



# STRATEGI PRODUKSI KERUPUK KULIT IKAN PATIN DALAM MEMENUHI PERMINTAAN DAN PENINGKATAN PENDAPATAN PADA CV. RAJA PATIN INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN METODE PENTAHELIX

Sri Dewi Anggraini<sup>1</sup>, Muhammad Yafiz<sup>2</sup>, Rahmat Daim Harahap<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[sridewianggraini051001@gmail.com](mailto:sridewianggraini051001@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhammadyafiz@uinsu.ac.id](mailto:muhammadyafiz@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[rahmatdaimharahap@uinsu.ac.id](mailto:rahmatdaimharahap@uinsu.ac.id)<sup>3</sup>

## Abstrak

Penelitian ini berangkat dari permasalahan bahwa strategi produksi apakah yang dapat dilakukan untuk memenuhi permintaan dan peningkatan pendapatan pada produk kerupuk kulit ikan patin. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi produksi kerupuk kulit ikan patin dalam memenuhi permintaan dan peningkatan pendapatan pada CV. Raja Patin Indonesia dengan menggunakan metode pentahelix. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan secara langsung atau melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi yang harus dilakukan perusahaan yaitu dengan menjaga kualitas rasa dan mutu dari produk yang di produksi. Harga menjadi salah satu faktor permintaan, maka dari itu CV. Raja Patin Indonesia memproduksi kerupuk dengan harga yang sangat ramah bagi semua kalangan. Ciri khas rasa yang diracik khusus dari rempah-rempah pilihan Indonesia menjadi salah satu identitas kerupuk kulit ini. Pihak pemerintah, akademisi, pelaku UKM, masyarakat, maupun media sejauh ini sudah bersinergi dalam hal pengembangan UMKM dan UKM khususnya yang ada di Sumatera Utara. Pihak pemerintah yang sudah memberikan beberapa pelatihan, modal, dan juga fasilitas untuk memperkenalkan produk, menjadi salah satu upaya yang dilakukan. Akademisi dengan menjadi mentoring diacara seminar UMKM atau bahkan melakukan penelitian-penelitian terkait UKM juga menjadi salah satu upaya yang sudah dilakukan para akademisi sebagai pusat pengembangan penelitian. Penyerapan tenaga kerja yang dilakukan perusahaan untuk memperbaiki kesejahteraan perekonomian masyarakat ataupun mengurangi pengangguran yang ada merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk pemberdayaan masyarakat sekitar. Media tidak kalah pentingnya dalam pengembangan suatu usaha, media yang menjadi penghubung serta interaksi antara pemerintah, bisnis, akademisi, dan juga masyarakat. Dengan media, sebuah produk dapat dikenal oleh banyak orang yang berdomisili diluar kota bahkan dunia.

**Kata Kunci:** Strategi produksi, Permintaan, Pendapatan dan Pentahelix.

## Abstract

This research departs from the problem that what production strategy can be carried out to meet demand and increase income in catfish skin cracker products. The aim is to find out and analyze the production strategy of catfish skin crackers in meeting demand and increasing income at CV. Raja Patin Indonesia using the triple helix method. This research approach is qualitative. The types of data used are primary data and secondary data. Methods of data collection are done directly or through interviews. The results of the study indicate that the product strategy that must be carried out by the company is to maintain the quality of taste and the quality of the products produced. Price is one of the demand factors, therefore CV. Raja Patin Indonesia produces crackers at very friendly prices for all walks of life. The characteristic taste that is specially formulated from selected Indonesian spices is one of the identities of these skin crackers. The government, academics, and SMEs have so far synergized in terms of developing SMEs and SMEs, especially those in North Sumatra. The government, which has provided some training, capital, and also facilities to introduce products, is one of the efforts being made. Academics by becoming mentors at MSME seminars or even conducting research related to UKM are also one of the efforts that have been made by academics as research development centers. The absorption of labor by the company to improve the economic welfare of the community or reduce existing unemployment is one of the efforts made by the company to empower the surrounding community. The media is no less important in the development of a business, the media is a liaison and interaction between government, business, academia, and also the community. With the media, a product can be known by many people who live outside the city and even the world.

**Keywords:** Production Strategy, Demand, Revenue, and Pentahelix.

## PENDAHULUAN

Menurut (Karmini & Karyati, 2020, pp. 90–91) pergerakan berbagai usaha, termasuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UKM memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja dan menjadi sumber pendapatan tidak hanya bagi tenaga kerja namun juga pelaku usaha. Dalam rangka meningkatkan perekonomian daerah melalui peningkatan kesejahteraan pelaku usahanya, UKM diharapkan dapat terus berkembang. Dengan pemikiran ini, diharapkan usaha kecil yang ada akan tumbuh menjadi lebih besar dan usaha besar yang ada akan tumbuh menjadi lebih besar, daripada hanya stagnan pada level saat ini. Jika ekspansi bisnis berhasil, maka akan terjadi peningkatan jumlah lapangan kerja dan jumlah angkatan kerja yang akan terserap. Perekonomian yang berkembang dicirikan oleh setiap perubahan yang mungkin membuat bisnis tertentu mengalami rintangan dikemudian hari saat memperluas bisnisnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Yafiz & Lia Purnama Sari, 2022, p. 108) Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yaitu jenis usaha yang melayani usaha kecil dengan kekayaan minimal Rp. 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk keperluan usaha serta usaha yang berdiri sendiri. UKM yaitu satu-satunya jenis usaha yang mampu bertahan dari krisis ekonomi seperti yang pernah terjadi di Indonesia. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan satu-satunya usaha yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini karena UKM memiliki sikap daya serap terhadap tenaga kerja yang besar dan dekat dengan rakyat kecil.

Pengembangan usaha mikro dan kecil merupakan salah satu faktor terpenting dalam peningkatan produk domestik bruto (PDRB) dalam kemajuan perekonomian suatu negara. Menurut fakta yang ada, jika jumlah pengangguran terus bertambah seiring dengan kenaikan penduduk setiap tahunnya, oleh karena itu harus sebanding dengan menciptakan lapangan pekerjaan yang baru, seperti usaha mikro, kecil dan menengah. Kontribusi UKM untuk penyerapan tenaga kerja yang banyak juga tampak mulai periode 2002-2005. UKM memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja rata-rata sebesar 96,66% terhadap total keseluruhan tenaga kerja nasional, sedangkan usaha besar hanya memberikan kontribusi rata-rata 3,32% terhadap tenaga kerja nasional (Nurhadi, Muizzu., 2020, p. 126).

Situasi perkembangan bisnis saat ini cukup meningkat, ditandai dari tumbuhnya produk serupa dari kompetitor, sehingga terjadi persaingan pangsa pasar dan perebutan pelanggan. Untuk mengembangkan persaingan antar usaha, maka pelaku usaha diminta agar dapat bekerja lebih giat serta mewujudkan aktivitas usaha secara efektif untuk keberlanjutan hidup dan pertumbuhan usaha maka sebuah usaha wajib mempunyai strategi yang baik agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Bisnis tanpa strategi itu mustahil, karena berjalannya suatu usaha pasti ada strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menawarkan produk serta memenuhi permintaan produk agar pendapatan ikut meningkat (W. Wijayanti & Parinduri, 2020, p. 7). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nuranisa Fitri et al., 2022, p. 151) menjelaskan permintaan dalam ekonomi merupakan langkah penting dalam memahami bagaimana sebuah peristiwa yang terjadi di pasar. Dalam kehidupan sehari-hari, kita juga sering melakukan permintaan atas berbagai barang atau jasa yang kita butuhkan. Pendapatan juga dapat digunakan sebagai barometer atau ukuran taraf hidup penduduk. Ketika pendapatan penduduk di suatu daerah meningkat, standar hidup penduduk tersebut juga meningkat, yang pada gilirannya meningkatkan kemampuan penduduk untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut penelitian yang dilakukan (Hilary & Wibowo, 2021, p. 6) menjelaskan bahwa suatu perusahaan harus memberikan pertimbangan yang jelas tentang kualitas produk yang dihasilkan agar mampu memenangkan atau paling tidak bertahan pada persaingan tersebut. Ketika sebuah perusahaan menghasilkan produk berkualitas tinggi, berarti strategi produksinya efektif dan efisien. Produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen sehingga jumlah produk *defect* atau barang cacat dapat ditekan sekecil mungkin. Oleh karena itu, pelaku usaha akan mendapatkan persepsi konsumen yang baik dengan menghasilkan produk yang berkualitas. Bahkan tidak menutup kemungkinan produk akan cepat berekspansi ke pasar global. Karena proses produksi adalah metode, pendekatan, atau sarana yang tujuan kegiatan untuk mencapai manfaat. Dalam proses produksi ada beberapa indikator yaitu: tenaga kerja, mesin-mesin, bahan-bahan, dan modal.

Teori-teori yang disajikan di sini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (P. Wijayanti & Sunrowiyati, 2019, pp. 179–190) yaitu menjelaskan bahwa proses produksi bertujuan untuk menghasilkan barang yang akan dijual ke konsumen. Adanya pengendalian bahan sangat erat kaitannya dengan proses produksi, hal ini karena bahan yang digunakan oleh pelaku usaha dapat diawasi sehingga tidak terjadi kekurangan maupun kelebihan pasokan bahan. Jika bahan baku menghadapi pengurangan atau kelebihan maka akan menghambat proses produksi. Apabila terjadi masalah pada proses produksi, maka yang akan terjadi yaitu perusahaan tidak mampu memenuhi permintaan pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pentingnya persediaan bahan baku dan kemampuan untuk menyelaraskan proses produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan. Permintaan pelanggan akan

dipenuhi melalui proses produksi yang menghasilkan barang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Proses produksi yang lancar dengan jumlah produk yang banyak dan sesuai serta pengiriman tepat waktu dapat membuat pelanggan merasa puas. Tidak menutup kemungkinan para pelanggan akan kembali membeli barang-barang tersebut secara berkelanjutan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Memmi Martalia, 2021, p. 42) yaitu mengungkapkan bahwa suatu produk dapat dikatakan memiliki kualitas tinggi jika dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Produk yang memenuhi kebutuhan konsumen merupakan strategi bisnis yang membantu perusahaan lebih fokus pada apa yang diinginkan konsumen sebagai kunci keberhasilan. Untuk mencapai produk berkualitas tinggi, bisnis harus terus-menerus menilai dan meningkatkan kualitas hasil produksinya dalam rangka menghasilkan hasil terbaik. Meningkatnya produksi, dapat dilihat dari jumlah permintaan yang ada. Produk yang diproduksi menggunakan sistem terintegrasi sesuai dengan standar nasional Indonesia dan telah mendapatkan sertifikasi halal. Perusahaan menentukan standar mutu sesuai dengan SNI 01-3553-96 yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia. Selain itu dilaksanakan pengaturan kualitas produk yang dibagi menjadi tiga, yaitu kualitas mie, kemasan, dan produksi. Filterisasi dan Orizonasi adalah sistem yang digunakan dalam proses produksi. Hal ini dilakukan supaya pengerjaan Mie Instan dapat sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sudah menjadi keharusan bagi badan usaha untuk melakukan proses produksi dengan menggunakan sistem yang terintegrasi penuh dan sesuai dengan standar nasional Indonesia serta telah mendapatkan sertifikasi halal.

Dan penelitian yang dilakukan oleh (Febriyanni & Majid, 2023, pp. 25–31) menjelaskan jika produksi dalam Islam tidak hanya mengutamakan keuntungan materi tetapi juga mencakup kewajiban agama atau nilai ibadah. Produksi secara islami, menekankan pada aspek pengoptimalan efisiensi dan keuntungan (manfaat), serta etika. Tanpa produksi, maka kegiatan ekonomi akan berhenti, begitu pula sebaliknya. Di dalam proses produksi terdapat lima faktor yaitu, alam, tenaga kerja, modal, teknologi dan manajemen. UKM keripik cinta tidak sekedar memberi manfaat bagi pengusaha, tetapi juga memberikan manfaat bagi penduduk sekitar, karena bisnis ini telah berhasil menyerap tenaga kerja yang ada di Air Hitam dengan begitu tingkat pengangguran mengalami pengurangan, hal itu telah meningkatkan stabilitas ekonomi. Bukan hanya kemakmuran ekonomi pengusaha keripik singkong, tetapi juga kemakmuran ekonomi pekerja disana. Produksi UKM keripik cinta di Desa Air Hitam tidak bertentangan dengan syari'at Islam. Setiap usaha atau produk yang ingin dihasilkan harus berpegang pada syariat Islam dan menggunakan faktor-faktor produksi Islami agar berhasil dan stabil.

Limbah dari patin tidak hanya dijadikan pakan ikan, tetapi ada beberapa masyarakat yang memiliki ide dan keberanian agar limbah patin tersebut diubah menjadi kerupuk. Seperti halnya Usaha Kecil Menengah (UKM) yang terletak di desa Sugiharjo Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang. Raja Patin adalah satu dari sedikit UKM sektor industry makanan di Indonesia yang inovatif dan mampu bersaing secara global. Meskipun tempat kegiatannya terletak di desa yang jauh dari kota, Raja Patin dinilai sebagai UKM yang sukses berkat strategi inovatif dan kreatif. Usaha tersebut mengelola limbah kulit ikan patin untuk dijadikan makanan ringan. Awal mula usaha ini didirikan oleh Fitriadi selaku pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) yaitu dikarenakan beliau terkena PHK yang dilakukan perusahaan tempat beliau bekerja. Kemudian Fitriadi mencoba membuka usaha pembibitan ikan patin dan ikan lele, seiring berjalannya waktu ada pihak pembeli bibit lele yang merupakan salah

satu langganannya ingin bekerjasama untuk menjadikan limbah kulit ikan patin sebagai pakan pembesar lele. Namun secara tiba-tiba, pihak tersebut membatalkan kerjasamanya yang menyebabkan limbah daripada kulit ikan patin yang akan dijadikan pakan lele ini menumpuk. Sehingga pada saat itu membuat ide kreatif muncul untuk mengelola kulit menjadi makanan ringan, dengan bermodalkan 50 kilogram kulit ikan patin jadilah olahan kerupuk kulit ikan patin yang sekarang bernama CV. Raja Patin Indonesia.

**Tabel 1.** Produksi olahan kerupuk kulit ikan patin tahun 2017-2021

Tahun	Total Produksi/Ton
2017	72
2018	84
2019	96
2020	102
2021	108

Sumber: CV. Raja Patin Indonesia, 2023

Dilihat dari tabel 1 diatas, jika produksi olahan kerupuk kulit ikan patin dari tahun 2017-2021 semakin meningkat. Pada tahun 2017 produksi kerupuk kulit ikan patin mencapai angka 72 ton dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 84 ton. Pada tahun 2019-2021 juga mengalami peningkatan dari 96-108 ton, yang mana setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah produksi pada produk ini. Hasil wawancara dengan ibu Fatikhatika sebagai kepala produksi menjelaskan bahwa faktor penghambat produksi yang terjadi pada CV. Raja Patin Indonesia yaitu peralatan atau mesin yang digunakan pada pabrik pemasok kulit yang berada di Medan masih kurang mendapatkan perhatian atau perawatan. Sehingga terkadang membuat CV. Raja Patin Indonesia tidak dapat beroperasi atau terganggu kegiatan produksinya dikarenakan mesin pabrik mengalami kerusakan dan tidak dapat mengirimkan stok bahan baku berupa kulit, sedangkan pihak CV. Raja Patin Indonesia sudah tidak memiliki ketersediaan stok kulit. Adapun faktor penghambat lainnya yaitu bahan baku kulit ikan patin yang sekarang sulit dijumpai, sehingga harus mengambil pemasok dari luar kota. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami tentang Strategi Produksi Kerupuk Kulit Ikan Patin Pada CV. Raja Patin Indonesia Dengan Menggunakan Metode Pentahelix.

## LANDASAN TEORI

### Strategi

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Riyanti & Pandria, 2019, pp. 96–97) strategi didasarkan pada bahasa Yunani Kuno dan memiliki rencana atau kerangka untuk membantu mencapai tujuan atau juga dapat digambarkan sebagai proses rencana yang menitikberatkan pada tujuan jangka panjang pada organisasi dan menetapkan bagaimana tujuan tersebut akan dicapai. Startegi yang telah disusun memiliki fokus serta tugas yang ada dengan meningkatkan misi dan visi organisasi, atau dengan mengidentifikasi sumber daya serta organisasi eksternal untuk mengidentifikasi tujuan yang akan dicapai dan strategi apa yang paling tepat untuk digunakan. Agar implementasi rencana strategi berhasil, maka proses eksekusi harus menekankan dan menetapkan manajemen waktu, membuat rasa urgensi, memotivasi anggota tim, dan melaksanakan alokasi sumber daya. Strategi menurut (Imsar et al., 2021, p. 23) yaitu pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi menekan pada aksi atau tindakan untuk mencapai tujuan dan pada tujuan itu sendiri.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Prabowo, 2021, pp. 119–120) menjelaskan bahwa strategi merupakan rencana yang dibuat oleh manajemen dan dilakukan oleh setiap anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Strategi bisnis yaitu rencana untuk mencapai tujuan yang dianalisis dengan sangat hati-hati menggunakan perencanaan taktis, ada sistematika berpikir, penyusunan rencana, kesigapan langkah, keberanian mengelola resiko, dan gairah untuk berhasil memenangkan kompetisi adalah beberapa cirinya.

### **Teori Produksi**

Menurut (Harlindah, 2020, p. 38) menjelaskan bahwa produksi ialah proses penciptaan barang dalam jumlah besar, baik melalui pembuatan barang yang diproduksi sebelumnya maupun barang yang diproduksi sebelumnya tetapi sudah mengalami variasi, biasanya dengan menggunakan mesin untuk melakukan proses produksi. Hubungan antara faktor produksi dan produk yang dihasilkan selama proses tersebut dikenal sebagai fungsi produksi. Fungsi produksi menunjukkan bahwa jumlah barang yang diproduksi tergantung pada jumlah faktor produksi yang digunakan. Agar suatu produk berhasil dan memberikan tingkat masalah yang maksimal, maka produksi dalam Islam harus memiliki kualitas fisik dan non fisik (pahala dan barakah). Bagi Islam, memproduksi sesuatu tidak selalu hanya keperluan pribadi atau dijual ke pasar. Karena persoalan fungsi ekonomi yang masih berlangsung, kedua motif ini tidak cukup kuat. Islam menegaskan dengan tegas bahwa setiap strategi produksi juga harus memperhatikan fungsi sosial.

Ekonomi Islam yaitu segala bentuk kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh manfaat atau dengan proses penggalan dasar-dasar ekonomi yang diberikan oleh Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia, oleh karenanya aktivitas produksi hendaknya berorientasi pada kebutuhan masyarakat luas. Produksi ialah strategi untuk menciptakan kekayaan melalui penggunaan sumber daya alam oleh manusia, berbeda dengan strategi produksi dalam Islam yang berfokus pada manusia dan eksistensi dalam kegiatan ekonominya. Produksi biasa diartikan membuat nilai barang atau menambah nilai terhadap produk, menurut Islam hanya barang dan jasa yang diperbolehkan dan menguntungkan (yakni halal dan benar) yang boleh digunakan. Menurut teori ekonomi, produksi adalah strategi ekonomi khusus yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa sambil menggunakan faktor produksi selama periode waktu yang ditargetkan. Ada beberapa faktor yang dapat dijadikan sebagai faktor produksi antara lain yaitu: (1) faktor yang berhubungan dengan lingkungan dan tanah, (2) tenaga kerja, (3) faktor pengelolaan uang atau manajemen, (4) teknologi dan (5) bahan baku (Lestari & Setianingsih, 2019, pp. 204–207).

### **Permintaan**

Menurut penelitian yang dilakukan (Mashuri, 2019, p. 100) menjelaskan bahwa perspektif ekonomi Islam tentang mekanisme pasar, permintaan, dan penawaran dapat dibandingkan dengan perseptif ekonomi konvensional, namun terdapat batasan-batasan dari individu untuk berperilaku ekonomi yang sesuai dengan aturan syariah. Permintaan yaitu sejumlah besar barang yang diminta konsumen pada berbagai harga dan waktu yang relevan. Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kemampuan untuk membeli barang dan jasa dengan harga dan waktu tertentu. Dalam suatu perekonomian, permintaan merupakan keinginan dari masyarakat sebagai konsumen. Didalam hukum permintaan dijelaskan jika ketika harga suatu barang naik maka permintaan akan sedikit, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka permintaan akan meningkat.

Konsep permintaan dalam Islam membedakan antara barang yang diperbolehkan dan yang dilarang serta membedakan antara yang boleh dikonsumsi dan tidak boleh digunakan. Oleh karena itu, dalam teori permintaan Islami membahas permintaan barang halal, sedangkan dalam permintaan konvensional, semua komoditi dinilai sama, bisa dikonsumsi dan digunakan. Islam menganjurkan manusia untuk mengonsumsi barang-barang yang halal lagi baik. Islam melarang untuk memakan makanan haram, kecuali dalam keadaan darurat dimana jika tidak mengonsumsi makanan haram tersebut akan merugikan kesehatan. Islam tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan, kemubadziran. Adapun tujuan orang Islam melakukan permintaan adalah harus memberi kebaikan dan masalah atau bermanfaat bagi dunia dan akhirat, kita tidak boleh melakukan perbuatan yang sama-sama merugikan. Kita juga tidak diperbolehkan melakukan permintaan atas barang yang haram (Imsar, 2019, p. 33). Seperti yang dijelaskan dalam QS. Al Maidah: 87-88 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا

*“Hai orang-orang yang beriman, jangan kamu haramkan apa-apa yang telah dihalalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”.*

*“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertaqwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”.*

### **Pendapatan**

Di dalam penelitian yang dilakukan oleh (Saragih, M.Sc, 2017, p. 38) menjelaskan pengertian pendapatan yaitu semua penghasilan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain atau hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang. Pendapatan adalah sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan merupakan aspek yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup seseorang secara langsung atau tidak langsung. Pendapatan yaitu hasil dari seluruh penjualan barang atau jasa pada suatu barang. Pendapatan juga dapat diartikan sebagai penghasilan dari aktivitas sebuah usaha yang diperoleh dari masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tersebut, baik harian, mingguan, bulanan atau tahunan. Pendapatan juga digunakan sebagai alat pembanding antara jumlah unit yang dijual dengan harga per unit. Pendapatan terdiri dari upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan, dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu atau diperoleh dari berbagai macam usaha yang dilaksanakan oleh masyarakat.

Menurut penelitian (Fatin Laili & Hendra Setiawan, 2020, p. 3) menjelaskan bahwa bertambahnya pendapatan akan menaikkan kegunaan baik itu melalui peningkatan konsumsi, maupun peningkatan waktu luang. Dengan bertambahnya waktu luang itu artinya mengurangi jam kerja. Pendapatan dapat berasal dari berbagai aktivitas usaha yang dilakukan seseorang. Secara umum, ada tiga fungsi pendapatan yaitu: (1) merupakan bentuk penjamin yang layak bagi seorang pekerja dan anggota keluarga yang menjadi tanggungannya; (2) mencerminkan imbalan atas hasil kerja seseorang atau output hasil produksi; (3) merupakan pendorong atau motivasi pekerja untuk terus menjaga produktivitas kerja sehingga proses produksi terus meningkat dan berlangsung secara terus menerus. Pendapatan merupakan komponen ekonomi yang sangat penting, melalui produksi barang dan jasa dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan taraf hidup banyak orang. Jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang menentukan berapa banyak uang yang mereka hasilkan (Gusdini et al., 2023, 13). Pendapatan menurut penelitian (Ndraha, 2022, p 22) yaitu imbalan yang diterima dalam bentuk keuntungan atau laba atas penggunaan unsur-unsur produksi

yang dimiliki oleh rumah tangga dan koperasi. Seiring dengan peningkatan jumlah barang yang dikonsumsi, pertumbuhan uang juga akan memberikan efek yang mengkhawatirkan pada kualitas komoditas tersebut. Pada umumnya, pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan diantaranya: (1) Upah atau Gaji ialah tunjangan yang diterima orang setelah menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan kepadanya dalam sehari, seminggu atau sebulan. (2) Penghasilan dari usaha sendiri, dan (3) keuntungan dari perusahaan lain, ini termasuk pendapatan dari menyewakan aset seperti rumah, hewan, serta barang-barang.

## **METODE PENELITIAN**

Dimana berdasarkan jenisnya, artikel ini memuat penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pentahelix. Metode penelitian kualitatif yang dikenal sebagai analisis kualitatif berlandaskan pada filsafat propositivisme yang memandang realistik sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat *interaktif (reciprocal)*. Sedangkan metode pentahelix sangat efektif dalam memajukan UKM, Pentahelix terdiri dari *Academy, Business, Community, Government and Media (ABCGM)*. Model pentahelix berfungsi sebagai panduan dalam membangun sinergi lintas instansi terkait (ABCGM) untuk mencapai hasil yang diinginkan. Kolaborasi pentahelix mempunyai peran penting mendukung tujuan inovasi bersama dan kemajuan sosial ekonomi daerah. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan secara langsung atau melalui wawancara (Khusniyah, 2020, pp. 159–160).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Raja Patin merupakan sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memproduksi kerupuk kulit ikan patin. UKM Raja Patin berlokasi di Desa Sugiharjo, Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Desa Sugiharjo terletak kurang lebih 33 kilometer dari pusat kota Medan. Menurut informasi dari kantor Camat Batng Kuis, luas wilayah desa Sugiharjo 1,53 km dengan jumlah penduduk sekitar 4.644 jiwa dan 1.040 kepala keluarga. Mata pencaharian mayoritas warga Desa Sugiharjo adalah sebagai buruh pabrik. Selanjutnya sebagai petani, pedagang, PNS/ABRI, Pensiunan PNS/ABRI, dan nelayan.

Pada saat awal usaha ini dijalankan, CV. Raja Patin Indonesia mendapatkan modal bantuan dari Pertamina untuk mendirikan bangunan dan membeli peralatan serta mesin-mesin produksi. Pihak Pemerintah Desa Sugiharjo juga sangat mendukung para UKM yang ada di desa, serta memberikan informasi-informasi kepada pelaku usaha mengenai pengurusan BPOM, ataupun Sertifikasi Halal. Pihak pemerintah Desa Sugiharjo juga membantu mempromosikan daripada produk UKM, salah satunya CV. Raja Patin Indonesia ini ke desa-desa atau bahkan di perkenalkan ke pihak kabupaten dengan melalui pameran yang biasanya di selenggarakan oleh pihak Kabupaten Deli Serdang. Pemerintah Desa Sugiharjo juga sudah melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan UKM dan UMKM yang berada di Desa Sugiharjo, salah satunya membantu administrasi daripada UKM yang bersangkutan apabila ingin memasarkan produknya keluar daerah. Kerupuk kulit ikan patin yang diproduksi CV. Raja Patin Indonesia merupakan salah satu produk yang menjadi unggulan daripada Desa Sugiharjo.

Bahkan Pemerintah Kabupaten juga ikut serta dalam pengembangan UKM seperti halnya CV. Raja Patin Indonesia yang berada di Desa Sugiharjo Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang. Dari pihak Kabupaten atau dinas terkait memberikan pengurusan BPOM secara gratis, Sertifikasi Halal, dll. Bahkan dalam



setiap beberapa bulan sekali, pihak dinas turun langsung untuk melihat proses produksi kerupuk kulit ikan patin ini. Apakah sudah menjaga kestabilannya atau belum, baik dari cara pengolahan sampai tahap pengemasan. Kerupuk kulit ikan patin yang diproduksi oleh CV. Raja Patin Indonesia juga menjadi salah satu produk unggulan yang dimiliki Kabupaten Deli Serdang dan sudah menjadi oleh-oleh khas daripada Deli Serdang. Toko oleh-oleh yang berada di Bandara Kualanamu Internasional juga menyediakan produk kerupuk ikan patin yang diproduksi dari CV. Raja Patin Indonesia, sehingga jika para pengunjung bandara ingin membeli oleh-oleh khas daripada Deli Serdang sudah tidak repot-repot mencarinya karena sudah tersedia langsung di bandara. Bahkan produk kerupuk kulit ini sering dibawa oleh pihak Pemerintah Kabupaten untuk mengikuti pameran. Ketika terdapat tamu-tamu penting pemerintahan sekalipun, pihak dinas terkait akan mengirim surat kepada CV. Raja Patin Indonesia untuk mengirimkan produknya ke Kabupaten. Bahkan dari pihak Pemerintah Deli Serdang sendiri sudah memberikan fasilitas atau membantu para pelaku usaha seperti halnya UKM dan juga UMKM untuk dapat menitipkan produknya di pojok UMKM Deli Serdang dan Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Deli Serdang (P3UD) tetap dengan pemeriksaan yang dilakukan oleh pihak Dinas terkait dan mengikuti prosedur yang sudah ditetapkan pihak Kabupaten.

Akademisi juga berpendapat bahwa para pelaku usaha harus mampu menjaga mutu, kualitas rasa, dan melihat kehalalan dari setiap produk yang digunakan meskipun bahan baku mengalami kenaikan. Solusinya, pelaku usaha dapat menaikkan harga bukan mengurangi porsi dari volume produk tersebut. Meskipun usaha ini merupakan olahan rumahan, maka harus tetap menggunakan teknologi yang sesuai dengan standart agar mutu kualitas tetap terjaga. Serta pelaku usaha harus mampu meningkatkan daya tarik konsumen dengan melakukan varian-varian rasa terhadap produk yang diproduksinya. Memberikan beberapa pilihan rasa serta ukuran, agar konsumen puas dengan produk yang ditawarkan. Desain kemasan produk juga menjadi salah satu ketertarikan konsumen untuk membeli suatu barang, maka dari itu pelaku usaha harus mampu mendesain kemasan produk semenarik mungkin dan layak untuk dijadikan kemasan. Jangan hanya menggunakan plastik yang pengeratnya di lelehkan menggunakan lilin.

Para pelaku usaha juga dapat melakukan promosi yang berkelanjutan dengan menggunakan sosial media seperti Instagram, Tiktok, Facebook Business, atau marketplace lainnya. Mengikuti program-program pemerintah juga sangat penting untuk dapat mengembangkan suatu bisnis, salah satunya yaitu dengan menggunakan e-katalog kota medan atau UMKM binaan. Atau bahkan ikut dalam kegiatan pembinaan/pelatihan umum yang diselenggarakan oleh kementerian perdagangan, kementerian perindustrian maupun Bank Indonesia untuk dapat menambah wawasan para pelaku bisnis. Bekerjasama dengan pihak pemerintah atau swasta juga dapat menunjang perkembangan bisnis yang dijalankan, contohnya memasukkan produk ke dalam outlet-outlet seperti Al-famart, Indomaret, Alfamidi, atau lainnya. Pihak akademisi sejauh ini sudah bersinergi terhadap pemerintah dan pelaku bisnis, dengan menjadi pembicara atau narasumber dalam kegiatan seminar UMKM baik dalam hal pengelolaan keuangan yang sehat secara akademisi atau lainnya. Melakukan pengabdian masyarakat dan melakukan penelitian juga salah satu upaya yang dilakukan akademisi untuk terus bersinergi terhadap pemerintah dan pelaku bisnis dalam rangka bersama mengembangkan UKM dan UMKM yang ada. Harapan kedepannya agar semua akademisi lebih sering lagi terlibat dalam mendorong dan pembinaan UMKM melalui pengabdian masyarakat yang outputnya menambah pengetahuan, informasi kepada UMKM tentang Business Plan.

Hasil wawancara dengan masyarakat sekitar tempat produksi Raja Patin menjelaskan, bahwa banyak masyarakat yang menyambut dengan positif kehadiran CV. Raja Patin Indonesia. Masyarakat sekitar juga menjadi salah satu saksi berdirinya CV. Raja Patin Indonesia, karena pada saat awal usaha ini didirikan masyarakat sekitar yang menjadi pelanggan setia Raja Patin dengan membeli produk yang diproduksi. Kehadiran CV. Raja Patin Indonesia membawa dampak positif bagi masyarakat yang berada di Jl. Mesjid Desa Sugiharjo ini. Berawal menjadi pembeli kerupuk kulit patin, sekarang menjadi tenaga kerja yang ikut memproduksi kerupuk kulit ikan patin. Maka dari itu, membuat banyak masyarakat terbantu dari segi mata pencaharian. Dengan berdirinya CV. Raja Patin Indonesia ini, mampu menyerap tenaga kerja yang berada di sekitar lokasi tempat produksi dan sekarang menjadi tempat untuk mencari rezeki bagi masyarakat sekitar. Akibat adanya CV. Raja Patin Indonesia ini mampu membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan penghasilan, mengurangi pengangguran serta proses pembangunan yang ada di desa sehingga kesejahteraan masyarakat sekitar menjadi lebih baik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada CV. Raja Patin Indonesia, menjelaskan bahwa pengolahan kerupuk kulit ikan patin ini sangat sederhana. Yang pertama siapkan semua bahan dan juga peralatan yang akan digunakan, setelah itu kulit ikan patin dibersihkan dari sisa-sisa daging yang melekat dan direndam ke dalam air kapur sirih kurang lebih 2 jam. Setelah itu, kulit ikan patin dicuci hingga bersih dan kemudian di baluri dengan bumbu yang sudah diracik oleh pak Fitriadi beserta istri. Bumbu ini merupakan salah satu resep rahasia yang dimiliki CV. Raja Patin Indonesia sehingga menciptakan ciri khas yang berbeda. Selanjutnya kulit yang sudah diberi bumbu akan dimasukkan ke dalam penggilingan dan proses yang terakhir yaitu menggoreng kulit ikan patin ini.

Bahan baku kulit ikan patin tidak hanya didapatkan dari Sumatera Utara saja yaitu kota Medan, tetapi juga didatangkan dari Pulau Jawa dan Lampung. Karena semakin banyaknya permintaan yang masuk, membuat CV. Raja Ikan Patin Indonesia kebingungan akan pemasok kulit ikan patin. Dengan seiring berjalannya usaha ini membuat banyak pesaing yang ikut mengeluarkan produk serupa membuat kulit ikan patin yang awalnya hanya limbah menjadi bahan baku yang sekarang sulit untuk didapatkan. Maka dari itu CV. Raja Patin Indonesia mengambil dari pemasok luar kota yang namanya kulit kemasan bertuan. Membutuhkan kurang lebih 5-7 hari untuk kedatangan kulit yang berasal dari luar kota, sedangkan kulit yang berasal dari kota Medan datang setiap harinya. Faktor penghambat produksi yang terjadi yaitu ketika pabrik kulit ikan patin atau pemasok yang berada di Medan mengalami kerusakan pada mesin, maka kegiatan produksi di CV. Raja Patin Indonesia tidak dapat beroperasi.

Perusahaan mempunyai beberapa cara agar permintaan kerupuk kulit ikan patin ini meningkat, salah satunya dengan menciptakan ciri khas sendiri dari rasa kerupuk kulit ikan patin ini. Bumbu yang digunakan merupakan rempah-rempah asli Indonesia sehingga menciptakan ciri khas rasa dan wangi yang berbeda dari produk-produk serupa lainnya. CV. Raja Ikan Patin mengeluarkan beberapa varian rasa, yaitu original, Balado, dan juga kari. Kerupuk kulit ikan patin yang diolah CV. Raja Patin Indonesia masih sangat unggul di pasaran daripada produk-produk serupa lainnya seperti ninie arvins. Selain rasanya yang memiliki ciri khas sendiri, harga produk kerupuk kulit ikan patin CV. Raja Patin Indonesia ini masih terjangkau bagi semua kalangan. Baik anak sekolah atau yang sudah bekerja sekali pun. Selain rasa, kualitas produk juga dijaga dengan sangat baik oleh CV. Raja Patin Indonesia. Dengan menerapkan SOP yang berlaku di perusahaan, baik itu kesterilan karyawan ketika

hendak bekerja ataupun memeriksa hasil kerupuk kulit ikan patin yang layak untuk di jual. Ada 3 jenis ukuran kerupuk kulit ikan patin, yaitu:

**Tabel 2.** Ukuran Kerupuk Kulit Ikan Patin dan Harga Jual

No.	Kemasan	Jumlah	Harga (RP)
1.	230 Gram	1	25.000
2.	100 Gram Premium	1	20.000
3.	50 Gram	1	10.000

*Sumber: CV. Raja Patin Indonesia, 2023*

Pada tabel 2 diatas terlihat bahwa CV. Raja Patin Indonesia memproduksi beberapa kemasan yang memiliki ukuran berbeda. Kemasan dengan berat 230 gram dijual sekitar Rp. 25.000/pcs. Namun, harga untuk ukuran 10 gram mulai sekitar Rp. 20.000/pcs. Barang terakhir adalah untuk ukuran 50 gram yang dijual sekitar Rp. 10.000/pcs. Kemasan premium dari CV. Raja Patin Indonesia sudah tersedia di Indomaret, Alfamart, Alfamidi, dan supaermarket besar lainnya.

**Tabel 3.** Penjualan Kerupuk Kulit Ikan Patin tahu 2017-2021

Tahun	Pcs
2017	190.000
2018	221.000
2019	252.000
2020	267.000
2021	282.000

*Sumber: CV. Raja Patin Indonesia 2023*

Pada tabel 3 penjualan kerupuk kulit ikan patin pada CV. Raja Patin Indonesia di Desa Sugiharjo Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang dari tahun 2017 sampai tahun 2019 mengalami kenaikan. Jumlah penjualan kerupuk kulit ikan patin mencapai 190.000 pcs pada tahun 2017, mencapai 221.000 pcs pada tahun 2018, dan juga mengalami peningkatan pada tahun 2019. Cv. Raja Patin Indonesia merupakan salah satu UMKM binaan yang dimiliki Pertamina dan bertahan dalam sitausi sulit akibat wabah covid-19 yang menyerang seluruh dunia. Mitra binaan yang menjual kerupuk kulit ikan patin ini mampu mempertahankan pangsa pasarnya karena membangun jaringan penjualan yang besar, artinya ada pilihan lain ketika satu pasar menurun. Bahkan pada masa pandemi yang dialami seluruh Indonesia pada 2 tahun terakhir masih membuat produk kerupuk kulit ikan patin ini banyak peminatnya sehingga permintaan produk banyak dan pendapatan juga meningkat. Walaupun permintaan produk tidak terlalu melonjak tinggi, tetapi tetap mengalami kenaikan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Ada penurunan sekitar 20%, tetapi masih membuat Raja Patin Indonesia tetap melakukan produksi dan memasarkan produknya. Karena harga yang masih terjangkau membuat produk ini banyak digemari oleh seluruh masyarakat. Itulah salah satu cara perusahaan agar produknya dapat bersaing di pasaran dan mampu mendongkrak pasar Nasional. Kerupuk kulit ikan patin yang di produksi oleh Cv. Raja Patin Indonesia ini mampu mendongkrak pasar Nasional bahkan produknya sudah sampai di pulau Jawa, Bali, Sumatera, dan memiliki reseller di seluruh Indonesia.

Mengikuti seminar-seminar atau pelatihan juga menjadi salah satu faktor pendukung untuk menambah wawasan daripada pihak perusahaan atau UKM agar dapat mengembangkan usaha yang dijalaninya. Salah satunya CV. Raja Patin Indonesia, pemilik atau pimpinan perusahaan selalu mengikuti pelatihan dan seminar yang diadakan oleh pihak pemerintah ataupun lembaga-lembaga lainnya sehingga terbukti jika CV. Raja Patin Indonesia mampu mengembangkan usaha yang

dijalannya. Dengan dibuktikan menjadi juara di ajang Juragan Zaman Now dan UKM Wow, yang berarti produk dari CV. Raja Patin Indonesia mampu bersaing dan memperebutkan pasar ditengah banyaknya pesaing dengan produk yang serupa. Bahkan produk kerupuk kulit ikan patin ini pernah masuk kedalam Pesona dari JNE, yang dimana Pesona JNE ini merupakan wadah layanan pemesanan dan delivery makanan serta minuman khas daerah yang ada di seluruh Indonesia melalui web yang tersedia.

Semakin melonjaknya permintaan terhadap kerupuk kulit ikan patin ini, membuat pimpinan CV. Raja Patin Indonesia pernah berinisiatif mengeluarkan produk dengan bahan baku daging ikan patin. Sudah pernah rilis produknya dan ditawarkan kepada seluruh reseller atau bahkan konsumen. Tetapi peminat akan produk tersebut sangat minim, sehingga sangat sulit untuk menghabiskan stok produk yang sudah di produksi. Ketidaktertarikan akan produk tersebut membuat pimpinan perusahaan meniadakan produksi kerupuk daging ikan patin. Dan tetap menjalankan kegiatan produksi kerupuk kulit ikan patin yang semakin hari meningkat permintaan akan produknya. Dengan itu baik pihak Pemerintah, Akademisi, Masyarakat, Pelaku usaha dan media sudah mencoba bersinergi dengan mengambil perannya masing-masing dalam upaya pengembangan UKM dan UMKM yang ada khususnya di Sumatera Utara ini.

Media tidak kalah pentingnya dalam pengembangan suatu usaha, media yang menjadi penghubung serta interaksi antara pemerintah, bisnis, akademisi, dan juga masyarakat. Dengan adanya media sangat membantu sebuah produk menjadi terkenal, salah satunya yang dilakukan CV. Raja Patin Indonesia. CV. Raja Patin Indonesia pernah memperkenalkan produknya melalui selebgram, tiktok, market place, platform belanja online, facebook, atau bahkan web resmi dari raja patin itu sendiri, dll. Bahkan banyak media massa yang meliput usaha raja patin Indonesia ini, seperti tribun, metro, dan transfer tv. Melalui media seperti ini membuat banyak orang atau masyarakat yang awalnya tidak mengetahui menjadi sadar kehadiran produk kerupuk kulit ikan patin. Media menjadi solusi bagi CV. Raja Patin Indonesia untuk dapat meningkatkan permintaan konsumen, dari sini terciptalah reseller-reseller CV. Raja Patin Indonesia yang berada di seluruh Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi produksi yang harus dilakukan perusahaan agar permintaan produk dan peningkatan pendapatan meningkat yaitu, setiap perusahaan harus mampu menjaga kualitas rasa serta mutu dari produk yang diproduksi. Ciri khas yang berbeda dari sebuah produk harus dimiliki setiap perusahaan, supaya produk yang ditawarkan dapat bersaing di pasar Nasional atau bahkan Internasional. CV. Raja Patin Indonesia memiliki ciri khas rasa tersendiri, dimana bumbu yang digunakan merupakan asli rempah-rempah Indonesia sehingga produk ini terkenal dengan Indonesia banget. Harga juga salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan produk, oleh karena itu CV. Raja Patin Indonesia memproduksi kerupuk kulit ikan patin dengan harga yang sangat ramah di kantong. Sehingga membuat peminat dari kerupuk kulit ini sangat banyak dan bahkan pada masa pandemic saja permintaan meningkat walaupun tidak melonjak terlalu tinggi. CV. Raja Patin Indonesia mampu bersaing ditengah ketatnya persaingan kuliner di Indonesia, dibuktikan dengan banyaknya permintaan akan produk kerupuk kulit ini ke seluruh Indonesia dan pernah masuk kedalam Pesona JNE karena permintaan yang semakin meningkat. Raja Patin Indonesia menjadi salah satu UKM yang sukses mengembangkan usaha yang dijalannya, dibuktikan dengan menjadi juara Juragan Zaman Now, UMKM Wow dan

menjadi UMKM binaan Pertamina yang mampu bertahan ditengah wabah Covid-19. Pihak Pemerintah, Akademisi/Universitas, Pelaku UKM, Masyarakat, dan media sudah mengambil perannya masing-masing dalam proses pengembangan UKM yang ada. Seperti halnya pengembangan usaha pada CV. Raja Patin Indonesia, dengan berbagai upaya yang coba dilakukan dari masing-masing pihak terkait. Baik pemberian informasi yang dilakukan pihak pemerintah mengenai seminar/pelatihan, membantu dan memberikan fasilitas untuk dapat memasarkan produk, membantu dalam proses izin dan juga BPOM, atau bahkan membantu dalam hal modal usaha. Dan bahkan dari dinas terkait selalu melakukan pengawasan atau terjun langsung ke lapangan untuk melihat secara langsung proses produksi yang dilakukan apakah sudah sesuai dengan aturan yang ada. Begitu pula yang dilakukan para akademisi atau Universitas. Sudah mengambil perannya dalam ikut serta pengembangan UKM dengan dibuktikan banyaknya penelitian atau bahkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan terkait dengan UKM dan UMKM. Pihak Universitas juga melakukan kerjasama dengan pihak Pemerintah seperti mendelegasikan dosen sebagai mentoring UMKM. Harapan kedepannya agar semua para akademisi lebih sering lagi terlibat dalam mendorong dan pembinaan UMKM melalui pengabdian masyarakat yang outputnya menambah pengetahuan informasi kepada UKM dan UMKM Businessplan. Dengan kehadiran usaha kerupuk kulit ikan patin ini, mampu menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan, dan bahkan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar CV. Raja Patin Indonesia untuk lebih baik lagi perekonomiannya. Media juga menjadi salah satu pendukung untuk dapat mengembangkan suatu usaha, media yang menjadi penghubung serta interaksi antara pemerintah, bisnis, akademisi, dan juga masyarakat. Dengan adanya media sangat membantu sebuah produk menjadi terkenal, salah satunya yang dilakukan CV. Raja Patin Indonesia. CV. Raja Patin Indonesia memperkenalkan produknya melalui selebgram, tiktok, market place, platform belanja online, facebook, atau bahkan web resmi dari raja patin itu sendiri, dll. Bahkan banyak media massa yang meliput usaha ini, yaitu seperti metro tv dan juga tribun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fatin Laili, Y., & Hendra Setiawan, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sentra Batik di Kota Pekalongan. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(4), 1–10. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Febriyanni, R., & Majid, M. S. A. (2023). Analisis Faktor Produksi dalam Perspektif Islam (Studi Kasus: UKM Keripik Cinta Mas Hendro). *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 25–31. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.719>
- Gusdini, W., Mawadda, S., & Dkk. (2023). Peningkatan pendapatan sentra industri keripik ubi melalui tiktok shop. *Jurnal Cemerlang*, 3(1), 10–19.
- Harlindah. (2020). Tenaga Kerja Dan Tingkat Produksi Menggunakan Analisis Marginal Produksi. *Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam*, 2, 46.
- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.518>
- Imsar. (2019). *Ekonomi Mikro Islam*. FEBI UIN-SU Press.
- Imsar, I., Marliyah, M., & Harahap, F. H. (2021). Strategi Pemasaran Warung Kopi Di Kota Medan Dengan Game Theory. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 20–32. <https://doi.org/10.30829/hf.v8i2.9783>
- Karmini, & Karyati. (2020). Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kelompok

- Makanan , Minuman Dan Tembakau Di Kota Tarakan ( the Development of Medium and Small Businesses of Cigarette , Drink , and Food Group in Tarakan City ). *Jurnal Riset Pembangunan*, 2(2), 89–97.
- Khusniyah. (2020). Implementasi Model Pentahelix Sebagai Landasan Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kabupaten Kediri (Studi Literatur). *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan I Tahun 2020*, 159–163.
- Lestari, N., & Setianingsih, S. (2019). Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Produsen Genteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah). *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* LABATILA: Jurnal II, 3(1), 96–120. <http://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/235>
- Mashuri, M. (2019). Analisis Permintaan Dengan Pendekatan Maslahah. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 92–109. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1041>
- Memi Martalia, C. S. (2021). Strategi Produksi Dan Pemasaran Pt. Sriwijaya Alam Segar Dipalembang. *Ilmiah Nahasiswa Ekonomi Syariah*, 1, 48. <https://doi.org/10.36908/jimesha>
- Ndraha, A. A. (2022). Analisis Pengaruh Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Peningkatan Pendapatan .... 3, 20–30. [http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14635%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/14635/1/Skripsi Analisis Pengaruh Pembiayaan Paket Masa Depan %28PMD%29 Terhadap Pertumbuhan UMKM dan Peningkatan Pendapatan Nasabah.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14635%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/14635/1/Skripsi%20Analisis%20Pengaruh%20Pembiayaan%20Paket%20Masa%20Depan%20PMD%20Terhadap%20Pertumbuhan%20UMKM%20dan%20Peningkatan%20Pendapatan%20Nasabah.pdf)
- Nuranisa Fitri, Kamilah, K., & Rahma, T. I. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(3), 151–162. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i3.21>
- Nurhadi, Muizzu., et al. (2020). Peningkatan Kapasitas Roduksi Krupuk Lontongan Di Desa Banangkah, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. *Seminar Nasional Konsorsium Untag Indonesia*, 125–135.
- Putri, D. A., & Prabowo, B. (2021). Analisis Strategi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm (Studi Kasus Bakso Super Rasa di Jalan Gayungan Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 117. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.865>
- Rafsanjani, H. (2022). Kaidah-Kaidah Fiqh (Qawa'id Al-Kulliyah) tentang Keuangan Syariah. *Maqasid: Jurnal Studi Hukum Islam*, 7(2).
- Rafsanjani, H. (2022). Kewajiban Penyediaan Modal Minimum dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Capital Adequency Ratio pada Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2).
- Rafsanjani, H. (2022). Hutang Negara dan Sumber Alternatif Keuangan Negara Perspektif Islam. *Maqasid: Jurnal Studi Hukum Islam*, 9(2)
- Rafsanjani, H. (2022). Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk Mengukur Unidimensional Indikator Pilar Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Rafsanjani, H. (2022). Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) Pada Lembaga Keuangan Syariah (Pendekatan Psikologi Sosial). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 267-278.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G., & Rafsanjani, H. (2018). Peran fintech dalam

- meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1-24.
- Rafsanjani, H. (2018). Studi Kritis Pemikiran Muhammad Yunus Tentang Grameen Bank. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(1).
- Rafsanjani, H. (2016). Akad Tabarru'Dalam Transaksi Bisnis. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Rafsanjani, H., & Sukmana, R. (2014). Pengaruh perbankan atas pertumbuhan ekonomi: studi kasus bank konvensional dan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(3), 492-502.
- Riyanti, S. nur, & Pandria, T. M. A. (2019). Perumusan Strategi Bisnis Berdasarkan Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Usaha Waralaba. *Jurnal Optimalisasi*, 5(X), 96–106. <http://jurnal.utu.ac.id/joptimalisasi/article/view/1090>
- Saragih, M.Sc, F. H. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Rumah Tangga Tani Padi. *Jurnal Agrica*, 9(2), 101. <https://doi.org/10.31289/agrica.v9i2.486>
- Wijayanti, P., & Sunrowiyati, S. (2019). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku guna Memperlancar Proses Produksi dalam Memenuhi Permintaan Konsumen pada UD Aura Kompos. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 4(2), 179–190.
- Wijayanti, W., & Parinduri, L. (2020). Analisa Dan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Di Ud. Karya Abadi. *Cetak) Buletin Utama Teknik*, 16(1), 1410–4520.
- Yafiz, M., & Lia Purnama Sari. (2022). Analisis Program Dinas Perdagangan Kota Medan Terhadap Peningkatan Usaha Kecil Menengah (UKM Pada Usaha Tape Di Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan. *J-CEKI:Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(2), 106–112.