

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu hal penting yang digunakan dalam menilai kemajuan suatu negara. Kajian ekonomi makro mendefinisikan pertumbuhan ekonomi sebagai sebuah proses peningkatan *output* per kapita dalam jangka panjang. Kondisi ini mencerminkan meningkatnya kemampuan masyarakat untuk mengonsumsi barang dan jasa, yang akhirnya akan mendorong kenaikan daya beli, produksi, dan pendapatan masyarakat. Ketiga hal tersebut menjadi indikator utama dalam mengukur kondisi perekonomian suatu negara¹.

Dinamika ekonomi modern tidak hanya bergantung pada peningkatan produksi, tetapi juga dipengaruhi oleh perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif. Kemajuan teknologi di bidang komunikasi, informasi, dan transportasi telah memperluas akses masyarakat terhadap informasi sekaligus mendorong aktivitas ekonomi, sehingga persaingan bisnis pun semakin ketat. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi yang inovatif agar mampu bertahan dan terus berkembang. Salah satu strategi yang dinilai penting adalah pengembangan produk, baik melalui penciptaan produk baru maupun penyempurnaan produk yang sudah ada, guna menjaga relevansi usaha dengan kebutuhan pasar yang terus berubah².

¹ Rinaldi Syahputra, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekonomi di Indonesia," *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 1, No.2 (2021): hlm. 183-191.

² Mukhlisotul Jannah, "Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif," *Islamiconomic*, Vol. 5, No. 1 (2021): hlm. 1-15.

Pengembangan produk merupakan strategi yang dilakukan melalui penciptaan produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan segmen pasar saat ini. Aktivitas ini mencakup analisis peluang pasar, proses produksi, pemasaran, hingga distribusi. Tujuannya adalah meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat daya saing perusahaan. Kualitas produk menjadi faktor penentu keberhasilan yang diwujudkan melalui inovasi produk, perbaikan kemasan, serta penyesuaian terhadap selera pasar, baik domestik maupun internasional.

UMKM Indonesia sangat berperan signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, dengan memiliki kontribusi yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja lebih dari 97% dan menyumbang sekitar 60% pada Produk Domestik Bruto (PDB)³. Penguatan UMKM dalam perspektif ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, melainkan juga menjadi sarana penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, keberlanjutan, maupun kemaslahatan masyarakat⁴.

Kabupaten Probolinggo merupakan wilayah pesisir di Jawa Timur yang memiliki potensi sumber daya laut melimpah. Sebagian besar masyarakat menggantungkan mata pencaharian pada sektor perikanan, baik sebagai nelayan maupun pelaku UMKM pengolahan hasil laut. Potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, dikarenakan masih menghadapi beberapa kendala,

³ Nabila Kurnia Sari et al., "Studi Kelayakan Bisnis Islam Pada UMKM," *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol. 2, No. 5 (2025): hlm. 8570-8576.

⁴ Rahmat Kurniawan et al., "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Dalam Aspek Ekonomi," *Al-Qasd Journal*, Vol. 4, No. 2 (2022): hlm. 90-98.

seperti keterbatasan modal, rendahnya diversifikasi produk, serta tingkat persaingan usaha yang cukup tinggi⁵.

Lussy Omah Seafood adalah salah satu UMKM pengolahan hasil laut di Kabupaten Probolinggo yang berdiri sejak tahun 2020. Usaha ini lahir di tengah dampak pandemi COVID-19, dengan produk pertamanya berupa dendeng ikan belanak tanpa tulang. Respon positif yang diberikan oleh konsumen mendorong usaha ini untuk terus melakukan pengembangan produk, yaitu melalui peningkatan kualitas produk, perbaikan kemasan, dan pelayanan yang lebih baik. Strategi tersebut terbukti efektif dalam menjaga kepuasan sekaligus loyalitas konsumen⁶, dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, TikTok untuk memperluas jangkauan pemasarannya hingga ke berbagai daerah di Indonesia, seperti Jepara, Bogor, Malang, Bali, Papua⁷. Usaha ini juga telah memperoleh sertifikasi halal sebagai wujud komitmen terhadap prinsip syariah dalam setiap kegiatan operasionalnya⁸.

Pengembangan produk dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah tidak hanya dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab usaha dalam menjaga keberlanjutan yang sesuai dengan prinsip syariah. Penerapan studi kelayakan bisnis syariah pada Lussy Omah Seafood difokuskan pada aspek

⁵ Verto Septiandika, Imam Sucahyo, Andi Rahmadhi, Renny Chandra Dewi, Mastina Maksin, Siti Nur Fadilah, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir Melalui Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Di Kota Probolinggo," *Abdine: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 4, No. 1 (2024): hlm. 67-75.

⁶ Lussy Karuniawati (Pemilik Usaha), "Latar Belakang" (Probolinggo: 13 Oktober, 2025).

⁷ *Ibid.*

⁸ Delvi Nur Cahyaning Putri dan Abdur Rohman, "Analisis Legalitas dan Pemasaran UMKM 'PIA NURIS' Dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis Syariah," *Edunomika*, Vol. 07, No. 02 (2023): hlm. 1-15.

pemasaran yang meliputi segmentasi pasar, produk, harga, dan promosi. Aspek tersebut dikaji untuk menilai sejauh mana strategi pengembangan produk yang dijalankan telah sesuai dengan nilai-nilai syariah, mencakup kehalalan bahan baku, keadilan dalam distribusi keuntungan, transparansi proses produksi, serta orientasi terhadap kemaslahatan masyarakat⁹.

Kajian sistematis mengenai strategi pengembangan produk Lussy Omah Seafood dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah belum pernah diteliti. Kekosongan kajian ini menegaskan tujuan penelitian untuk memberikan gambaran menyeluruh sekaligus kontribusi akademis dan praktis bagi pengembangan UMKM berbasis nilai Islam. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini diberi judul **“Strategi Pengembangan Produk Pada Lussy Omah Seafood Dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis Syariah.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan dapat diidentifikasi antara lain sebagai berikut:

1. UMKM olahan hasil laut di Kabupaten Probolinggo menghadapi persaingan usaha yang cukup ketat, sehingga membutuhkan strategi pengembangan produk yang tepat agar mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.
2. Lussy Omah Seafood telah melakukan pengembangan produk melalui diversifikasi jenis olahan hasil laut serta perbaikan kemasan dan pemasaran.

⁹ Tazkiya Faudiyah dan Abdur Rohman, “Analisis Studi Kelayakan Bisnis dalam Perspektif Islam Pada UMKM Minuman Grisetee di Gresik,” *Jurnal Media Akademik (JMA)* Vol. 2, No. 6 (2024): hlm. 1-16.

Akan tetapi untuk strategi pengembangan produk tersebut belum dianalisis secara sistematis untuk mengetahui tingkat kelayakannya.

3. Pengembangan produk yang dilakukan oleh Lussy Omah Seafood selama ini lebih didorong oleh permintaan pasar dan ketersediaan bahan baku yang bersifat musiman, sehingga belum diketahui apakah strategi tersebut telah memenuhi aspek pemasaran pada studi kelayakan bisnis syariah.
4. Meskipun Lussy Omah Seafood telah memiliki sertifikasi halal dan menerapkan prinsip-prinsip dasar syariah dalam operasional usahanya, belum terdapat kajian yang secara khusus menilai kesesuaian strategi pengembangan produk dengan aspek pemasaran pada studi kelayakan bisnis syariah.
5. Belum adanya penelitian yang mengkaji secara mendalam strategi pengembangan produk pada UMKM olahan hasil laut di Probolinggo dengan menggunakan pendekatan studi kelayakan bisnis syariah sebagai alat analisis utama.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka perlu ada pembatasan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini secara spesifik hanya akan memfokuskan diri pada kajian mengenai strategi pengembangan produk pada Lussy Omah Seafood. Strategi ini akan ditelaah mulai dari strategi peningkatan kualitas, strategi peningkatan kemasan, strategi peningkatan pelayanan, kendala dalam strategi pengembangan produk.

2. Analisis yang dilakukan akan dibatasi hanya menggunakan perspektif studi kelayakan bisnis syariah yang bersifat komprehensif yaitu berfokus pada aspek pemasaran usaha yang meliputi segmentasi pasar, produk, harga, dan promosi.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada Lussy Omah Seafood yang berlokasi di Probolinggo. Informan yang diwawancarai atau menjadi sumber data adalah pemilik usaha, pekerja, dan konsumen yang terlibat langsung dalam implementasi strategi pengembangan produk dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah pada UMKM tersebut. Pembatasan ini dilakukan untuk menjaga relevansi data dengan objek studi kasus yang telah dipilih.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk pada Lussy Omah Seafood?
2. Bagaimana kelayakan strategi pengembangan produk pada Lussy Omah Seafood dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk yang diterapkan oleh Lussy Omah Seafood.

- b. Untuk mengetahui kelayakan strategi pengembangan produk yang diterapkan oleh Lussy Omah Seafood dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Secara Teoritik

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam strategi pengembangan produk dan studi kelayakan bisnis syariah.

b. Secara Praktik

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan dan memberikan masukan bagi penelitian sebelumnya serta dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lainnya, khususnya di sektor olahan hasil laut di wilayah Probolinggo.

F. Kajian Pustaka

1. Skripsi yang ditulis oleh Aprilia Pratiwi Kencana (2021), yang berjudul *“Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Bahan Dasar Singkong dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kecamatan Raman Utara Kabupaten Lampung Timur)”*¹⁰. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara semi terstruktur dan dokumentasi pada pelaku usaha singkong yang telah berdiri

¹⁰ Aprilia Pratiwi Kencana, “Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Bahan Dasar Singkong Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kecamatan Raman Utara Kabupaten Lampung Timur)” (IAIN Metro, 2021), hlm. 1-124.

lebih dari tiga tahun. Hasil penelitian menunjukkan tiga tahapan strategi pengembangan produk, yaitu menjaga kualitas bahan baku agar tetap halal dan aman, menciptakan varian rasa baru sebagai inovasi, serta memperbaiki gaya dan desain produk yang masih terbatas. Dari perspektif ekonomi Islam, strategi tersebut dinilai sesuai syariat karena bahan baku diperoleh secara halal, proses produksi tidak membahayakan konsumen maupun lingkungan, serta pelaku usaha menerapkan kejujuran dalam pemasaran.

2. Jurnal yang ditulis oleh Najmi Kamariah dan Andi Ahmad Israr (2023) berjudul "*Strategi Pengembangan Produk Melalui Perancangan Desain Kemasan Baru pada UMKM WARCOK*"¹¹. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik, karyawan, serta konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa konsumen dan pemilik usaha lebih memilih kemasan *styrofoam* berbahan *polystyrene* serta *paper bowl* berbahan kertas ramah lingkungan karena dinilai lebih praktis, higienis, mampu mencegah kebocoran, dan memiliki nilai estetika. Temuan ini menegaskan bahwa desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan identitas merek yang dapat meningkatkan minat beli konsumen serta memperkuat daya saing UMKM di pasar.

3. Jurnal yang ditulis oleh Anisa Triyana Bate'e *et al.*, (2024), yang berjudul "*Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Sop Ayam Pak Mim Klaten*

¹¹ Najmi Kamariah dan Andi Ahmad Israr, "Strategi Pengembangan Produk Melalui Perancangan Desain Kemasan Baru Pada UMKM Warcok," *Jurnal Administrasi Terapan*, Volume 1, Nomor 2 (2023): hlm. 204-222, <https://doi.org/10.33509/admit.v1i2.2357>.

Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran”¹². Jurnal ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya aspek pasar dan pemasaran dalam menentukan kelayakan pengembangan usaha UMKM. Aspek ini tidak dapat diabaikan karena menjadi kunci dalam menjangkau konsumen dan menghadapi persaingan. Strategi pemasaran yang efektif, seperti kolaborasi dengan platform online dan promosi melalui *word of mouth*, terbukti meningkatkan volume penjualan, daya saing, serta mendukung rencana ekspansi bisnis.

4. Jurnal yang ditulis oleh Indana Zulfa dan Ahmad Ajib Ridlwan (2024) yang berjudul “*Analisis Kelayakan Usaha Pada Pengembangan Produk Sunflowsticks*”¹³. Jurnal ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan data primer berasal dari wawancara dan data sekunder dari dokumen yang telah tersedia sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelayakan pengembangan produk baru (*Sunflowsticks*) melalui pendekatan studi kelayakan bisnis Islam. Pengembangan produk tidak hanya dinilai dari potensi komersial, tetapi juga harus selaras dengan nilai-nilai moral Islam dalam seluruh aspeknya.
5. Jurnal yang ditulis oleh Namang Juki Hardi, Desi Isnaini, Muhammad Irpan Nurhab (2025), yang berjudul “*Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada*

¹² Anisa Triyana Bate’e et al., “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran,” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Volume 9, No. 1 (2024): hlm. 221-235.

¹³ Indana Zulfa dan Ahmad Ajib Ridlwan, “Analisis Kelayakan Usaha Pada Pengembangan Produk Sunflowsticks Berdasarkan Perspektif Bisnis Islam,” *At Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume IX, No. II (2024): 291–316.

Usaha Mikro Pembuatan Tempe”¹⁴. Jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi lapangan (*field research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelayakan usaha tidak hanya ditentukan oleh profit, tetapi juga oleh kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam operasional sehari-hari, untuk aspek produksi dan pemasaran, usaha dinilai layak dengan penerapan nilai kejujuran dan kebersihan. Namun dari aspek keuangan, usaha belum sepenuhnya layak akibat pencatatan yang tidak sistematis dan percampuran dana pribadi dengan dana usaha.

6. Jurnal yang ditulis oleh Albert Rapindo dan Farel Raditya (2025), yang berjudul “*Evaluasi Kelayakan Bisnis Syariah: Strategi Untuk Memulai Usaha Yang Sesuai Dengan Prinsip Islam*”¹⁵. Jurnal ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kunci meliputi pemahaman prinsip syariah, kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah, dan inovasi teknologi; sementara tantangan utama meliputi perbedaan interpretasi syariah, persaingan dengan bisnis konvensional, dan literasi masyarakat yang masih terbatas.

7. Jurnal yang ditulis oleh Yulia, Mersy Aulia, Adelliah, Zalika Maharani (2025) yang berjudul “*Pentingnya Studi Kelayakan Bisnis Syariah Dalam Menilai*

¹⁴ Namang Juki Hardi, Desi Isnaini, dan Muhammad Irpan Nurhab, “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Pembuatan Tempe (Studi pada Desa Palak Siring Kecamatan Kedurang),” *JSE: Jurnal Sharia Economica*, Volume 4, Nomor 2 (2025): hlm. 231-243, <https://doi.org/10.46773/jse.v4i2.2384>.

¹⁵ Albert Rapindo dan Farel Raditya, “Evaluasi Kelayakan Bisnis Syariah: Strategi Untuk Memulai Usaha Yang Sesuai Dengan Prinsip Islam,” *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol: 2, No: 5 (2025): hlm. 8054-8062, <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3273>.

Potensi Pasar Dan Keberlanjutan Usaha”¹⁶. Jurnal ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis syariah menjadi pedoman strategis untuk pengambilan keputusan yang etis dan berorientasi jangka panjang, memastikan usaha tidak hanya menguntungkan secara materi tetapi juga membawa kemaslahatan sosial dan spiritual.

Tabel 1 Trabulasi Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
1.	Aprilia Pratiwi Kencana (2021)	Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Bahan Dasar Singkong dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kecamatan Raman Utara Kabupaten Lampung Timur)	Terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada analisis SWOT dan fokus pada ekonomi kreatif. Sedangkan penelitian ini berfokus pada kelayakan strategi pengembangan produk dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah.	Terletak pada objek penelitian yang menggunakan usaha yang sudah berdiri lebih dari 3 tahun, dan menggunakan metode penelitian kualitatif.
2.	Najmi Kamariah & Andi Ahmad Israr (2023)	Strategi Pengembangan Produk Melalui Perancangan Desain Kemasan Baru pada UMKM WARCOK	Terletak pada fokus penelitian. Jurnal ini menitikberatkan pada pengembangan produk melalui inovasi desain kemasan baru untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas produk. Sedangkan penelitian skripsi berfokus pada strategi pengembangan produk dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah.	Sama-sama membahas strategi pengembangan produk pada UMKM, menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, serta menekankan pentingnya inovasi untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi kebutuhan konsumen.

¹⁶ Zalika Maharani Yulia, Mersy Aulia, Adelliah, Zalika Maharani, “Pentingnya Studi Kelayakan Bisnis Syariah Dalam Menilai Potensi Pasar Dan Keberlanjutan Usaha,” *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia* Vol: 2, No: 5 (2025): hlm. 8168-8174, <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>.

No.	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
2.	Anisa Triyana Bate'e, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti, RR. Wening Ken Widodasih (2024)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Sop Ayam Pak Mim Klaten Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran	Terletak pada lokasi, objek dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada aspek dan pemasaran UMKM sop ayam secara umum. Penelitian ini akan berfokus pada analisis strategi pengembangan produk UMKM olahan hasil laut dengan menggunakan pendekatan studi.	Terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif serta sama sama menganalisis kelayakan usaha UMKM sebagai pengambilan keputusan pengembangan produk.
3.	Indana Zulfa dan Ahmad Ajib Ridlwan (2024)	Analisis Kelayakan Usaha Pada Pengembangan Produk <i>Sunflowsticks</i>	Terletak pada lokasi dan objek penelitian. Penelitian terdahulu membahas mengenai pengembangan produk satu produk yaitu <i>Sunflowsticks</i>, Penelitian ini akan membahas tentang strategi pengembangan produk berbagai olahan hasil laut yang telah dan akan dikembangkan oleh Lussy Omah Seafood.	Terletak pada fokus penelitian pengembangan produk serta penggunaan studi kelayakan bisnis syariah sebagai alat analisis dalam menilai suatu kelayakan usaha.
4.	Namang Juki Hardi, Desi Isnaini, Muhammad Irpan Nurhab (2025)	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Pembuatan Tempe	Terletak pada lokasi dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada kelayakan usaha mikro pembuatan tempe secara umum. Penelitian ini akan secara khusus menganalisis strategi pengembangan produk pada UMKM olahan hasil laut yang	Terletak pada penekanan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

No.	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
			telah memiliki sertifikasi halal.	
5.	Albert Rapindo dan Farel Raditya (2025)	Evaluasi Kelayakan Bisnis Syariah: Strategi Untuk Memulai Usaha Yang Sesuai Dengan Prinsip Islam	Terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu membahas mengenai strategi memulai usaha syariah secara konseptual dan umum. Penelitian akan membahas mengenai strategi pengembangan produk pada salah satu UMKM secara empiris melalui studi kasus di Lussy Omah Seafood.	Tertelak pada penekanan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.
6.	Yulia, Mersy Aulia, Adelliah Zalika Maharani (2025)	Pentingnya Studi Kelayakan Bisnis Syariah Dalam Menilai Potensi Pasar Dan Keberlanjutan Usaha	Terletak pada metode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan studi kepustakaan (<i>library research</i>). Penelitian ini menggunakan data lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menganalisis praktik nyata pengembangan produk UMKM.	Terletak pada pandangan bahwa studi kelayakan bisnis syariah merupakan instrument penting dalam menilai keberlanjutan dan kemaslahatan usaha.

Sumber: data diolah, 2025

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

1. BAB I (Pendahuluan): Berisi pengantar dari skripsi secara menyeluruh. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian Pustaka, dan sistematikan pembahasan.
2. BAB II (Landasan Teori): Berisi mengenai penjelasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yang bertujuan sebagai landasan pembahasan dan pemecahan masalah mengenai strategi pengembangan produk pada Lussy Omah Seafood dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah.
3. BAB III (Metode Penelitian): Berisi tentang metode yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan produk pada Lussy Omah Seafood dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah.
4. BAB IV (Hasil Penelitian): Bab ini berisikan tentang hasil dari penelitian mengenai strategi pengembangan produk pada Lussy Omah Seafood dalam perspektif studi kelayakan bisnis syariah.
5. BAB V (Penutup): Bab ini berisikan kesimpulan mengenai penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga menjawab dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam bab ini juga menyertakan saran untuk penyempurnaan penelitian selanjutnya.