

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Salah satu komoditas budidaya perikanan yang berprospek cerah di Indonesia adalah budidaya lobster laut. Budidaya lobster laut dinilai sangat menjanjikan bagi bidang kelautan Indonesia. Dengan nilai jual lobster yang cukup tinggi di pasar luar maupun lokal membuat usaha ini kian menjanjikan. Meskipun demikian, hingga kini belum banyak nelayan yang berminat untuk memulai usaha budidaya lobster. Salah satu penyebabnya adalah masih kurangnya pengetahuan untuk budidaya lobster dan minimnya modal yang dimiliki.

Lobster merupakan salah satu komoditas ekonomis penting baik sebagai konsumsi lokal maupun ekspor.¹ Oleh karenanya eksploitasi terhadap lobster cenderung meningkat, yang apabila tidak dikendalikan dapat mengarah pada lebih tangkap. Konotasi lebih tangkap umumnya selalu dikaitkan dengan adanya penangkapan yang sangat intensif, sehingga volume yang ditangkap melebihi batas-batas produksi lestariannya. Dengan maraknya usaha penangkapan benih lobster maka untuk mengendalikannya perlu adanya koordinasi dengan lembaga terkait maupun aparat penegak hukum yaitu dengan mengambil langkah bahwa nelayan penangkap benih diberikan waktu

¹Rianta Pratiwi, "Keanekaragaman dan Potensi Lobster (*Malacostraca: Palinuridae*) di Pantai Pameungpeuk, Garut Selatan, Jawa Barat", *Biosfera* Vol. 35 No 1 Tahun 2018, hlm. 11.

untuk memusnahkan sendiri alat tangkapnya dan melakukan identifikasi terhadap masyarakat yang masih melakukan kegiatan penangkapan benih.

Budidaya lobster (*Panulirus* sp.) belum banyak dilakukan di Indonesia, karena baru dimulai pada tahun 2000 di Nusa Tenggara Barat. Budidaya lobster di Indonesia juga sudah dilakukan di Nanggroe Aceh Darussalam, Nusa Tenggara Timur, dan Sulawesi Selatan.² Namun demikian, perkembangan budidaya lobster masih tergolong lambat. Jika lobster dikembangkan sesuai teknik budidaya yang tepat, maka akan menjadi usaha yang cukup prospektif. Apalagi permintaan pasar semakin luas baik dalam maupun luar negeri utamanya untuk kebutuhan restoran, catering, industri maupun ekspor ke berbagai negara misalnya Jepang, Singapura, Hongkong, dan China. Dengan nilai jual dan permintaan pasar yang tinggi mengakibatkan banyak orang yang berminat menjalankan usaha ini.

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh terlepas dari etika karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh materiil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah Swt. Etika Bisnis Islam merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang

²Akhmad Mustafa, "*Budidaya lobster (Panulirus sp.) di Vietnam dan aplikasinya di Indonesia*", Media Akuakultur Vol. 8 No. 2 Tahun 2013, hlm. 74.

buruk dalam melakukan aktivitas bisnis. Sehingga, etika dalam berbisnis seyogyanya sangatlah penting untuk diaktualisasikan dalam suatu perusahaan salahsatu prinsip diantara etika bisnis tersebut adalah kejujuran. Kejujuran adalah point penting yang selalu ditunjukkan oleh Rasulullah sehingga beliau diberi julukan “Al-amin”.³

Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis misalnya, banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil untung yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, gharar, penipuan, penimbunan, dll. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas, serta tanggungjawab, sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis. Di lain pihak persaingan usaha semakin sengit menuntut para pelaku usaha untuk selalu berinovasi dan merancang strategi bisnis agar tidak kalah dalam persaingan.

Tidak sedikit para pelaku usaha budidaya lobster pantai Klatak menjalankan usahanya dengan menggunakan segala macam cara untuk mencapai tujuannya tanpa memperhatikan segi etika bisnis Islam. Ada berbagai macam strategi pemasaran yang dilakukan oleh pembudidaya lobster

³Abdurrahman Sandriyane Wahid, *Ilham Juara Berbisnis dari Strategi Perang Nabi* (Yogyakarta: DIVA Press, 2013), hlm. 64.

pantai Klatak dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran menggunakan media sosial ialah salah satu cara yang digunakan oleh para pelaku usaha budidaya lobster untuk berbisnis. Selain strategi bisnis di atas ada juga pelaku usaha yang masih menggunakan strategi tradisional yaitu dengan verbal dari mulut ke mulut atau word of month.

Kelompok nelayan Rayap Pereng adalah satu-satunya kelompok nelayan yang membudidayakan Lobster Laut di Kabupaten Tulungagung. Usaha budidaya ini berlokasi di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. Budidaya lobster ini dinilai sangat menjanjikan oleh salah seorang nelayan Pantai Klatak karena masih banyaknya nelayan menangkap lobster. Dengan harga yang cukup tinggi, baik untuk harga jual benih maupun harga jual lobster dewasa yang siap konsumsi mengakibatkan usaha ini kian menjanjikan. Budidaya lobster di Pantai Klatak dimulai dengan menangkap lobster yang masih anakan dan dipelihara di dalam kerambah.

Pada saat memulai usaha ini dibutuhkan modal yang cukup besar mulai dari membeli anakan lobster, pembesaran lobster, hingga pemberian pakan tiap harinya. Dengan adanya aturan pemerintah yang melarang penangkapan benur atau benih lobster, hal itu dapat menimbulkan kerugian bagi petani budidaya, sebab benih yang dibesarkan berasal dari penangkapan lobster anakan. Begitu juga pada kegiatan perdagangan, menurut penulis masih belum memenuhi salahsatu bentuk etika bisnis Islam yaitu belum

diterapkannya nilai kejujuran. Karena banyak ditemukan beberapa pengepul atau distributor yang melakukan permainan harga dengan mengambil keuntungan secara tidak wajar.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi dalam 1 usaha, budidaya lobster air laut adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran budidaya lobster di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana strategi pemasaran budidaya lobster di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan strategi pemasaran budidaya lobster di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung.
2. Mendeskripsikan strategi pemasaran budidaya lobster di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap secara mendalam mengenai strategi pemasaran budidaya lobster di pantai Klatak Desa

Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. Hasil penelitian ini juga diharapkan memberikan sumbangan baru untuk kepentingan teoritis maupun praktis sebagaimana di bawah ini.

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi ilmu strategi pemasaran, menambah kajian ilmu strategi pemasaran, menambah kajian ilmu strategi pemasaran dan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dalam budidaya lobster di pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembudidaya lobster di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan manajemen pemasaran berbasis etika bisnis Islam. Bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

E. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahan penafsiran dalam memahami istilah-istilah yang di pakai dalam penelitian ini, maka perlu adanya penegasan istilah yang digunakan sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

a. Strategi Pemasaran:

Strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar guna mencapai sasaran.⁴

b. Budidaya lobster:

Kegiatan budidaya laut dengan sistem integrasi dalam karamba jaring apung yang dilakukan untuk mendapatkan laju pertumbuhan optimal lobster, serta mengurangi dampak lingkungan.⁵

c. Etika Bisnis Islam:

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunah Nabi dalam berbisnis. Tuntunan Al-Qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip umum yang memuat nilai-nilai yang sosialisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman dengan mempertimbangkan ruang dan waktu,⁶ sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah Swt pada surah Al-Baqarah (2) 188. Sedangkan tuntunan Nabi dalam berbisnis dapat ditemukan dalam hadist Rasulullah Saw.

⁴ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hlm.169.

⁵ Dewi Nur'aeni Setyowati, *Budidaya Lobster (Panulirus homarus) dan Abalon (Haliotis sp.) Dengan Sistem Intregasi di Perairan Teluk Ekas*, Jurnal Kelautan, Volume 6, No. 2, (Oktober 2013), hlm. 137.

⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, hlm. 173

2. Definisi operasional

Penelitian strategi pemasaran budidaya lobster menurut etika bisnis Islam adalah Penelitian tentang strategi pemasaran budidaya lobster di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung dan pemasaran budidaya lobster di Pantai Klatak Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk menyusun penelitian ini, sistematika penulisan diperlukan untuk menghasilkan penelitian yang sesuai dengan kaidah-kaidah metode penulisan karya ilmiah. Sistematika pembahasan menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari: (a) konteks penelitian, (b) fokus penelitian, (c) tujuan penelitian, (d) kegunaan hasil penelitian, (e) penegasan istilah, (f) sistematika pembahasan.

Bab II Kajian pustaka, terdiri dari: (a) strategi pemasaran, (b) budidaya lobster, (c) etika bisnis Islam, (d) penelitian terdahulu.

Bab III Metode penelitian, terdiri dari: (a) jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan data, (h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV Paparan hasil penelitian, terdiri dari: (a) paparan data, (b) temuan penelitian.

Bab V Pembahasan

Bab VI Penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan (b) saran.