar proses produksi selesai tepat waktu." (KY1)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa koordinasi antaranggota dalam usaha telah berjalan dengan baik. Meskipun struktur organisasi yang diterapkan masih sederhana, pembagian tugas yang jelas mampu menciptakan kerja sama yang efektif sehingga kegiatan operasional dapat berlangsung secara lancar. Selain itu, keterlibatan langsung pemilik dalam proses produksi menjadi bentuk pengawasan yang membantu menjaga kualitas produk sekaligus mempercepat pengambilan keputusan ketika terjadi kendala selama proses produksi.

Berdasarkan hasil observasi, struktur organisasi usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona terdiri atas pemilik usaha sebagai pengelola utama yang dibantu oleh beberapa karyawan pada bagian produksi, pengemasan, dan distribusi. Struktur organisasi tersebut menunjukkan adanya pembagian fungsi yang sederhana namun telah mampu mendukung pelaksanaan kegiatan usaha secara berkelanjutan.

Gambar 5. Struktur Organisasi Usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona



Sumber: Data diolah penulis (2026).

Keberadaan struktur organisasi memberikan kemudahan dalam pelaksanaan koordinasi antarbagian sehingga setiap aktivitas usaha dapat dilakukan secara lebih terarah. Meskipun jumlah tenaga kerja masih terbatas, sistem kerja yang diterapkan telah mampu mengoptimalkan pembagian tugas sesuai dengan kemampuan masing-masing karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas organisasi tidak selalu ditentukan oleh besarnya jumlah tenaga kerja, tetapi juga dipengaruhi oleh kejelasan pembagian tugas serta komunikasi yang baik di dalam usaha.

Temuan penelitian ini mendukung penelitian Sitorus dan Rizkita (2023) yang menyatakan bahwa sistem manajemen dan organisasi yang memiliki

pembagian tugas yang jelas akan meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha serta mendukung keberlangsungan operasional. Pada usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona, kondisi tersebut terlihat dari koordinasi yang baik antara pemilik dan karyawan sehingga seluruh proses produksi, pengemasan, hingga distribusi dapat berjalan sesuai dengan peran masing-masing.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, aspek manajemen dan organisasi pada usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona dapat dinyatakan layak. Hal ini didukung oleh adanya pembagian tugas yang jelas, koordinasi kerja yang berjalan dengan baik, serta keterlibatan aktif pemilik dalam mengawasi seluruh kegiatan usaha sehingga mampu mendukung efektivitas pengelolaan dan keberlangsungan usaha.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan salah satu aspek yang menentukan kelayakan usaha karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dan mempertahankan keberlangsungan operasional. Menurut Kasmir (2016), analisis aspek keuangan dilakukan melalui penilaian terhadap biaya, pendapatan, serta kelayakan investasi untuk mengetahui prospek usaha di masa mendatang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona telah mampu mengelola biaya produksi dan memperoleh pendapatan yang mendukung keberlangsungan usaha. Analisis keuangan dalam penelitian ini meliputi biaya variabel, biaya tetap, pendapatan usaha, dan perhitungan *Net Present Value (NPV)*.

Biaya variabel terdiri atas biaya bahan baku dan bahan penolong yang digunakan selama proses produksi. Berdasarkan Tabel 2, biaya variabel menjadi komponen biaya terbesar karena dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dilakukan.

Tabel 2. Biaya Variabel

No.	Keterangan	Volume	Harga Per Unit	Total (Rp)
1.	Daging ikan tenggiri giling	4 kg	Rp 22.000	Rp 88.000
2.	Tepung tapioka	6 kg	Rp 11.000	Rp 66.000
3.	Gula	800 gr	Rp 15.000	Rp 15.000
4.	Telur	1 kg	Rp 30.000	Rp 30.000
5.	Bumbu	1	Rp 20.000	Rp 20.000
6.	Minyak goreng	10 liter	Rp 18.000	Rp 180.000
7.	Plastik kemasan	1 kg	Rp 40.000	Rp 40.000
8.	Gas elpiji	1 tabung	Rp 20.000	Rp 40.000
9.	Listrik	1 hari	Rp 25.000	Rp 25.000
TOTAL				Rp 504.000

Sumber: Data diolah (2026).

Selanjutnya, biaya tetap yang meliputi penyusutan peralatan dan biaya

operasional lainnya disajikan pada Tabel 3. Dibandingkan biaya variabel, biaya tetap relatif lebih kecil sehingga sebagian besar pengeluaran usaha dipengaruhi oleh aktivitas produksi.

Tabel 3 Biaya Tetap

No.	Keterangan	Volume	Harga Per Unit	Total (Rp)
1.	Baskom	1 buah	Rp 30.000	Rp 30.000
2.	Mixer	1 buah	Rp 250.000	Rp 250.000
3.	Nampan	6 buah	Rp 75.000	Rp 75.000
4.	Penggorengan	1 buah	Rp 400.000	Rp 400.000
5.	Mesin sealer	1 buah	Rp 2.100.000	Rp 2.100.000
6.	plastik	3 orang	Rp 60.000	Rp 180.000
Gaji karyawan				
TOTAL				Rp. 3.035.000

Sumber: Data diolah (2026).

Pendapatan usaha diperoleh dari hasil penjualan produk kepada konsumen dan disajikan pada Tabel 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh mampu menutupi seluruh biaya produksi sehingga usaha menghasilkan keuntungan dan dapat terus beroperasi.

Tabel 4 Pendapatan Usaha

Harga produk	Jumlah (bungkus)	Total (Rp)
Rp 6.000	25	Rp 150.000
Rp 12.000	25	Rp 300.000
Rp 20.000	30	Rp 600.000

Sumber: Data diolah (2026).

Untuk mengetahui kelayakan investasi, penelitian ini menggunakan metode *Net Present Value (NPV)*. Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 5, diperoleh nilai NPV positif yang menunjukkan bahwa manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

Tabel 5 Perhitungan NPV

Tahun	<i>Proceed</i>	df-10%	<i>PV Proceed</i>
2023	9.578.000	0,909	8.706.402
2024	19.978.000	0,826	16.501.000
2025	22.404.000	0,751	16.825.000
Jumlah <i>Pv Proceed</i>			42.032.402
Investasi			3.539.000
NPV			38.493.402

Sumber: Data diolah (2026).

Hasil wawancara dengan pemilik usaha juga menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh sebagian digunakan kembali sebagai modal untuk pembelian bahan baku dan kebutuhan produksi berikutnya.

"Keuntungan dari penjualan biasanya digunakan kembali untuk membeli bahan baku dan memenuhi kebutuhan produksi berikutnya, sehingga usaha tetap bisa berjalan." (PU)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha telah menerapkan pengelolaan keuangan yang cukup baik melalui pemanfaatan laba sebagai modal usaha. Kondisi ini mendukung keberlangsungan produksi sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap sumber pendanaan dari luar.

Temuan penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa suatu usaha dinyatakan layak secara finansial apabila mampu menghasilkan keuntungan dan memberikan nilai investasi yang positif. Berdasarkan hasil analisis biaya, pendapatan, dan NPV, aspek keuangan pada usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona dapat dinyatakan layak serta memiliki prospek yang baik untuk terus dikembangkan.

Aspek Ekonomi dan Sosial

Aspek ekonomi dan sosial merupakan aspek yang menilai manfaat keberadaan suatu usaha terhadap kondisi ekonomi pelaku usaha maupun masyarakat sekitar. Menurut Kasmir (2016), suatu usaha dinyatakan layak apabila mampu memberikan dampak positif, seperti meningkatkan pendapatan, menciptakan kesempatan kerja, serta memberikan kontribusi terhadap lingkungan sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona memberikan manfaat ekonomi bagi pemilik usaha maupun masyarakat sekitar. Selain menjadi sumber pendapatan keluarga, usaha ini juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat di lingkungan sekitar, khususnya pada bagian produksi, pengemasan, dan distribusi. Dengan demikian, usaha tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pemilik usaha menjelaskan bahwa seiring dengan meningkatnya permintaan produk, usaha mulai melibatkan masyarakat sekitar untuk membantu proses produksi dan pengemasan.

"Awalnya usaha ini dikerjakan sendiri, tetapi setelah permintaan semakin banyak saya mulai melibatkan beberapa warga sekitar untuk membantu proses produksi dan pengemasan." (PU)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan usaha berdampak pada terciptanya lapangan pekerjaan, meskipun masih dalam skala usaha mikro. Selain memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat, keterlibatan tenaga kerja lokal juga memperkuat hubungan sosial antara pelaku usaha dan lingkungan sekitar.

Hal tersebut diperkuat oleh salah satu karyawan yang menyampaikan

bahwa keberadaan usaha memberikan manfaat karena mampu menambah penghasilan keluarga.

"Dengan bekerja di sini saya mendapatkan tambahan penghasilan yang dapat membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari." (KY2)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan dampak sosial melalui pemberdayaan masyarakat sekitar. Kegiatan usaha yang melibatkan tenaga kerja lokal menjadi salah satu bentuk kontribusi usaha terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.]

Temuan penelitian ini mendukung penelitian (sesuaikan dengan penelitian terdahulu pada aspek ekonomi dan sosial di BAB II) yang menyatakan bahwa usaha mikro memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta pemberdayaan sumber daya manusia di lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, aspek ekonomi dan sosial pada usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona dapat dinyatakan layak. Keberadaan usaha tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pemilik usaha, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui penyediaan lapangan pekerjaan dan peningkatan pendapatan.

Perspektif Etika bisnis Islam

Selain dinilai dari aspek kelayakan bisnis, usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona juga dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Menurut Hamdi Agustin (2017), etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai yang mengatur perilaku pelaku usaha agar kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga dijalankan secara jujur, amanah, komunikatif, dan bertanggung jawab. Penerapan nilai-nilai tersebut diharapkan mampu menciptakan usaha yang berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Penerapan tersebut terlihat dari sikap jujur dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen, menjaga kualitas produk, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Selain itu, pelaku usaha juga menunjukkan tanggung jawab melalui pemenuhan legalitas usaha dan pengurusan sertifikasi halal sebagai bentuk komitmen dalam memberikan jaminan keamanan produk kepada konsumen.

Pemilik usaha menjelaskan bahwa kualitas produk selalu dijaga dengan menggunakan bahan baku yang baik dan tidak mengurangi kualitas demi memperoleh keuntungan yang lebih besar.

"...kami selalu menggunakan bahan baku yang baik dan tidak mengurangi kualitas produk karena ingin konsumen merasa puas dan percaya terhadap produk yang kami jual." (PU)

Pernyataan tersebut mencerminkan penerapan prinsip *ṣiddīq* (الصدق) atau kejujuran dalam kegiatan usaha. Kejujuran menjadi dasar dalam membangun kepercayaan konsumen karena pelaku usaha menyampaikan kondisi produk sesuai dengan kenyataan tanpa melakukan kecurangan terhadap kualitas maupun bahan yang digunakan.

Selain itu, pemilik usaha juga menjelaskan bahwa keuntungan yang diperoleh sebagian digunakan kembali sebagai modal usaha untuk menjaga keberlangsungan produksi.

"...keuntungan yang diperoleh digunakan kembali untuk membeli bahan baku agar produksi tetap berjalan." (PU)

Hal tersebut menunjukkan adanya penerapan prinsip *amānah* (الأمانة), yaitu tanggung jawab dalam mengelola usaha secara berkelanjutan. Pengelolaan keuntungan sebagai modal usaha mencerminkan komitmen pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk sekaligus menjaga keberlangsungan kegiatan usaha.

Penerapan etika bisnis Islam juga terlihat dari hubungan yang baik antara pemilik usaha dengan karyawan maupun konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha memberikan pembagian tugas yang jelas kepada setiap karyawan serta menjaga komunikasi yang baik selama proses produksi. Sementara itu, kepada konsumen pelaku usaha memberikan informasi produk secara terbuka dan menerima masukan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk.

Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa prinsip *tablīgh* (التبليغ) dan *faṭānah* (الفتانة) juga telah diterapkan dalam kegiatan usaha. Komunikasi yang baik dengan konsumen mencerminkan keterbukaan dalam menyampaikan informasi, sedangkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola produksi, pemasaran, dan pengembangan legalitas usaha menunjukkan adanya kecakapan dalam menjalankan bisnis.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (sesuaikan dengan penelitian terdahulu pada aspek etika bisnis Islam di BAB II) yang menyatakan bahwa penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, menjaga keberlangsungan usaha, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku usaha, karyawan, dan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi *ṣiddīq* (الصدق), *amānah* (الأمانة), *tablīgh* (التبليغ), dan *faṭānah* (الفتانة). Penerapan nilai-nilai tersebut mendukung keberlangsungan usaha sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Kelayakan Usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona

Berdasarkan hasil analisis terhadap aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, ekonomi dan sosial, serta etika bisnis Islam, usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona menunjukkan bahwa

seluruh aspek telah memenuhi indikator kelayakan usaha. Hal tersebut ditunjukkan oleh terpenuhinya legalitas usaha melalui kepemilikan NIB dan sertifikat halal, adanya peluang pasar yang masih terbuka, proses operasional yang berjalan dengan baik, pembagian tugas yang jelas, kondisi keuangan yang menguntungkan, serta kontribusi usaha terhadap masyarakat sekitar. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam menjadi nilai tambah yang mendukung keberlanjutan usaha.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona tidak hanya layak untuk dipertahankan, tetapi juga memiliki potensi untuk terus dikembangkan. Meskipun demikian, pengembangan usaha tetap memerlukan strategi yang tepat agar mampu menghadapi perubahan kondisi pasar, persaingan usaha, serta tantangan lain yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih lanjut untuk merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal usaha.

Analisis Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil analisis terhadap aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, ekonomi dan sosial, serta etika bisnis Islam, usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona menunjukkan kondisi yang layak untuk dikembangkan. Masing-masing aspek telah memenuhi indikator kelayakan, sehingga langkah selanjutnya difokuskan pada penyusunan strategi pengembangan usaha. Untuk mengidentifikasi strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal usaha, penelitian ini menggunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT).

Tabel 6. Matriks SWOT

	IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
EFAS		1. Ketersediaan bahan baku 2. Produk tahan lama walaupun tanpa bahan pengawet 3. <i>Packaging</i> dan labelisasi kemasan yang baik 4. Memiliki izin usaha 5. Tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar 6. Produk memiliki cita rasa khas dan kualitas terjaga.	1. Pencatatan keuangan masih manual 2. Tidak ada pelatihan bagi karyawan 3. Promosi produk kurang optimal 4. Teknologi produksi yang masih sederhana 5. Lokasi usaha yang kurang strategis 6. Kapasitas produksi terbatas

Peluang (O) 1. Segmentasi pasar yang luas 2. Meningkatkan kesempatan kerja 3. Meningkatkan pendapatan 4. Dukungan pemerintah daerah 5. Perkembangan teknologi digital untuk pemasaran	Strategi SO 1. Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, (S1, S5, O2) 2. Memanfaatkan cita rasa khas sebagai daya tarik dalam memperluas pasar (S6, O1) 3. Mengoptimalkan dukungan pemerintah dalam melakukan pengembangan produk melalui bazar atau pameran (S4, O4)	Strategi WO 1. Memperbaiki sistem manajemen usaha dengan menggunakan pencatatan akuntansi yang berlaku, penggunaan teknologi (W1, W4, O3) 2. Mengembangkan promosi melalui media sosial untuk menjangkau pasar lebih luas (W3, O5) 3. Mengikuti pelatihan UMKM dari pemerintah untuk meningkatkan keterampilan produksi (W2, O4)
Ancaman (T) 1. Adanya persaingan usaha sejenis 2. Naiknya harga bahan baku dan bahan penunjang 3. Persaingan harga di pasar 4. Perubahan selera masyarakat dan munculnya produk substitusi	Strategi ST 1. Mempertahankan kualitas produk dan harga jual produk untuk mengatasi ancaman pesaing dari produk sejenis maupun pengganti, (S2, T1, T3) 2. Menjaga hubungan dengan pemasok untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan baku (S1, T2)	Strategi WT 1. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial (W3, T1) 2. Mengelola keuangan dengan lebih baik untuk menghadapi kondisi ekonomi yang tidak stabil (W1, T1) 3. Menggunakan teknologi yang lebih modern (W4, T1)

Sumber: Data diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 6, usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona memiliki beberapa kekuatan, di antaranya kualitas produk yang konsisten, legalitas usaha yang telah terpenuhi, serta loyalitas konsumen yang terbentuk melalui kepuasan pelanggan. Di sisi lain, keterbatasan promosi digital dan kapasitas produksi masih menjadi kelemahan yang perlu ditingkatkan. Sementara itu, meningkatnya minat masyarakat terhadap produk olahan perikanan dan berkembangnya pemasaran digital menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan, meskipun tetap terdapat ancaman berupa persaingan usaha sejenis dan fluktuasi harga bahan baku.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, strategi yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan usaha untuk menangkap peluang pasar, seperti mempertahankan kualitas produk, memperluas pemasaran melalui media digital,

serta menjaga kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang baik dan pemenuhan legalitas usaha. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing sekaligus mendukung keberlanjutan usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona di Kabupaten Sidoarjo layak untuk dikembangkan berdasarkan hasil analisis aspek hukum, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, serta ekonomi dan sosial. Selain itu, praktik pengelolaan usaha telah mencerminkan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi *unity* (tauhid), *equilibrium* ('adl), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebajikan). Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) melalui pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang, antara lain dengan mempertahankan kualitas produk, mengoptimalkan legalitas usaha, serta memperluas pemasaran melalui media digital dan kegiatan bazar UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak hanya ditentukan oleh pemenuhan aspek kelayakan bisnis, tetapi juga oleh penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam yang mendukung keberlanjutan dan peningkatan daya saing UMKM.

Penelitian ini terbatas pada satu objek penelitian, yaitu Usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Nona di Kabupaten Sidoarjo, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada UMKM sejenis. Selain itu, penelitian hanya berfokus pada analisis aspek kelayakan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam berdasarkan kondisi usaha pada saat penelitian dilakukan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan objek yang lebih beragam serta mengembangkan kajian mengenai strategi pengembangan usaha, inovasi produk, pemasaran digital, dan penerapan etika bisnis Islam agar menghasilkan temuan yang lebih komprehensif serta memperkaya pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, M., Sulandjari, K., Arsyilrahmatika, G. A., & Sari, D. A. (2024). Feasibility and development strategies for mangrove fruit-based products in Karawang, West Java. *International Journal of Design and Nature and Ecodynamics*, 19(2), 415–423. <https://doi.org/10.18280/ij dne.190207>
- Agustin, H. (2017). Studi kelayakan bisnis syariah. PT RajaGrafindo Persada.
- Alharani, Y. S., Jannah, N., & Aisyah, S. (2024). Analisis strategi pengembangan usaha UMKM olahan kerupuk "Aneuk Metuah" dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 5(1), 201–220.
- Andayani, N., Wahyuni, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis studi kelayakan bisnis

- UMKM di bidang pangan pada usaha Corn Dog Mozzarella dan Sosis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2), 143–149. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i2.962>
- Andriyanto, A. (2025). Analisis potensi peningkatan nilai tambah produk sektor perikanan di Indonesia. *Jurnal Logistik Bisnis*, 15(2), 107–113.
- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi kelayakan bisnis telur asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(2), 341–352. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.8199>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan IV 2023*. <https://www.bps.go.id>
- Beekun, R. I. (2004). *Etika bisnis Islami*. Pustaka Pelajar.
- Berry, G., & Shabana, K. M. (2020). *Adding a strategic lens to feasibility analysis*. *New England Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 67–78. <https://doi.org/10.1108/NEJE-08-2019-0036>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025). *Tentang BPJPH*. <https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. (2023). *Distribusi persentase produk domestik regional bruto atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di Kabupaten Sidoarjo tahun 2023*. <https://sidoarjokab.bps.go.id>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.)*. SAGE Publications.
- DetikJatim. (2025). *Pengusaha pentol di Sidoarjo jadi tersangka penipuan, kerugian korban Rp8 miliar*. <https://www.detik.com>
- Ermansyah. (2022). Etika bisnis dalam perspektif Islam. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)*, 5(2), 11–17. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>
- Fahlevi, R. R., & Haris, I. (2024). Analysis of sharia business ethics in a case study of Bu Andi's spicy cassava chips MSMEs. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(3), 6562–6657.
- Fajri, R. L., Wirayuda, F., Sitorus, M. G., Annisa, M., Sihotang, K., Alfikri, M. N., & Ramadhi, A. W. (2025). *Analisis Aspek Hukum Dalam Studi Kelayakan Suatu Bisnis (Studi Kasus: Usaha Food And Beverage Chicken Crush)*. 2(5), 58–61.
- Handayati, R., & Nursaidah, S. (2023). An analysis of the study of home industry business feasibility. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(3), 508–516. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i3.2219>
- Kasmir. (2016). *Studi kelayakan bisnis (12th ed.)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kolbiana, A., & Violita, E. S. (2024). *Analisis Penerapan TELOS Feasibility Study Sebagai Kriteria Penilaian Kelayakan Investasi Pada UMKM : Studi Kasus Inkubator Bisnis Di Lampung*. 14(1), 15–32.
- Kementerian Investasi/BKPM. (2024). *Genap tiga tahun OSS berbasis risiko terbitkan 10 juta NIB*. <https://www.bkpm.go.id>

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications
- Muhammad Arif, Harahap, M. I., & Harahap, O. V. R. (2023). Analisis penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada perusahaan properti syariah PT Noor Eeman Nusantara Medan. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(2), 78–94.
<https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i2.568>
- Oktavia, R. (2023). Studi kelayakan bisnis dalam perspektif Islam pada UMKM di Surabaya. *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 3(1), 45–63. <https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v3i1.389>
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan etika ekonomi Islam*. Gema Insani Press.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizki, R. P., & Edwina, S. (2025). Analisis kelayakan finansial usaha agroindustri kerupuk ikan tenggiri di Kecamatan Karimun Kepulauan Riau. *Jurnal Agribisnis*, 11, 782–788.
- Rohmana, Y. (2022). Consumption: Ethical perspective of Islamic economics. *Journal of Islamic Economics*, 5(1), 79–92.
- Samad, T. F. D., & Adi, C. (2025). An analysis of Islamic business ethics among Muslim traders within the contemporary urban Muslim society of the City of Thousand Churches. *Akademika: Jurnal Pemikiran Islam*, 30(1), 1–14.
<https://doi.org/10.32332/akademika.v30i1.9981>
- Sari, C. D., Khoirudin, R., & Dahlan, U. A. (2023). Pengaruh sektor perikanan terhadap PDB Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 3, 10–22.
- Shabrina Az-Zahra, Qarni, W., & Harianto, B. (2024). Implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik bisnis pada marketplace Shopee. *Jambura Economic Education Journal*, 6(1), 122–133.
- Sitorus, P. M., & Rizkita, Z. (2023). *FEASIBILITY STUDY AND THE DEVELOPMENT OF MSME BUSINESS INCUBATOR MOCKUP IN TOBA DISTRICT 1 INTRODUCTION Toba Regency Is One Of The Regions In North Sumatra That Has Considerable MSME Potential . Toba Regency Is Located In The Lake Toba Area , Which Is One Of The Famous*. 1–16.
- Sudarsono. (2022). Implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 5(2), 274–291.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2)*. Alfabeta.
- Susanto, H., & Suranti, A. D. (2024). Feasibility analysis of Cemil Cemilin business development as an entrepreneurship practice for accounting students. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 1(1), 19–28.
- Syarifah, L. H., & Solekah, N. A. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis kerupuk amplang ikan tenggiri: Studi kasus pada UD RAR Crackers. *Maliki*

Interdisciplinary Journal, 2(4), 252–257.

Trisnawati, E., Wahab, A., & Habbe, H. (2021). Implementasi etika berdagang dengan sifat *ṣiddīq*, *tablīgh*, *amānah*, dan *faṭānah*. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(3), 1–7.

Wicaksana, I., Primadhita, Y., Budiningsih, S., & Maskuri, M. A. (2023). Peran keunggulan kompetitif pada strategi bisnis dan etika bisnis terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 20(2). <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v20i2.1233>