

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Persaingan dunia usaha perikanan yang semakin hari semakin ketat serta semakin selektif dalam memilih hasil perikanan, membuat kelompok tani ikan dan petani ikan dituntut untuk menghasilkan produk pilihan dan bagus. Perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin pesat serta banyaknya masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya mengkonsumsi ikan menambah tuntutan kelompok tani ikan dan petani ikan untuk pintar dalam melakukan proses pemasaran yang efektif agar bisa bersaing didunia perikanan yang semakin ketat ini.

Ikan merupakan makanan yang sangat bagus bagi tubuh kita, baik pada fase pertumbuhan, dewasa , dan lanjut usia. Kandungan gizilah yang membuat ikan menjadi makanan yang banyak di sukai masyarakat khususnya masyarakat Indonesia yang merupakan negara maritim yang memiliki potensi ikan yang banyak. Protein banyak menjadi ciri khas dari ikan, tidak terkecuali dengan ikan lele. Ikan lele mempunyai nama latin *clarias batracus* , merupakan ikan yang memiliki kumis dan mempunyai kulit yang licin memanjang tak bersisik. Ikan ini memiliki keunggulan diantaranya bisa mengurangi kolesterol, mencegah jantung koroner, mengoptimalkan pertumbuhan bayi, membantu pembentukan otot, menjaga kesehatan tulang, mudah ditemui, daging lembut, memiliki kandungan protein dan lemak tidak jenuh yang tinggi.¹

¹ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/lele> diakses pada tanggal 2 Oktober 2018 pukul 19.25 WIB.

Keberadaan instansi pemerintah sebagai lembaga yang memiliki wewenang dalam kegiatan mengoptimalkan budidaya ikan sangat berpengaruh terhadap petani budidaya ikan. Salah satu kebijakan Pemerintah mengenai pengoptimalan budidaya ikan tercantum dalam ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2009. Pengoptimalisasian budidaya ikan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional dalam rangka pencapaian sasaran pembangunan yang disesuaikan dengan potensi, aspirasi dan permasalahan di daerah.²

Selain dari undang undang di atas mengenai budidaya ikan dan juga pengoptimalisasian budidaya ikan Islam juga mengajarkan untuk melestarikan biota perairan baik di air laut atau tawar untuk di manfaatkan hasilnya dan juga agar tidak punah yang nantinya akan tetap berkelanjutan seperti pada Surat Fathir ayat 12 yang artinya, dan tiada sama (antara) dua laut; yang ini tawar, segar, sedap diminum dan yang lain asin lagi pahit. Dan dari masing-masing laut itu kamu dapat memakan daging yang segar dan kamu dapat mengeluarkan perhiasan yang dapat kamu memakainya, dan pada masing-masingnya kamu lihat kapal-kapal berlayar membelah laut supaya kamu dapat mencari karunia-Nya dan supaya kamu bersyukur.³

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Kediri di sebelah utara,

WIB. ² <http://id.m.wikipedia.org/wiki/perikanan> diakses pada tanggal 2 Oktober 2018 pukul 19.30

WIB. ³ <https://tafsirq.com/35-fatir/ayat12> di akses pada tanggal 26 September 2018 pukul 08.40

Kabupaten Trenggalek di sebelah barat, Kabupaten Blitar di sebelah timur dan Samudra Hindia di sebelah selatan. Pusat pemerintahan terletak di Kecamatan Tulungagung. Terkenal sebagai kota marmer serta terletak 154 km barat daya Kota Surabaya. Kabupaten Tulungagung memiliki dua pelabuhan untuk penangkapan ikan yaitu di Popoh dan Sine yang merupakan salah satu tempat strategis untuk bersandar kapal – kapal pencari ikan di Kawasan Indonesia Timur yang terletak di Kecamatan Besuki dan Kalidawir. Di Kabupaten Tulungagung terdapat banyak pantai yang merupakan pantai yang memiliki panorama bagus dan biota laut yang bermacam-macam. Di Kabupaten Tulungagung juga terdapat sebuah waduk yang disebut Waduk Wonorejo.⁴

Selain terkenal sebagai kota marmer Tulungagung juga terkenal sebagai kota budidaya ikan yang baik khususnya ikan konsumsi, dimana di Kabupaten Tulungagung terdapat 302 kelompok tani ikan dan lebih dari 3.020 petani ikan. Perkembangan dunia perikanan di Tulungagung tidak lepas dari banyaknya potensi dan permasalahan perikanan yang ada seperti keadaan alam, geografis, dan sejarah yang mempunyai ciri khas tersendiri. Potensi yang dimiliki tersebut semakin memiliki daya tarik bagi pemerintah Kabupaten Tulungagung untuk memaksimalkan potensi budidaya ikan di Tulungagung. Dengan berbagai potensi dan permasalahan yang ada antara satu kawasan dengan kawasan yang lain di Kabupaten Tulungagung maka, diperlukan adanya kajian yang mendalam khususnya pada kawasan yang secara nyata mempunyai potensi unggulan.

⁴<https://www.google.co.id/search?client=ucwebbookmark&oq=profil+tulungagung&aqs=mobile-gws-lite.0.015&q=profil+tulungagung> diakses pada tanggal 17 Maret 2018 pukul 09.15 WIB

Di sini ada 40 kelompok tani ikan lele yang merupakan usaha primadona petani ikan di Tulungagung karena dinilai perputaran uangnya yang cepat dan bisa di jadikan sumber utama pencarian. Proses budidaya ikan lele yang baik bukanlah menjadi senjata utama dalam suatu usaha tani ikan, pemasaran yang baik serta berkelanjutan menjadi finishing dari suatu usaha kelompok tani ikan . Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan kelompok tani adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa.⁵ Kenapa memilih bauran pemasaran, karena bauran pemasaran meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi) yang biasa disebut dengan 4P yang mana keempat elemen tersebut mudah dipahami dan juga bisa dilaksanakan dengan cepat pada usaha budidaya dan juga keempat elemen tersebut saling berkaitan satu sama lain, ketika elemen tersebut ada yang tidak berjalan baik, maka akan mempengaruhi volume penjualan dan karena unsur berkaitan ini dimulai dari produk maka mudah diterapkan pada budidaya ikan yang menitik beratkan pada produk, untuk elemen selanjutnya tergantung dari kesuksesan kegiatan penciptaan produknya.

Salah satu kelompok tani ikan lele yang menerapkan bauran pemasaran serta sukses dalam pemasarannya adalah kelompok tani “Omah Iwak”, yaitu tempat budidaya ikan lele di desa Pandansari Kecamatan Ngunut. Berawal dari kebiasaan nongkrong di warung kopi dan berbincang – bincang keluh kesah antar petani ikan,

⁵ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang : UB Press, 2011), hal.76

maka muncullah ide untuk membuat kelompok tani ikan. Kekurangan sarana prasana, ilmu, serta modal menjadi kendala utama dalam budidaya ikan mereka.⁶

Kelompok tani ikan ini merupakan salah satu kelompok tani ikan di Tulungagung yang produknya bisa menembus pabrik serta menerapkan bauran pemasaran untuk usahanya. Bisa di katakan termasuk kelompok produktif, terbukti kelompok tani ini bisa setiap minggu memasok pabrik sebanyak 2 ton selama lebih dari satu tahun. Meskipun memiliki keterbatasan dalam sarana prasarana, tidak mengurungkan niat mereka untuk tetap memajukan kelompok tani ikan ini. Tidak tanggung – tanggung dua perusahaan besar di Sidoarjo langsung terpicat hatinya untuk menjadikan “Omah Iwak” menjadi partner kerja mereka, tanda betapa baiknya sistem pemasaran yang dilakukan kelompok tani ini di dalam memajukan usahanya. Strategi bauran pemasaranlah yang menjadi andalan dari kelompok tani ini yang menurut bapak lukman selaku ketua kelompok tani ini menyatakan strategi tersebut sangat efektif dalam usaha kelompok tani yang akhirnya produknya berkualitas super dan bisa menembus pabrik. Sebagaimana dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1.1
Tabel data kelompok tani Omah Iwak⁷

Hal	Tahun		
	2016	2017	2018
Anggota	15 orang	20 orang	24 orang
Kolam	1 orang (2 Kolam)	1 orang (2 – 3 Kolam)	1 orang(4 Kolam)

⁶ Wawancara dengan Ibu Andra selaku Kasi pengelolaan kawasan dan sarana prasarana budidaya Kabupaten Tulungagung, Tanggal 30 April 2019

⁷ Wawancara dengan Lukman selaku ketua kelompok tani ikan Omah Iwak, tanggal 08 Januari 2019 di rumah bapak Lukman Pandansari Ngunut Tulungagung

Hasil	1 minggu 75 Kg lele konsumsi atau Rp. 900.000	1 minggu 1-2 ton lele konsumsi atau Rp. 13.000.000 – Rp. 26.000.000	1 minggu 2 ton lele konsumsi atau Rp.26.000.00
Pemasaran	Tengkulak, Kerjasama kemitraan	Tengkulak, Link distributor pakan, Lepas dari kemitraan	Online, nyari link pabrik
Penyebaran anggota	Dusun Jati Desa pandansari	Dusun Jati Desa pandansari	Dusun Jati Desa pandansari
Produk	Lele konsumsi, benih lele, benih gurami	Lele konsumsi, benih lele, benih gurami, filet lele	Lele konsumsi, benih lele, benih gurami, filet lele
Jumlah ikan	Lele konsumsi 1x panen 75 Kg, benih lele 40 hari 50.000 ekor, Benih gurami 3 bulan 8.000 ekor	Lele konsumsi 1x panen 1- 2 ton, benih lele 40 hari 150.000 ekor, Benih gurami 3 bulan 24.000 ekor, Filet lele 3 bulan 50Kg.	Lele 1x panen 2 ton, benih lele 40 hari 150.000 ekor, Benih gurami 3 bulan 24.000 ekor, Filet 3 bulan 50 Kg.

Berdasarkan tabel di atas, kelompok tani Omah Iwak sudah beroperasi dengan baik dan juga terstruktur di semua bidang. Selain itu kunci kesuksesan mereka dalam mendapatkan pendapatan yang banyak adalah berada pada sistem pemasarannya, yang mana tiga tahun terakhir mereka bisa eksis di dunia perikanan serta kelompok tani omah iwak di jadikan tempat rekomendasi tamu – tamu dinas perikanan Tulungagung untuk di jadikan tempat kunjungan baik melakukan observasi maupun untuk melihat – lihat saja.

Awal berdiri pembentukan pengurus wajib dilakukan agar tidak terjadi kesalah fahaman dalam mengurus kelompok tani ikan tersebut. Pengorbanan baik materi maupun waktu pastilah ada, karena kelompok tani ini memang benar benar berdiri dengan uang pribadi masing - masing anggota. Seiring berjalannya waktu produk yang di hasilkan bisa sesuai harapan mereka, dengan misi untuk menciptakan lapangan pekerjaan serta menstabilkan harga lele di pasaran, kelompok tani ini bertekad menciptakan produk yang unggul dan akhirnya berhasil. Keunggulan kelompok tani ini diantaranya anggotanya berlokasi berdekatan yaitu

sama – sama di dusun jati Desa Pandansari Ngunut Tulungagung serta dengan jumlah yang tidak terlalu banyak yaitu 24 orang yang mana setiap orang memiliki 3 – 4 kolam ukuran produktif yaitu 3 x 3 meter dengan kedalaman air 1,2 meter serta sudah mampu memasok pabrik yang mana harganya selalu di atas harga pasar dan juga pembayaran tidak pernah telat.

Di dusun jati Desa pandansari Ngunut ini sebenarnya ada satu lagi kelompok tani ikan yang mana kelompok ini memilih komoditas ikan patin. Dan berikut data dari kelompok tani kan patin yaitu kelompok pembudidaya ikan ulam barokah :

Tabel 1.2
Tabel data kelompok pembudidaya ikan “Ulam Barokah”⁸

Jenis	Tahun		
	2016	2017	2018
Anggota	20 orang	19 orang	20 orang
Kolam	3-4 per anggota	3-4 per anggota	3-4 per anggota
Hasil	604,89 Kg per minggu atau Rp. 8.770.905	574,65 Kg per minggu atau Rp. 8.332.425	603,56 Kg per minggu atau Rp. 9.053.400
Pemasaran	Kemitraan dan temgkulak	Kemitraan dan temgkulak	Kemitraan dan temgkulak
Penyebaran Anggota	Dusun jati Desa Pandansari	Dusun jati Desa Pandansari	Dusun jati Desa Pandansari
Produk	Ikan Patin	Ikan Patin	Ikan Patin
Jumlah Ikan	1x panen 7-8 bulan 59.500 ekor	1x panen 7-8 bulan 56.525 ekor	1x panen 7-8 bulan 59.469 ekor

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa kelompok tani “Ulam Barokah” termasuk kelompok tani yang cukup bagus didalam produksinya serta hasilnya.

⁸ Wawancara dengan Nasukan selaku ketua kelompok tani ikan Ulam Barokah, tanggal 08 Januari 2019 di rumah bapak Nasukan Pandansari Ngunut Tulungagung

Tetapi kelemahan dari kelompok tani ikan ini adalah pada komoditinya yaitu ikan patin. Ikan patin ini dinilai lama durasi waktu paninnya serta mahal dan juga banyaknya pakan yang dihabiskan. Selain itu ikan patin rentan terkena penyakit, modal yang dibutuhkan juga banyak, dan variasi pengolahannya sedikit. Berbeda lagi dengan lele yang memiliki keunggulan perputaran hasil panin cepat karena hanya 3 bulan budidaya, tahan penyakit, modal juga tidak semahal ikan patin, dan variasi pengolahannya lebih banyak dari pada ikan patin.

Dengan ide membentuk kelompok tani Pemerintah Kabupaten Tulungagung memutuskan untuk merealisasikan rencana pengoptimalisasian budidaya ikan di Tulungagung dengan beberapa program dan strategi seperti menyediakan informasi objek budidaya ikan (promosi), mengadakan sosialisasi mengenai budidaya ikan kepada masyarakat di Kabupaten Tulungagung, dan menambah sarana prasarana di tempat budidaya ikan di Tulungagung. Perealisasian rencana pengoptimalisasian budidaya ikan bertujuan untuk menambah pendapatan daerah kabupaten Tulungagung dan petani ikan di Tulungagung.

Dengan pemakaian strategi pemasaran yang baik akan mempermudah kelompok tani ikan dalam mencapai target yang di inginkan. Dipandu oleh strategi pemasaran, kelompok tani ikan akan bisa mengendalikan faktor-faktor pokok didalam memasarkan barang yang baik seperti masalah produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion) yang semua itu terkandung dalam bauran pemasaran⁹

⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga 2008), hal 58

Pengoptimalisasian budidaya ikan merupakan upaya pengembangan potensi perikanan di Kabupaten Tulungagung yang khusus untuk ditonjolkan dan dipromosikan, serta menunjukkan nilai potensial daerah sehingga dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Upaya ini dapat mendorong perkembangan perikanan yang merupakan aspirasi dari masyarakat yang menghendaki adanya usaha serius dari pemerintah dan swasta untuk pengembangan perikanan. Sehingga secara langsung atau tidak langsung, pengembangan budidaya ikan ini akan memberikan dampak positif berupa peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar (*multiplier effect*).

Pengembangan budidaya ikan juga bisa di gunakan untuk mendorong pengembangan sektor – sektor yang lain, seperti membuka kesempatan kerja/lapangan usaha baru bagi warga sekitar tempat budidaya ikan dan warga Kabupaten Tulungagung secara umum. Sektor perikanan suatu daerah dapat dilihat dengan semakin padatnya peredaran produk barang dan jasa yang meliputi usaha toko ikan dan rumah makan, pabrik ikan, dan daya tarik investor. Pengembangan budidaya ikan perlu diarahkan melalui perencanaan untuk mencapai keserasian dan kesinambungan dalam memanfaatkan potensi perikanan. Pengembangan kawasan budidaya ikan tanpa perencanaan yang tepat menyebabkan munculnya permasalahan dan kurang optimalnya pengelolaan terhadap budidaya ikan.

Pemerintah mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan perikanan. Pemerintah juga bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju budidaya ikan. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan paduan bagi

stakeholder yang lain dalam memainkan peran masing-masing. Namun, peran pemerintah seringkali kurang diperlihatkan oleh pemerintah itu sendiri maupun oleh pelaku lainnya dalam perencanaan dan implementasi program perikanan. Jalinan kerjasama lintas sektoral di instansi pemerintah yang bertujuan untuk memacu kemajuan budidaya ikan masih lemah. Akibatnya, kinerja industri budidaya ikan secara keseluruhan menjadi rendah.

Tidak hanya itu saja faktor output atau pemasaran produk juga menjadi kendala bagi semua kalangan pembudidaya ikan lele baik pada dinas maupun petani ikan lele. Ketika mereka sudah tau cara membudidaya dengan baik dan benar maka mereka juga harus di suguhkan lagi dengan permasalahan memasarkan produk mereka. Memang pada dasarnya pemasaran merupakan faktor yang cukup penting ketika suatu usaha sudah memiliki produk yang jelas.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penyusun mencoba meneliti tentang strategi yang dilakukan kelompok tani omah iwak dalam melakukan strategi pemasaran budidaya ikan dan tindak lanjutnya penelitian ini akan dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah skripsi yang berjudul “STRATEGI BAURAN PEMASARAN BUDIDAYA IKAN LELE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN SEKTOR PERIKANAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA KELOMPOK TANI OMAH IWAK DESA PANDANSARI NGUNUT TULUNGAGUNG)

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disajikan fokus penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tani Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung?
2. Bagaimanakah kendala penerapan dan solusi kelompok tani Omah Iwak menetapkan strategi bauran pemasaran tersebut?
3. Bagaimanakah tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi bauran pemasaran budidaya ikan lele dalam meningkatkan pendapatan sektor perikanan kelompok tani Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tani Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi strategi bauran pemasaran kelompok tani Omah Iwak.
3. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi bauran pemasaran budidaya ikan lele dalam meningkatkan pendapatan sektor perikanan kelompok tani Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung.

D. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya masalah yang ada pada penelitian ini serta agar tidak adanya salah persepsi tujuan penelitian antara peneliti dengan pembaca, maka peneliti akan memfokuskan penelitian ini pada sektor strategi bauran pemasaran ikan lele meliputi price (harga), place (tempat), promotion (promosi), product (produk).

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian untuk memaparkan kegunaan hasil penelitian yang akan dicapai, baik untuk kepentingan ilmu, kebijakan pemerintah, maupun masyarakat luas. Oleh karena itu, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoretis:

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih pemikiran pada ilmu ekonomi manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat penelitian bagi lembaga yang diteliti, sebagai bahan pengambilan keputusan oleh lembaga dalam bidang pemasaran.
- b. Manfaat bagi Akademik, diharapkan penelitian ini memberikan sumbangsih terhadap perpustakaan iain Tulungagung.
- c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian juga diharapkan sebagai referensi atau rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk tema yang sama dengan variabel berbeda.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian skripsi, maka dijelaskan istilah-istilah berikut :

1. Konseptual

a. Strategi

Dalam bukunya Manajemen Stratejik Sondang P. Siagian mengatakan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan

pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.¹⁰

b. Bauran Pemasaran

Menurut Philip Kotler bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi (*place*) yang terdiri dari nilai nominal biaya-biaya dan jumlah produksi.¹¹

c. Budidaya

Menurut Doni Setianto budidaya adalah kegiatan perikanan yang sifatnya fleksibel, dapat memilih tempat yang sesuai, dan memilih metode yang tepat serta komoditas yang diperlukan, dengan kemudahan yang dimiliki ini pendistribusian produk dapat dengan mudah dilaksanakan karena disesuaikan dengan permintaan yang ada ataupun pemanfaatannya.¹²

d. Pendapatan

Pendapatan adalah kenaikan kotor dalam aset atau penurunan dalam liabilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapat yang berakibat dari investasi yang halal, perdagangan, memberikan jasa, atau aktivitas lain yang bertujuan memperoleh keuntungan.¹³

¹⁰ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta : Bumi Aksara.2012), hlm 15.

¹¹ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi VIII*. (Jakarta: Erlangga, 2001), hal. 71

¹² Doni Setianto, *Usaha Budidaya Ikan Kerapu*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2012), hlm. 59.

¹³ Muhammad, Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari teori ke praktek*, (Jakarta:Gema Insani,2001), hal 204

2. Operasional

Penelitian bertujuan Ingin mengetahui proses dari awal terkait dengan Bauran Pemasaran 4P (product, price, promotion, place) kelompok tani ikan lele “Omah Iwak” yang meliputi penerapan, kendala dan solusi, serta tinjauan ekonomi Islam dalam mengimplementasikan bauran pemasaran tersebut.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar dapat diperoleh pemahaman yang sistematis, runtut, dan jelas serta terarah, maka penulis memberikan sistematika pembahasan dalam penelitian, penulis membuat skripsi ini berdasarkan pedoman penulisan tugas akhir skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung tahun 2018. Penulisan skripsi terdiri dari VI (enam) bab. Adapun isi dan pembahasan sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan penelitian terdahulu, kajian teori yang melandasi penelitian ini, mencangkup teori tentang strategi, bauran pemasaran, budidaya ikan, pendapatan, kemudian dilanjut dengan kerangka pemasaran.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai paparan data / temuan penelitian yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan – pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis.

BAB V : PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang kroscek antara teori dan temuan peneliti.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.