

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Keadaan latar yang dimaksud merupakan lingkungan para anak yang menjadi proses perhatian penelitian di desa Doroampel Sumbergempol Tulungagung. Berikut ini dikemukakan latar yang ditinjau dari segi keadaan geografis dan keadaan demografis yang meliputi : keadaan penduduk menurut usia, keadaan penduduk menurut agama, keadaan penduduk menurut tingkat pendidikan, dan keadaan penduduk menurut mata pencaharian.²⁴²

1. Keadaan Geografis

Desa Doroampel merupakan salah satu desa di Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung dengan batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah utara : Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol
- Sebelah selatan : Desa Junjung Kecamatan Sumbergempol
- Sebelah timur : Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbergempol
- Sebelah barat : Desa Karangrejo Kecamatan Boyolangu

Luas Desa Doroampel adalah 256,115 Ha terbagi menjadi :

- Luas Sawah : 53, 025 Ha.
- Luas Daerah Pemukiman : 203, 090 Ha.

²⁴² Buku profil desa, (desa Doroampel, 2018).

Wilayah Desa Doroampel yang cukup luas itu dibagi menjadi 3 dusun untuk mempermudah jalannya pemerintahan desa. Pembagian tersebut yakni :

- a. Dusun Doropayung
- b. Dusun Ngampel
- c. Dusun Jarakan

Dari ketiga dusun tersebut terdiri dari 27 RT dan 8 RW.

2. Keadaan Demografis

Desa seluas sebagaimana di atas dihuni oleh 4.886 orang yang tergabung dalam 1.326 keluarga. Untuk lebih memudahkan dalam mengetahui tentang jumlah penduduk di Desa Doroampel dapat dilihat pada tabel di bawah ini²⁴³ :

- a. Komposisi Penduduk

Tabel 4.1
Komposisi Penduduk

NO.	Dusun	Kepala Keluarga	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Doropayung	555	998	955	1953
2	Ngampel	502	849	823	1672
3	Jarakan	269	644	617	1261
	Jumlah	1.326	2.491	2.395	4886

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Dusun Doropayung ditempati penduduk paling banyak daripada dusun-dusun lain. Tetapi perbedaan jumlah penduduk dari ketiga dusun tersebut tidak begitu

²⁴³ Buku profil desa, (desa Doroampel, 2018).

mencolok. Sehingga bisa dikatakan bahwa penyebaran penduduk di Desa Doroampel sudah merata.

b. Keadaan Penduduk Menurut Usia

Tabel 4.2
Keadaan Penduduk Menurut Usia

NO	USIA	PENDUDUK		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	0-5 tahun	257	255	512
2.	6-10 tahun	171	183	354
3.	11-15 tahun	191	171	362
4.	16-20 tahun	182	189	371
5.	21-25 tahun	168	190	358
6.	26-30 tahun	180	178	358
7.	31-35 tahun	210	198	408
8.	36-40 tahun	206	194	400
9.	41-45 tahun	176	163	339
10.	46-50 tahun	153	152	305
11.	51-55 tahun	141	135	276
12.	56-58 tahun	89	56	145
13.	59 tahun ke atas	367	331	698
	Jumlah	2491	2395	4886

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas penduduk Desa Doroampel adalah produktif. Terbukti dengan jumlah penduduk usia produktif lebih banyak daripada jumlah penduduk usia non produktif.²⁴⁴

c. Keadaan Penduduk Menurut Agama

Pemeluk agama yang berada di Desa Doroampel Sumbergempol Tulungagung dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

²⁴⁴ Buku profil desa, (desa Doroampel, 2018).

Tabel 4.3
Keadaan Penduduk Menurut Agama

NO.	Agama yang dianut	Jumlah	Prosentase
1.	Islam	4880	99,87%
2.	Katolik	6	0,123%
3.	Protestan	0	0%
4.	Budha	0	0%
5.	Hindu	0	0%

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa hampir semua penduduk Desa Doroampel memeluk agama Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sarana peribadatan yang cukup. Dalam hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4
Keadaan Tempat Peribadatan

NO.	Tempat Ibadah	Jumlah
1.	Masjid	2
2.	Mushola	22
3.	Gereja	0

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

d. Keadaan Penduduk Menurut Tingkat pendidikan

Pendidikan merupakan cara dan wujud untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Hanya dengan pendidikanlah keadaan suatu bangsa bisa mencapai kemajuan. Warga Desa Doroampel dari segi pendidikan cukup berpendidikan, karena buta hurufnya sudah tidak ada. Mereka banyak yang meneruskan sekolah ke tingkat lebih tinggi. Untuk mengenal keberadaan warga masyarakat dari segi pendidikan dapat dilihat pada tabel di bawah ini²⁴⁵ :

²⁴⁵ Buku profil desa, (desa Doroampel, 2018).

Tabel 4.5
Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Doroampel

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1.	SD/MI	3525	79,25
2.	SLTP	523	11,76
3.	SLTA	321	7,22
4.	S1	76	1,7
5.	S2	3	0,07
	Jumlah	4448	100%

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

Sedangkan sarana pendidikan yang tersedia baik pendidikan formal atau non formal adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Sarana Pendidikan Desa Doroampel

NO.	Sarana Pendidikan	Jumlah
1.	TK	2
2.	MI	1
3.	SD	2
4.	TPQ	3
5.	Madrasah Diniyah	3
	Jumlah	13

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

Dari tabel tersebut dapat diketahui sudah terdapat sarana pendidikan agama yakni TPQ dan Madrasah Diniyah, sehingga lingkungan Desa Doroampel kondusif untuk mendidik anak agar disiplin mendirikan shalat fardhu.

e. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Tabel 4.7
Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian

NO.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase	Ket
1.	Pegawai Negeri Sipil	64	4,87	Petani ikan 2 orang
2.	TNI/POLRI	4	0,3	-
3.	Petani	617	47	Petani ikan 30 orang
4.	Buruh Tani	415	31,6	Petani ikan 10 orang
5.	Tukang Batu/Bangunan	141	10,74	Petani ikan 5 orang
6.	Pengrajin	61	4,65	-
7.	Pensiunan	11	0,84	Petani ikan 3 orang
	Jumlah	1313	100 %	50 orang

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk Doroampel bermata pencaharian petani yakni 617 orang atau 47 % dari jumlah penduduk.²⁴⁶

3. Struktur Organisasi Desa

Struktur Pemerintahan Desa

Desa Doroampel

- a. Kepala Desa Doroampel : Agus Muhaji
- b. Carik : Sugiyono
- c. Kaur Umum : Maryani
- d. Kaur Pemerintahan : Murwati
- e. Kaur Pembangunan : Siswanto
- f. Kaur Kesra : Ali Amzaini, S.Ag.

²⁴⁶ Buku profil desa, (desa Doroampel, 2018).

- g. Kaur Keuangan : Imam Jauri
- h. Kamituwo Doropayung : Sumarin
- i. Kamituwo Ngampel : Joko Yuwono
- j. Kamituwo Jarakan : Agung Siguanto A.
- k. PPKBD : Suprihatin
- l. PPN : Bakir
- m. Staf Dusun Doropayung : Hermawan, SE.
- n. Staf Dusun Jarakan : Sumani

Sumber data : Dokumentasi Kantor Desa Doroampel Tahun 2018

Demikian gambaran singkat keadaan Desa Doroampel Sumbergempol Tulungagung yang merupakan obyek penelitian penulis.²⁴⁷

B. Paparan Data dan Temuan Penelitian

Pada dasarnya setiap organisasi bisnis memiliki strategi pemasaran masing-masing. Tentunya antara yang satu dengan yang lain memiliki perbedaan dan keunikannya masing-masing. Tidak terkecuali usaha bisnis budidaya ikan hias di desa Doroampel kecamatan Sumbergempol kabupaten Tulungagung. Letaknya yang berada di jalur antar kota semakin mempermudah bagi siapa saja untuk mengingat tempat tersebut.

Sebagian besar di desa Doroampel masyarakatnya menjadi petani ikan, khususnya ikan hias. Hal ini juga didukung data yang didapat dari desa dimana didesa Doroampel lebih didominasi kegiatan perikanan.

²⁴⁷ Buku profil desa, (desa Doroampel, 2018).

Selain petani ikan didesa Doroampel juga terdapat pengepul dan supplier. Ketiganya membentuk suatu hubungan yang saling menguntungkan baik antara petani ikan dengan pengepul, pengepul dengan supplier dan petani dengan supplier.

Supplier merupakan tingkat teratas ketiganya yang menghimpun ikan-ikan baik dari petani dan pengepul. Didesa Doroampel sendiri terdapat banyak supplier dimana masing-masing supplier memiliki cara dalam budidaya ikan dan strategi pemasaran masing-masing.

1. Sarana dan Prasarana dalam Budidaya

Sarana budidaya adalah semua fasilitas yang dimanfaatkan untuk kegiatan operasional, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sarana dibagi menjadi sarana pokok dan sarana penunjang. Sarana pokok adalah fasilitas yang digunakan secara langsung untuk kegiatan produksi, sedangkan sarana penunjang adalah fasilitas yang tidak digunakan secara langsung untuk proses produksi tetapi sangat menunjang kelancaran produksi. Sebagaimana yang dijelaskan pengelola Bapak Hari :

“Dalam sarana dan prasana saya menggunakan tandon air untuk menampung air dan mengendapkan lumpur. Lalu juga menggunakan aerator untuk mempertahankan oksigen agar ikan tidak mudah mati. Dan yang paling penting yaitu pompa air, pakan dan peralatan panen. Itu alat yang utama yang harus dimiliki setiap petani ikan hias.”²⁴⁸

Sedangkan menurut penjelasan ketua RT Bapak Selo sebagai berikut:

²⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel) , tanggal 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

“Warga disini dalam membudidayakan ikan hias kebanyakan hanya menggunakan alat pompa air, tandon air, pakan dan peralatan panen saja. Lebih tepatnya tradisional. Itu sudah melengkapi perlengkapan dalam budidaya ikan hias.”²⁴⁹

2. Teknologi dalam budidaya

Tingkat teknologi budidaya dalam akuakultur berbeda-beda. Perbedaan tingkat teknologi ini akan berpengaruh terhadap produksi dan produktivitas yang dihasilkan. Ada teknologi ekstensif (tradisional), semi intensif, intensif, dan hiper intensif. Para pembudidaya kebanyakan menggunakan teknologi ekstensif (tradisional). Sebagaimana dijelaskan oleh pengelola Bapak Hari:

“Saya dalam budidaya ikan hias ini menggunakan cara tradisional. Yaitu hanya menggunakan bahan – bahan alami dari lingkungan sekitar dan kualitas air pun juga standar.”²⁵⁰

Ketua RT bapak Selo juga menjelaskan:

“Dalam membudidaya ikan hias ini sang pengelola tidak mungkin menggunakan teknologi yang modern seperti orang-orang perkotaan pada umumnya. Pengelola lebih menggunakan cara tradisional dengan modal yang rendah dan alat seadanya meskipun penghasilan saya dalam panen ikan tidak sampai puluhan ton tapi saya tetap bersyukur masih dapat memanen ikan dengan hasil yang bagus dan menguntungkan.”²⁵¹

3. Faktor yang Mempengaruhi Budidaya

Faktor yang mempengaruhi budidaya yaitu faktor independen dan dependen. Faktor independen adalah faktor-faktor yang umumnya tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu lingkungan dan

²⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Selo (Ketua RT di desa Doroampel) , tanggal 15 Januari 2020, Pukul 09.00 WIB

²⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel) , tanggal 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

²⁵¹ Wawancara dengan Bapak Selo (Ketua RT di desa Doroampel) , tanggal 15 Januari 2020, Pukul 09.00 WIB

manusia. Sedangkan faktor dependen adalah Faktor dependen adalah faktor-faktor yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Faktor-faktor tersebut ialah wadah budidaya ikan, input hara, spesies ikan, dan teknologi. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Hari:

“Dalam proses budidaya pasti ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kalau saya faktor yang mempengaruhi yaitu adanya lahan, kuantitas air, ketersediaan air, kondisi cuaca, akses suplai ke pasar. Jika lahan yang tersedia banyak maka jumlah ikannya pun juga banyak. Ketersediaan air dan kualitas air juga sangat penting untuk perkembangan ikan hias tersebut. Akses suplai ke pasar saya lebih mengedepankan penjualan secara langsung bukan online.”²⁵²

Sedangkan penjelasan Bapak Selo sebagai berikut:

“Banyak faktor yang mempengaruhi budidaya, salah satunya dalam pengelolaan air. Air itu sendiri sangat penting dalam perkembangan ikan hias, harus selalu di cek kuantitas airnya. Dalam pemasaran si pengelola harus lebih mengedepankan online.”²⁵³

4. Strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Doroampel

Strategi pemasaran adalah pedoman yang dijadikan dasar dalam melakukan kegiatan terutama dalam bidang pemasaran mulai dari perencanaan produk hingga distribusi kepada konsumen yang dapat berdampak pada kondisi organisasi bisnis kedepannya dan juga untuk mencapai tujuan perusahaan tercapai secara efektif dan efisien. Dalam strategi pemasaran banyak metode-metode analisa yang digunakan. Yang paling sering digunakan adalah pendekatan bauran pemasaran

²⁵² Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel) , tanggal 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

²⁵³ Wawancara dengan Bapak Selo (Ketua RT di desa Doroampel) , tanggal 15 Januari 2020, Pukul 09.00 WIB

(*marketing mix*). Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi kegiatan-kegiatan inti pemasaran dimana kegiatan-kegiatan ini dapat dikendalikan dan berdampak pada reaksi konsumen.

Didalam strategi bauran pemasaran terdapat 4 prinsip yang biasa digunakan yakni *product, price, promotion, place*. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, strategi pemasaran mencakup semua kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis termasuk dalam pemasaran bisnis budidaya ikan hias di desa Doroampel.

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen dan pelanggan. Produk menjadi sangat penting dalam keberlangsungan hidup suatu bisnis. Dari produk juga suatu kelompok dapat dikenal oleh konsumen. Di desa Doroampel terkenal dengan bisnis budidaya ikan hiasnya.

Di desa banyak supplier ikan hias yang pasarnya sudah sampai keluar kota bahkan ada yang sampai keluar pulau. Produk yang ditawarkan dari wilayah ini juga beragam. Dalam sekali pengiriman tidak kurang dari 6 jenis ikan dengan berbeda ukuran dikirim untuk memenuhi permintaan, seperti yang disampaikan oleh bapak Hari sebagai berikut:

“yang dijual disini banyak jenis ikannya mas. Mulai dari koki, koi, koliko, lohan, lemon, manfish. Tapi untuk yang sering banyak dipesan itu jenis ikan koi, koki, dan manfish. Dari masing-masing jenis itu juga ada ukurannya sendiri-sendiri

mas dan masing-masing jenis itu ukurannya juga tidak sama. Beberapa jenis ikan diambil oleh masyarakat/supplier ikan disekitar sini mas, dan terkadang bias diambil oleh supplier di daerah boyolangu dan bangoan. Kalau untuk pengemasan sama saja mas pakai plastik yang biasa digunakan untuk mengirim ikan itu dan nanti dimasukkan lagi kedalam sterefoam hanya saja masing-masing plastic berbeda jumlah isinya tergantung besar kecilnya ikan.”²⁵⁴

Lain halnya dengan penjelasan Bapak Selo:

“jenis ikan yang jual disini seperti koi, lohan, manfish, koliko, lemon dan koki. Kalau yang laku atau yang sering dipesan ikan koi dan manfish mas, dan kalau yang ngambil disini kebanyakan masih orang daerah tulungagung saja seperti daerah boyolangu dan orang sekitaran sumbergempol sini mas. Kadang juga ada pemesanan dari luar daerah tulungagung juga mas, kalau pengiriman atau pengemasannya sama seperti yang lain dengan plastik yang biasa digunakan dan saya kalau mengirim menggunakan kendaraan mobil terbuka gitu mas”.²⁵⁵

Sedangkan supplier Bapak Zainal menuturkan:

“Jenis yang biasa diminta itu jenis komet, manfish, marbel, golden, guppy, berta, lemon, micky mouse, koki (tossa, tanker, rasket, black, mutiara, pancawarna), koi. Saya biasa mengambil dari petani disekitar sini mas tapi kalau yang jenis koi itu biasanya saya mengambil dari bangoan. Ukurannya pun juga beragam mas, sesuai yang diminta/dipesan, pernah ada yang pesan ikan koi yang jumbo. Kalau pengemasannya sama saja mas, pakai plastik biasanya terus nanti dimasukkan ke dalam sterofom sebelum dikirim.”²⁵⁶

b. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memiliki atau mendapatkan produk yang dibutuhkan. Harga juga merupakan petunjuk tentang nilai produk atau jasa bagi

²⁵⁴ Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel), tanggal 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

²⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Selo (Ketua RT di desa Doroampel) , tanggal 15 Januari 2020, Pukul 09.00 WIB

²⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Zainal (Supplier) , tanggal 15 Januari 2020, Pukul 15.00 WIB

seseorang, dan pelanggan yang berbeda akan memberikan nilai yang berbeda pula untuk barang atau jasa yang sama. Dari harga secara tidak langsung kita dapat menilai kualitas dari suatu barang atau jasa. Dalam hal strategi penentuan harga petani ikan hias yang ada di desa Doroampel menetapkan harga pada masing-masing jenis ikan berbeda. Mengingat jenis ikan yang dikirim jumlahnya banyak dan juga resiko serta jarak tempuh untuk sampai kepada konsumen, seperti yang disampaikan Bapak Hari berikut:

“kalau harga bervariasi mas disini, tergantung jenis dan ukurannya. Tetapi rata-rata disini harga jual nya bisa 100% dari petani. Misalkan dari petani mematok harga Rp. 1500 per ekor, maka saya menjualnya harga Rp. 3000 per ekor. Untuk beberapa jenis seperti moli itu bisa mencapai 300% mas, dari petani harganya Rp. 500 per ekor, saya bisa menjualnya Rp. 1500 per ekor, hal ini mungkin karena permintaan dari sana yang besar mas.”²⁵⁷

Bapak Hari juga menambahkan dalam hal penetapan harga jual:

“kalau bisa diambil garis besarnya, saya mengambil keuntungan sekitar 10-25%. Karena selain saya supplier saya juga pengepul mas, jadi secara tidak langsung bisa dapat keuntungan lebih. Selain itu pengiriman yang tidak terlalu jauh jika dibanding supplier yang lain yakni ke Jawa Tengah khususnya daerah Magelang, Wonosobo, Banjarnegara, dan Cilacap juga menjadi faktor saya mengambil keuntungan seperti itu mas. Resikonya juga tidak terlalu besar, yang paling sering itu kantong yang kempis saat perjalanan, sedangkan untuk ikan yang mati itu hampir tidak pernah saya alami.”²⁵⁸

Bapak Zainal menambahkan penjelasannya:

²⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel), tanggal 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

²⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel), tanggal 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

“kalau saya sendiri soal harga ya hampir sama dengan peternak ikan lainnya mas. Tapi disini harga jualnya bisa mencapai 2 kali dari harga beli dari petani/pengepul, mengingat wilayah tujuan saya adalah Bali dan sekitarnya.”²⁵⁹

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan yang digunakan organisasi bisnis untuk menyampaikan/memperkenalkan produk kepada konsumen. Promosi menyangkut baik periklanan maupun penjualan secara pribadi. Tujuannya adalah menginformasikan dan membujuk pelanggan.

Dalam hal promosi, petani ikan yang ada disini memiliki cara promosi yang bervariasi baik ketika awal memulai pengiriman ke daerah tertentu hingga promosi saat ini yang dilakukan. Berikut adalah pemaparan dari Bapak Hari:

“awal saya bisa memasarkan produk ke daerah yang dekat seperti blitar, kediri dan saya langsung melakukan survei terlebih dahulu dan mencari pengepul/distributor yang ada disana kemudian saya bertanya-tanya dan kemudian menawarkan produk saya dengan memberikan produk yang memiliki kualitas sama atau bisa lebih dengan harga yang miring.”²⁶⁰

Berbeda dengan yang disampaikan sebelumnya, Bapak Zainal mengawali promosinya berkat bantuan dari sopir yang bekerja dengannya:

“kalau saya dahulu awal bisa mendapat pasar di daerah

²⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Zainal (Supplier), tanggal 15 Januari 2020, Pukul 15.00 WIB

²⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel), Sabtu, 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

Jawa Tengah karena sopir saya mas. Kebetulan sopir saya dahulu ikut orang yang juga menjadi sopir di wilayah sana. Selain itu juga saya mendapat pelanggan dari supplier sini yang sudah tidak mengirim lagi kesana jadi bisa saya ambil mas. Kalau sekarang kan sudah serba canggih, jadi saya memanfaatkan kemajuan teknologi untuk promosi seperti facebook dan whatsapp.”²⁶¹

Sedangkan menurut Bapak Selo:

“Dalam hal promosi menurut saya lebih banyak peluangnya dengan menggunakan media online. Jadi seluruh Indonesia bahkan Dunia bisa mengetahuinya.”²⁶²

d. *Place* (Distribusi)

Saluran distribusi adalah proses penyediaan suatu produk atau jasa, untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengurus bisnis. Saluran distribusi mengarahkan komoditas atau barang-barang hasil produksi anggota hingga ke konsumen akhir.

Proses pendistribusian atau pengiriman ikan hias antara masing-masing petani ikan berbeda-beda tergantung jarak lokasi yang menjadi tujuannya seperti berikut pemaparan Bapak Har:

Pada supplier lain, menggunakan mobil pick up sebagai media distribusi karena dapat ditempuh dengan kendaraan tersebut. Berikut pemaparan Bapak Hari:

“kalau pengirimannya saya menggunakan mobil biasa itu mas, karena lokasinya yang terbilang tidak terlalu jauh diantara supplier yang lain. Satu mobil itu biasanya

²⁶¹Wawancara dengan Bapak Zainal (Supplier), tanggal 15 Januari 2020, Pukul 15.00 WIB

²⁶² Wawancara dengan Bapak Selo (Ketua RT di desa Doroampel) , tanggal 15 Januari 2020, Pukul 09.00 WIB

sebagian itu merupakan pesanan dan sebagian itu *ngecer* mas. Meskipun tidak ada pesanan saya tetap kirim mas. Pengepul disana sudah paham mas, ketika saya kesana membawa ikan kemudian dilihat, ketika mereka cocok diambil mas, dan rata-rata yang saya bawa itu mereka cocok. Rata-rata yang tidak pesan itu pengepul ikan yang dijual ke anak-anak SD itu mas, jadi setiap minggu pasti disana banyak terjual/habis. Disini pagi itu ikan sudah diletakkan di plastik itu mas, biar tahu mana ikan yang siap jual dan ikan yang bermasalah. Kemudian keesokan dini hari saya berangkat mengirim. Dan pengepul kadang juga mengambil langsung ke tempat saya”²⁶³

Lain halnya dengan Bapak Zainal yang menggunakan pesawat untuk mengirimnya:

“karena lokasinya antar pulau saya memanfaatkan pengiriman menggunakan pesawat mas, untuk meminimalisir ikan yang mati karena jangka waktu ikan didalam plastik itu hanya 12 jam. Tapi pengiriman dari sini menuju bandara ya tetap menggunakan mobil biasa itu mas. Jadi sehari sebelum pengiriman ikan sudah dimasukkan kedalam plastik, supaya ikan dapat beradaptasi dan juga untuk melihat ikan yang benar-benar sehat atau ikan itu bermasalah, kalau bermasalah ikan diganti dengan ikan yang sehat. Tidak semua pengepul/distributor saya kirim mas, maksimal saya mengirimi 2 distributor saja setiap kota dan masing-masing distributor itu biasanya menelepon 2 hari sebelum pengiriman”²⁶⁴

C. Analisis Data

1. Sarana dan Prasarana dalam Budidaya

Sarana budidaya adalah semua fasilitas yang dimanfaatkan untuk kegiatan operasional, baik secara langsung maupun tidak langsung.

²⁶³ Wawancara dengan Bapak Hari (Pengelola ikan hias di desa Doroampel), Sabtu, 28 September 2019, Pukul 11.00 WIB

²⁶⁴ Wawancara dengan Bapak Zainal (Supplier), tanggal 15 Januari 2020, Pukul 15.00 WIB

Sarana dibagi menjadi sarana pokok dan sarana penunjang. Sarana pokok adalah fasilitas yang digunakan secara langsung untuk kegiatan produksi, sedangkan sarana penunjang adalah fasilitas yang tidak digunakan secara langsung untuk proses produksi tetapi sangat menunjang kelancaran produksi. Dalam sarana dan prasarana petani ikan hias menggunakan tandon air untuk menampung air dan mengendapkan lumpur. Lalu juga menggunakan aerator untuk mempertahankan oksigen agar ikan tidak mudah mati. Dan yang paling penting yaitu pompa air, pakan dan peralatan panen. Itu alat yang utama yang harus dimiliki setiap petani ikan hias.

Ada juga dalam membudidayakan ikan hias hanya menggunakan alat pompa air, tandon air, pakan dan peralatan panen saja. Itu sudah melengkapi perlengkapan dalam budidaya ikan hias.

2. Teknologi dalam budidaya

Tingkat teknologi budidaya dalam akuakultur berbeda-beda. Perbedaan tingkat teknologi ini akan berpengaruh terhadap produksi dan produktivitas yang dihasilkan. Ada teknologi ekstensif (tradisional), semi intensif, intensif, dan hiper intensif. Para pembudidaya kebanyakan menggunakan teknologi ekstensif (tradisional). Dalam budidaya ikan hias ini para petani ikan hias menggunakan cara tradisional. Yaitu hanya menggunakan bahan – bahan alami dari lingkungan sekitar dan kualitas air pun juga standar.

3. Faktor yang Mempengaruhi Budidaya

Faktor yang mempengaruhi budidaya yaitu faktor independen dan dependen. Faktor independen adalah faktor-faktor yang umumnya tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu lingkungan dan manusia. Sedangkan faktor dependen adalah Faktor dependen adalah faktor-faktor yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Faktor-faktor tersebut ialah wadah budidaya ikan, input hara, spesies ikan, dan teknologi. Dalam proses budidaya pasti ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kalau menurut petani ikan hias faktor yang mempengaruhi yaitu adanya lahan, kuantitas air, ketersediaan air, kondisi cuaca, akses suplai ke pasar. Jika lahan yang tersedia banyak maka jumlah ikannya pun juga banyak. Ketersediaan air dan kualitas air juga sangat penting untuk perkembangan ikan hias tersebut. Akses suplai ke pasar petani ikan hias lebih mengedepankan penjualan secara langsung bukan online ada juga yang lebih mengedepankan online.

4. Strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Doroampel

a. Product (produk)

Didesa Doroampel Sumbergempol Tulungagung merupakan salah satu pusat budidaya ikan hias yang ada di Tulungagung. Ikan hias juga menjadi produk unggulan disini dimana hampir seluruh masyarakat yang tinggal di desa ini memiliki mata pencaharian berupa petani ikan. Ikan yang banyak di pesan dari sini adalah jenis koi, koki, koliko, manfish, lemon, lohan dan

masih banyak jenis ikan hias yang lainnya. Ukuran ikan hias yang dijual disini bervariasi, ada juga yang jumbo.

Tidak semua ikan hias yang dijual disini merupakan budidaya dari masyarakat sekitar, tidak jarang untuk memenuhi permintaan pasar, ikan hias dari petani ikan disini di ambil dari luar wilayah Doroampel diantaranya seperti boyolangu dan bangoan. Untuk pengemasan produk semua petani ikan yang ada disini menggunakan plastik khusus untuk ikan yang sudah umum digunakan yang kemudian ketika proses pengiriman dimasukkan lagi kedalam sterofom khusus untuk lebih melindungi ikan dan juga mengurangi resiko yang akan timbul.

b. *Price* (harga)

Strategi penentuan harga disini bervariasi pada masing-masing petani ikan. Hal ini bukan tanpa sebab, karena letak lokasi pengiriman yang berbeda yang menjadi faktor. Kita ketahui bahwa ada juga supplier yang lokasi pengirimannya sampai ke luar pulau, seperti Batam, Balikpapan, Samarinda, Manado, Banjarmasin, Palangkaraya, Bali bahkan ada yang luar negeri. Sedangkan untuk pengiriman yang lokasinya masih disatu pulau atau masih diwilayah jawa seperti Magelang, Wonosobo, Banjarnegara, dan Cilacap tentu akan berbeda dalam menentukan harga jual.

Disamping letak yang jauh, resiko juga menjadi faktor dalam menentukan harga. Proses pengiriman menuju Batam, Balikpapan, Samarinda, Manado, Jayapura, Banjarmasin, Palangkaraya dan luar negeri tentu resiko ikan mengalami kematian lebih besar dibandingkan pengiriman menuju Magelang, Wonosobo, Banjarnegara, dan Cilacap yang resiko paling besar hanyalah kantong kempes, tidak sampai ikan mengalami kematian.

Selain itu, faktor tingginya permintaan dari pasar juga mempengaruhi harga dan juga jenis ikan yang dijual. Beberapa supplier ada yang menetapkan harga jual dua kali dari harga beli dari petani ikan, dan juga untuk beberapa jenis ikan ada yang bisa mencapai harga jual 300% dari harga beli.

c. *Promotion* (promosi)

Strategi promosi masing-masing petani ikan juga bervariasi. Beberapa petani ikan menggunakan strategi survey langsung menuju lokasi dan mencari pengepul yang ada disana dan kemudian menawarkan produk yang dimiliki. Beberapa supplier juga mendapat akses kesana karena memiliki sopir yang sebelumnya sudah menjadi sopir ke daerah tersebut dan sudah sangat mengetahui seluk-beluk daerah tersebut. Selain itu supplier yang dahulu pernah mengirimkan produk kesana tetapi sekarang sudah tidak mengirim lagi, juga menjadi strategi promosi. Ada juga yang menggunakan cara dengan menuju

langsung ke Jakarta, karena kita kitahui sendiri di Jakarta merupakan pusat segala kegiatan, termasuk pemasaran. Setelah itu distributor yang sudah sering bertemu di Jakarta tersebut langsung menghubungi supplier untuk langsung mengirimkan produknya tanpa harus melalui Jakarta.

Akan tetapi, kemajuan teknologi informasi saat ini juga mempengaruhi proses promosi yang dilakukan oleh petani ikan disini. Dimana hampir semua petani ikan memanfaatkan teknologi berupa fasilitas facebook, instagram, whatsapp,dll untuk melakukan promosi produk mereka.

d. *Place* (distribusi)

Proses distribusi petani ikan disini semua sama, yakni menggunakan mobil pick up yang biasa digunakan, akan tetapi untuk petani ikan yang memiliki pasar di luar pulau menggunakan jasa paket pesawat. Selain lebih cepat proses pengirimannya, dengan menggunakan metode seperti ini dapat mengurangi resiko ikan mati ketika dalam perjalanan, dimana jangka waktu ikan ketika didalam pesawat hanya kuat 12 jam saja, berbeda dengan jangka waktu ikan ketika berada di dalam mobil yakni bisa sampai 24 jam. Beberapa petani ikan juga hanya mengirim kepada beberapa distributor saja pada wilayah tertentu misalnya hanya 2 distributor saja di wilayah tertentu. Hal ini bukan tanpa alasan, karena dengan metode seperti ini, proses ikan terjual akan semakin

lebih cepat. Dan ada juga selain melalui pengiriman, ada juga pengepul yang mengambil langsung ke tempat petani ikan, karena pengeul juga bisa langsung melihat dan memilih ikan yang mau dibawa dan juga mengurangi resiko kematian ikan.