

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

UD. Tirta Mas Agung Abadi merupakan sebuah industri yang bergerak pada bidang perikanan. Industri ini menyediakan segala fasilitas ikan hias air tawar, baik dari jenis ikan air tawar yang ditawarkan, kesedian pakan, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang berhubungan dengan kebutuhan ikan hias air tawar. Industri berdiri sejak tahun 2005 atau bisa dikatakan industri ini merupakan salah satu industri ikan hias terbesar yang ada di kabupaten tulungagung dimana industri ini telah berjalan selama kurang lebih 16 tahun sejak awal berdirinya industri ini. Meskipun industri ini dapat dikatakan sebagai industri besar namun, industri ini menawarkan sistem kerjasama yang akan memberikan keuntungan berbagai pihak (baik dari Industri Tirta Mas Agung Abadi, Pembudidaya ikan hias air tawar, maupun dari pembeli/penikmat ikan hias air tawar.)

Indutri ikan hias adalah sebuah industri atau aktivitas yang kegiatannya menangkap, membudidayakn ikan, memproses, mengawetkan, mendistribusikan, menyimpan dan memasarkan ikan. Indutri ikan sendiri bias dikategorikan ke dalam 2 golongan, industry ikan hias air tawar dan industry ikan hias air asin. Kebanyakan industry yang ada saat ini adalah industry ikan hias air tawar yang meliputi ikan koi, ikan mas koki, ikan cupang, dan lain sebagainya. Industry ikan hias air tawar ternyata saat ini telah memberikan

pendapatan bagi banyak orang yang menekuninya. Selain orang suka akan keindahan ikan hias, banyak pula orang yang menggantungkan hidupnya dari membudidayakan dan memasarkan ikan hias yang jenisnya bermacam-macam.

Di kabupaten Tulungagung sendiri jumlah pembudidaya ikan hias air tawar yang sudah tercatat dalam data dinas perikanan berjumlah 3.396 orang dengan luas kolam 32,41 hektar.¹ Jumlah ini menandakan bahwa minat masyarakat terhadap industry ikan hias ini cukuplah besar. Dalam rangka mendukung kegiatan peningkatan pendapatan industry ikan hias, pemerintah kabupaten Tulungagung mengalokasikan kegiatan pemberdayaan kelompok budidaya ikan hias pada daerah sentra-sentra produk unggulan ikan hias yaitu ditetapkan pada daerah Kecamatan Boyolangu, Kedungwaru, Sumbergempol dan Kecamatan Tulungagung.

Ikan hias mas koki ditetapkan sebagai produk unggulan dan menjadi ikon tersendiri untuk Daerah Kabupaten Tulungagung. Produksi ikan hias air tawar pada tahun 2020 jika dibandingkan dengan tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 3,00% yakni Rp.90.798.586.100,00. Adapun dengan daerah pemasarannya meliputi Kota Surabaya, Solo, Semarang, Jakarta, Karawang, Sumatera, Balikpapan, dan daerah lain yang terkait dengan rantai perdagangan ikan hias.

Dengan adanya kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat luas tentang baiknya kualitas ikan hias yang ditawarkan oleh para pembudidaya ikan hias di

¹Dinas Kelautan dan Perikanan Tulungagung, [Hhttp://dkp.tulungagung.go.id/index.php](http://dkp.tulungagung.go.id/index.php) tanggal 18 agustus 2021. Pukul 14.59 WIB

kabupaten tulungagung tentunya juga menjadi salah satu motivasi bagi para pembudidaya untuk tetap mempertahankan kualitas dari ikan yang dihasilkan dan juga bagaimana cara cara pembudidaya untuk dapat memperoleh titik kepuasan konsumen sehingga para pembeli tetap mempercayakan kabupaten tulungagung sebagai salah satu penyumbang kualitas ikan hias terbaik di Indonesia.

Melihat prospeknya tersebut, maka pemeliharaan ikan hias yang semula hanya ditekuni para penghobi, kini juga sudah merupakan mata pencaharian banyak pembudidaya ikan. Ini disebabkan membudidayakan ikan hias dapat memberikan nilai ekonomis walaupun hanya dilakukan dilahan sempit dan hanya dengan jumlah air yang terbatas. Untuk itu dalam memaksimalkan profit dari industry ikan hias disamping memperhatikan kualitas yang dihasilkan dari kualitas ikan hias juga perlu diperhatikan bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pembelian ikan hias ini.

Kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. ²Jika kinerja sebuah produk gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan merasa tidak puas. Sedangkan, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas atau senang. Penting untuk para pembudidaya untuk menerapkan strategi seperti apa yang digunakan dalam meningkatkan kepuasan konsumen jika strategi ini berhasil dilakukan maka tidak menutup kemungkinan akan meningkatkan

² Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga,2009), hal139

produktifitas penjualan sebuah industry atau bahkan akan membawa ke titik loyalitas konsumen.

Berdasarkan Konteks Penelitian yang telah penulis uraikan, maka disin penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengelolaan UD. Tirta Mas Agung Abadi Dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen Pada Jual Beli Ikan Hias”**

B. Fokus penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah sebagaimana peneliti sebut diatas, maka perumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Bagaimana Optimalisasi Strategi pengelolaan ikan hias air tawar UD. Tirta Mas Agung Abadi dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pada pembelian ikan hias?
- 2) Apa saja yang menjadi pola perilaku dalam pembelian ikan hias pada industri ikan hias air tawar UD. Tirta Mas Agung Abadi?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menganalisis optimalisasi strategi pengelolaan apa saja yang dilakukan industry ikan Mitra Agung Abadi dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam pembelian ikan hias.

- 2) Untuk menganalisis apa saja yang menjadi pola perilaku pembelian ikan hias pada industri ikan hias Tirta Mas Agung Abadi.

D. Batasan masalah

Penelitian ini membahas tentang strategi pengelolaan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian ikan hias. Dalam hal ini mengulas mengenai perilaku konsumen terhadap pembelian ikan hias pada industry Tirta Mas Agung Abadi. Pembatasan masalah ini bertujuan agar pembahasan bisa lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Karena keterbatasan dari kemampuan peneliti, Maka peneliti memberikan batasan-batasan penelitian sebagai berikut.

1. Optimalisasi strategi pengelolaan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ikan hias di Tirta Mas Agung Abadi.
2. Penelitian berfokus pada hal hal yang menjadi pola perilaku dalam pembelian ikan hias pada industry ikan hias Mitra Agung Abadi.
3. Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah UD. Tirta Mas Agung Abadi.

E. Manfaat penelitian

1. Secara Teoretis

Secara teoretis hasil penelitian ini dapat menjadi referensi (rujukan) dan memberikan sumbang sih bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya. Dan dapat menjadi masukan bagi lembaga Ekonomi Syariah dan industry ikan hias dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Bagi perguruan tinggi, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur keilmuan dalam bidang ekonomi khususnya pada tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian ikan hias yang berguna untuk dijadikan acuan civitas akademik Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Lembaga

Sebagai masukan dan pertimbangan serta referensi untuk memperbaiki strategi dan meningkatkan kualitas dalam mengembangkan industry ikan hias.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

F. Definisi Istilah

Agar terdapat sinkronisasi persepsi terhadap judul Skripsi “Strategi Pengelolaan UD. Tirta Mas Agung Abadi Dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen Pada Jual Beli Ikan Hias Pada.” Maka penulis membuat masing-masing definisi dari cakupan judul tersebut. Hal ini berguna untuk menghindari penafsiran yang berbeda yang dikhawatirkan keluar dari tujuan sebenarnya. Yaitu :

1. Strategi merupakan suatu upaya yang diharapkan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. sedangkan pengelolaan merupakan serapan kata dari bahasa Inggris “management” yang berarti segala upaya, proses usaha yang

dilakukan oleh sekumpulan orang yang bergerak dibidang yang sama untuk mencapai tujuan tertentu.³ Secara umum pengelolaan merupakan suatu proses, cara, maupun kegiatan yang dilakukan baik berupa perencanaan, pengorganisasian untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan yang diharapkan⁴. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan atau sebuah industri. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan maupun industry harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas.
3. Perilaku konsumen merupakan tindakan/perilaku dan aspek-aspek yang mempengaruhi tindakan tersebut, yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) guna memenuhi kebutuhannya. Teori perilaku konsumen menurut pendekatan teori ekonomi mikro beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal (maximation utility). Utility adalah kepuasan yang muncul dari

³ Hadari Nawawi, *Organisasi Sekolah dan Pengelolaan Kelas*, (Jakarta: PT. Tema Baru, 1989), Hlm. 129

⁴ Lupiyoadi Rambat, *Pemasaran Jasa*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hal 6.4.

konsumsi ini merupakan kemampuan memuaskan keinginan dari barang, jasa dan aktivitas. Tujuan konsumen adalah memaksimalkan utilitas dengan batasan berupa pendapatan dan harga yang bersangkutan.⁵

4. Industry ikan hias Mitra Mas Agung Abadi adalah sebuah lembaga industry yang bergerak pada segala jenis ikan hias dan segala kebutuhan yang berhubungan dengan ikan hias. Industri ini didirikan pada tahun 1995 dengan bapak Yulius sebagai pendirinya. Industri tirta mas agung abadi telah dipercaya oleh masyarakat luas industry ini telah melayani jual beli ikan hias dari seluruh wilayah Indonesia bahkan sudah sampai tahapan export ikan keluar negara seperti Malaysia, Jepang, Thailand. Dalam pengeporasionalnya kantor industri ini berpusat di desa ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

G. Sistematika penelitian Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang berisi Konteks Penelitian, Fokus Penelitian, tujuan penelitian, Batasan Masalah, manfaat penelitian, Definisi istilah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini di dalamnya berisi tentang beberapa teori-teori pendukung yang sesuai dengan pembahasan. dalam bab ini juga membahas penelitian yang

⁵ Sariguna Posma, *Modul Teori Perilaku Konsumen_Kardinal5*(Jakarta : Universitas Kristen Indonesia, 2016), Hal 2.

mencangkup dari kajian fokus pada hasil penelitian terdahulu, yang dapat dijadikan sebagai bahan analisa maupun perbandingan dalam membahas objek penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang suatu pendekatan dan Metode penelitian berperan untuk mendapatkan data maupun informasi. Pada penelitian bab ini menggunakan jenis kualitatif, pendekatan deskriptif, lokasi penelitian di Industri Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini membahas tentang data-data wawancara dengan pemilik industry dan karyawan beserta konsumen yang ada di Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi Pembahasan hasil penelitian yang berisi tentang strategi pengelolaan UD. Tirta Mas Agung Abadi Dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen Pada Jual beli ikan hias.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penulis yang ditujukan kepada semua pihak yang berkepentingan

