

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sekilas tentang Kelompok Nelayan Rayap Pereng

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Timur. Sebagian wilayah Kabupaten Tulungagung terletak di pesisir pantai selatan sehingga potensi utamanya adalah pariwisata dan perikanan, namun tidak hanya itu Kabupaten Tulungagung juga memiliki potensi budaya dan kuliner yang tidak kalah dari kabupaten lain. Pengembangan potensi pariwisata Kabupaten Tulungagung dimulai seiring terbukanya akses infrastruktur melalui Jalur Lintas Selatan ke wilayah paling selatan Provinsi Jawa Timur. Dengan adanya infrastruktur tersebut Kabupaten Tulungagung mulai tumbuh ekonomi baru, seperti munculnya pantai-pantai baru yang sebenarnya sudah lama. Sehingga Pemerintah Kabupaten Tulungagung memprioritaskan pengembangan wisata pantai sebab Tulungagung memiliki garis pantai sepanjang 54 kilometer dengan karakteristik yang berbeda-beda.

Pantai Klatak berlokasi di desa Keboireng, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung, letak pantai ini tidak terlalu jauh dengan pantai Coro dan Pantai Popoh. Di pantai ini terdapat hamparan pasir berwarna cokelat namun pasirnya bersih dan ombak lautnya terasa tenang. Tidak

terlalu jauh dari tepian pantai terdapat jugabanyak perahu nelayan yang bersandar dankerambah jaring apung. Selain pemandangan batu besar di objek wisata Tulungagung yang satu ini, juga terdapat kumpulan batu sungai yang tertata rapi di bibir pantai. Konon, asal muasal nama pantai ini berasal dari suara pecahan ombak laut yang terdengar sunyi akibat benturan dengan batu-batu tersebut, jadi disebutlah “Klatak”.¹

Para nelayan yang khususnya ada di pesisir pantai Klatak kecamatan besuki kabupaten tulungagung dalam melakukan tangkap ikan sekaligus mengembangkan usaha pembudidayaan ikan kerapu menggunakan Keramba Jaring Apung. Kegiatan tangkap ikan yang dilakukan oleh kelompok-kelompok nelayan yang sekaligus menjadi pembudidaya ikan seperti kelompok Rayap Pereng di Kecamatan Besuki bukan hal mudah. Perlu kebijakan pemerintah atau peran pemerintah yang erat kaitannya dengan upaya-upaya pengembangan usaha kecil budidaya ikan kerapu dan lobster dengan keramba jaring apung. Pada mulanya kelompok Rayap Pereng terbentuk dari keinginan beberapa warga desa Keboireng yang sering memancing di pinggiran pantai Klatak.²

Sejarah berdirinya kelompok Rayap pereng berawal dari salah seorang masyarakat Desa Keboireng yang biasa memancing di pinggiran

¹<https://direktori-wisata.com/tempat-wisata-di-tulungagung.html>.

²Laboratorium Febi, “Peran Dinas Perikanan Dalam Meningkatkan Usaha Pembudidayaan Ikan Kerapu Di Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung”, diakses dari <http://blog.iain-tulungagung.ac.id/labfebi/2018/07/25/peran-dinas-perikanan-dalam-meningkatkan-usaha-pembudidayaan-ikan-kerapu-di-kecamatan-besuki-kabupaten-tulungagung.html>.

karang pantai Klatak. Dengan adanya satu kelompok nelayan di pantai Klatak yang berdiri lebih dulu menimbulkan harapan untuk masyarakat yang biasa memancing membentuk kelompok nelayan seperti yang lainnya. Dalam proses berdirinya kelompok nelayan rayap pereng tidak luput dari persetujuan dinas kelautan kabupaten tulungagung. Kelompok Nelayan Rayap Pereng resmi berdiri sejak tanggal 20 juni 2013.³

Pembentukan kelompok tersebut di hadiri oleh beberapa perwakilan dari dinas kelautan yaitu Andik selaku penyuluh perikanan. Hasil dari rapat tersebut yaitu posisi ketua dijabat oleh Sumiran, Sekertaris dijabat oleh Purnomo, Bendahara dijabat oleh Agus Prasetyo. Pada tahun 2016 awal, program kelompok Rayap pereng berhasil mendapat bantuan keramba jaring apung dan perahu dari dinas kelautan dengandana hibah yang diterima setiap 2 tahunnya. Istilah penyebutan nama Rayap Pereng berasal dari kegiatan memancing di sekitar karang, biasanya orang jawa menyebutnya dengan “Perengan”. Kegiatan merayap rayap di perengan pantai tersebut lalu dijadikanlah sebagai nama kelompok nelayan “Rayap pereng”.⁴

Di pantai Klatak terdapat tiga kelompok nelayan yaitu Mina Klatak, Rayap Pereng, dan Pereng Mania. Kelompok Nelayan tersebut sehari hari bekerja memancing ikan dan memilikiusaha sampingan warung

³Wawancara dengan bapak Sumiran, di desa Keboireng,tanggal 10 Maret 2019

⁴Observasi kegiatan nelayan pantai Klatak, di desa Keboireng, tanggal 10 Maret 2019

makan sea food di sekitar pantai. Hasil yang biasa ditangkap oleh para nelayan yaitu jenis kakap merah, Bara kuda, Layur, kerapu, cumi, dan lobster. Selain itu nelayan pantai klatak menjadikan lobster sebagai mata pencaharian tambahan ada juga yang menjadikannya sebagai budidaya perairan.⁵

Budidaya lobster oleh kelompok nelayan rayap pereng baru dilakukan padatahun 2018. Tahap awal pembelian benih modal yang digunakan berasal dari sumber pribadi bukan kelompok. Pada mulanya lobster yang dibudidaya berasal dari hasil tangkap para nelayan. Karena ada peraturan menteri yang melarang penjualan lobster dengan ukuran di bawah berat 200 g. Akhirnya, salah seorang tokoh kelompok nelayan memulai inisiatif untuk membudidayakan lobster-lobster yang belum dewasa.

2. Strategi pemasaran Budidaya Lobster pantai Klatak Besuki Tulungagung

Berdasarkan pengamatan penulis di pantai Klatak, faktor yang paling berperan dalam kegiatan penangkapan lobster adalah harganya yang lebih tinggi dibandingkan dengan komoditas perikanan lainnya. Harga lobster dipengaruhi oleh kualitasnya. Jalur distribusi pemasaran lobster pasca panen dapat dibagi menjadi dua. Pertama jalur domestik, adalah distribusi pemasaran lobster ke daerah sekitar biasanya ke Bali.

⁵Wawancara dengan bapak sumiran, di desa Keboireng, tanggal 18 Maret 2019

Kualitas lobster untuk distribusi pemasaran domestik pada umumnya kurang baik, yaitu cacat fisik, ukuran di bawah standar (under size), dan mati.⁶

Distribusi pemasaran kedua jalur ekspor merupakan distribusi ke luar negeri, baik ditampung dulu ke luar daerah maupun tidak. Kualitas ekspor sangat selektif, baik ukuran maupun kesempurnaan fisik lobster yaitu kaki jalan maksimal putus tiga dengan kriteria sebelah kiri dua dan kanan satu atau sebaliknya, karena semakin sempurna kualitas lobster semakin tinggi harganya. Misalnya spesies lobster mutiara untuk kualitas ekspor pada tahun 2013 harga dari nelayan mencapai Rp 650.000,00 per kg, sedangkan untuk kualitas domestik harganya Rp 60.000,00 per kg.

Distribusi lobster berawal dari nelayan sampai ke konsumen melalui beberapa komponen pelaku niaga. Mulai dari pengepul tingkat satu yang langsung melakukan pembelian lobster ke nelayan sampai dengan penjualan ke luar negeri. Tata niaga lobster secara umum mengikuti perkembangan harga global/internasional karena akan lebih menguntungkan bagi pelaku niaga tersebut. Jalur distribusi niaga lobster yaitu mulai dari lobster petani di beli oleh pengepul lalu di kirim ke distributor pusat. Lobster yang di ekspor ke luar negeri adalah lobster yang hidup dengan ukuran diatas 200 g dengan negara tujuan utama

⁶Wawancara dengan bapak Sumiran, di desa Keboireng, tanggal 18 Maret 2019

Jepang, Amerika, dan Hongkong yang merupakan pengimpor lobster terbesar. Sedangkan untuk lobster yang mati dan berukuran di bawah 100 g biasanya dikonsumsi secara domestik, baik oleh restoran-restoran maupun konsumen lokal.

B. Temuan Penelitian

1. Produk

Untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen pengusaha budidaya lobster tidak hanya dituntut untuk menjual lobster yang sesuai dengan selera masyarakat, tetapi juga dituntut pula untuk menghasilkan lobster kualitas yang baik. Apabila kualitas lobster buruk maka konsumen menjadi kecewa sehingga satu persatu pelanggan pindah ke pengusaha budidaya yang lain. Oleh sebab itu pengusaha budidaya lobster harus terus melakukan pengawasan terhadap kualitas lobster yang dihasilkan. Pengusaha budidaya lobster juga hendaknya memperhatikan setiap kegiatan yang mempengaruhi penjualannya mulai dari pengiriman barang sampai lobster tersebut dibeli oleh masyarakat.

Budidaya lobster pantai Klatak menyediakan hasil produksi dengan mengutamakan kualitas lobsternya. Dengan menyediakan lobster yang berkualitas maka masyarakat menjadi tertarik untuk membeli lobster dari Pantai Klatak. Saat ini masyarakat mulai teliti di dalam membeli suatu produk atau jasa maka pembudidaya lobster juga harus mulai mempelajari bagaimana budidaya yang benar. Lobster yang dibesarkan di

Pantai Klatak bermacam-macam jenisnya. Lobster yang paling banyak dibudidayakan yaitu jenis Udang Pasir, Udang Bambu, dan Udang Mutiara.

Sebagaimana wawancara dengan Bapak Sumiran (selaku pengelola budidaya lobster) menjelaskan bahwa:

“Selain ikan kerapu saya juga mencoba membudidayakan lobster. Anakan lobster tersebut saya peroleh dari nelayan pencari lobster dengan harga murah. Dari situlah awalnya saya mencoba melakukan budidaya udang lobster. Lobster yang saya besarkan dalam kerambaitu macam-macam jenisnya, akan tetapi yang paling banyak yaitu jenis udang pasir, batu, bambu, mutiara.”⁷

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa proses produksi udang lobster pantai Klatak dimulai dengan membesarkan anakan lobster dikerambah jaring apung bekas budidaya Ikan Kerapu. Anakan lobster dapat tumbuh mencapai ukuran layak jual dalam kisaran waktu enam bulan. Jenis pakan untuk udang yang dipelihara dalam kerambah berupa Ikan Rucah. Untuk ikan pakan yang berukuran sedang (lemuru, laying, tongkol) biasa diikat pangkal ekornya dan digantungkan disekitar shelter supaya mudah dijangkau oleh anakan udang karang. Pakan harus diberikan secara merata di dalam kerambah untuk menghindari udang berkelahi karena berebut pakan.

⁷Wawancara dengan bapak Sumiran, di desa Keboireng, tanggal 25 Maret 2019

2. Harga

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa yang akan diterima perusahaan dalam menjual produknya. Penentuan atau keputusan penetapan harga juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk dapat tetap bertahan dalam pasar yang bersaing, melalui kepedulian sosial dan etika, dan bahkan melalui citra korporasi. Budidaya lobster pantai Klatak meningkatkan penjualan dengan menetapkan harga yang terjangkau dan sesuai kemampuan daya beli masyarakat. Untuk menekan harga, budidaya lobster pantai Klatak melakukan kerjasama dengan mitra dari luar daerah maupun dalam kota. Mayoritas mitranya merupakan para pelaku usaha Kecil dan menengah, Budidaya lobster pantai Klatak dalam hal ini tidak mengambil keuntungan besar di karenakan dalam visi misinya untuk membantu masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan serta untuk menjaga perputaran produk agar tidak mengalami penurunan.

Penjelasan dari bapak Sumiran (selaku pembudidaya lobster) mengatakan bahwa:

“Harga lobster itu bervariasi mas, mulai dari kisaran 100 ribu hingga ratusan ribu rupiah. Untuk lobster dewasa dengan berat minimal 200 gram bisa terjual 200 hingga 250 ribu per ekor. Sedangkan lobster mutiara nilai jualnya bisa mencapai 500.000 tergantung ukurannya semakin berat bobotnya semakin mahal harganya. Harga penjualan lobster sendiri juga musiman mas, hal

itu juga menjadi faktor utama penyebab nilai jualnya tidak menentu.”⁸

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa penetapan harga lobster budidaya di pantai Klatak sudah sesuai dengan harga yang ada di pasaran. Selain itu dalam penetapan harga pengusaha budidaya lobster juga mempertimbangkan modal dan biaya yang dikeluarkan. Harga dari setiap lobster bervariasi, hal ini dipengaruhi oleh permintaan pasar domestic atau mancanegara. Lobster yang paling banyak digemari dan sering dicari oleh konsumen yaitu lobster jenis Mutiara.

3. Promosi

Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh penjual untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dalam hal promosi budidaya lobster pantai Klatak telah memberikan upaya yang maksimal yaitu dengan selalu meningkatkan mutu SDM misalnya dengan memberi pelayanan yang ramah kepada pembeli, mempertahankan kualitas dari produk serta mengemas produk dengan baik. Hal ini adalah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen akan produk lobster dari pantai Klatak.

Selain itu media promosi yang digunakan oleh pengusaha lobster yang lain adalah promosi secara langsung pada konsumen yang datang ke tempat budidaya. Dalam hal ini budidaya lobster kurang begitu aktif melakukan promosi, bahkan tidak menyediakan anggaran promosi rutin

⁸Wawancara dengan bapak Sumiran, di desa Keboireng, tanggal 25 Maret 2019

secara khusus. Untuk memasarkan produknya pengusaha budidaya lobster hanya mengandalkan jaringan yang sudah terbentuk yaitu dengan langsung bertemu konsumen atau pelanggan tetap. Strategi promosi pengusaha lobster lebih memilih mengembangkan jaringan pemasaran melalui mulut ke mulut.

Dengan demikian terlihat bahwa pengusaha lobster mengembangkan dan membina suatu hubungan yang lebih bersifat pribadi dengan pelanggan. Pengusaha lobster disini tidak pernah meluncurkan pesan iklan untuk mempengaruhi khalayak konsumen. Satu-satunya cara yang dilakukan untuk promosi ini yaitu, melalui penyampaian tentang produk yang terjamin, serta melakukan pelayanan yang baik. Salah satu kelebihan pengusaha lobster dalam melakukan promosi adalah ramah tamah terhadap pembeli dengan prinsip menganggap pembeli sebagai tamu yang wajib dihormati dan selalu mengedepankan kualitas produk.

Penjelasan dari ibu Yatini (selaku pengepul lobster) mengatakan bahwa:

“Kalau saya sendiri tidak pernah mengambil lobster dari nelayan. Biasanya para nelayan sendiri yang datang menjual lobster ke tempat saya. Kalau promosinya saya tidak pernah melakukan menggunakan media masa atau secara online. Produk yang saya tampung dari nelayan langsung saya jual ke pabrik. Lobster yang

saya tampung berada di duatempat yaitu dari pantai Klatak dan popoh.”⁹

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa stategi promosi yang digunakan dalam penjualan lobster dari pantai Klatak adalah dengan cara penjualan langsung. Strategi penjualan ini sudah dilakukan Semenjak lama oleh pembudidaya lobster pantai Klatak. Pada awalnya promosi dilakukan melalui salah seorang nelayan yang kenal akrab dengan salah satu pengepul hasil tangkapan lobster yang biasa mengepul ikan dari pantai popoh. Untuk promosi yang menggunakan media social hampir sama sekali tidak digunakan oleh pembudidaya karena rata-rata konsumen mencari sendiri tempat penjualan lobster yang ada.

4. Distribusi

Place diartikan sebagai Distribusi, yaitu bagaimana produk dapat tersampaikan pada pengguna terakhir atau pelanggan dengan biaya yang seminimal mungkin tanpa mengurangi kepuasan konsumen dan pengaruh dalam keseimbangan penjualan maupun pemasukan. Kegiatan budidaya lobster di pantai klatak merupakan tempat yang cukup Representatif yang mudah dijangkau dan salahsatu dari pusat destinasi wisata. Tipe strategi distribusi yang digunakan oleh pengusaha budidaya lobster adalah strategi distribusi langsung. Dari pola penggunaan saluran pemasaran dan strategi komunikasi, terlihat kecenderungan untuk menjangkau pasar sasaran

⁹Wawancara dengan Ibu Yatini, di pantai popoh, tanggal 08 April 2019

dengan cara langsung. Hal ini dibuktikan dengan rendahnya kecenderungan penggunaan pihak-pihak perantara dan komunikasi melalui media.

Penjelasan dari ibu Yatini (selaku pengepul lobster) mengatakan bahwa:

“Lobster yang saya terima dari pembudidaya dan nelayan saya jual ke pabrik yang ada di Kediri dari sana langsung di kirim keluar negeri. Tingkat kualitas lobster sangat diperhatikan betul semisal ada lobster yang tidak memenuhi standart penjualan dari pabrik pun juga tidak mau membeli. Kalau lobster yang berukuran sedang itu dijual sendiri oleh nelayan kepada konsumen lain. Biasanya lobster yang dijual pada tempat wisata atau restoran di dalam kota itu biasanya langsung dari nelayan.”¹⁰

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pemilik budidaya menginginkan terjadinya kontak langsung antara pemilik budidaya (sebagai produsen) dan konsumen (sebagai costumer), dengan demikian diharapkan adanya suatu hubungan bisnis yang berkelanjutan. Pendekatan khusus secara formal maupun informal yang bertujuan mempengaruhi pelanggan sasaran untuk melakukan pembelian menjadi salah satu taktik yang diterapkan pembudidaya untuk mendukung strategi ini. Dalam melakukan aktivitas sosial kemasyarakatan, budidaya lobster pantai Klatak selalu melakukan simbiosis mutualisme dengan mengutamakan warga disekitar lingkungan penjualan. Pertama mengajak warga untuk

¹⁰Wawancara dengan Ibu Yatini, di pantai popoh, tanggal 08 April 2019

mengembangkan dan mengambil peran pengelolaan budidaya lobster. Kedua, menerima semua hasil tangkapan lobster dari nelayan sekitar untuk dibesarkan kembali.