

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ikan hias adalah suatu komoditas yang estetis dan berguna sebagai penambah kesegaran, keindahan, kenyamanan serta kesejukan lingkungan. Berawal dari nilai estetik yang didapatkan, tergantung terhadap jenis, warna, ukuran dan bentuk ikan. Usaha ikan hias juga memberikan pendapatan bagi orang yang menekuninya. Melihat prospek usaha ikan hias yang semula dilakukan oleh penghobi, saat ini sudah mulai diminati oleh masyarakat luas. Mereka yang dulunya pembudidaya ikan konsumsi beralih menjadi pembudidaya ikan hias air tawar. Perkembangan ikan hias menjadi lebih pesat di Indonesia ditandai adanya peningkatan animo masyarakat terhadap ikan hias. Sehingga usaha ikan hias menjadi alternatif lain sebagai penghasilan untuk meningkatkan pendapatan. Dikarenakan dalam usaha ikan hias memiliki beberapa keunggulan diantaranya, yaitu penggunaan teknologi yang mudah, budidaya ikan dapat dilakukan skala rumah tangga, dapat dipanen dalam waktu cepat, perputaran modal yang cepat, dapat diterapkan dilahan yang sempit, dan pangsa pasar yang menjanjikan.²

Tulungagung merupakan salah satu Kabupaten dengan potensi masyarakatnya sebagai pembudidaya ikan hias dan juga sebagai pemasok ikan hias untuk dikirim keseluruh Indonesia. Pemerintah Tulungagung, melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) menargetkan sebagai

² Kusniati N, Skripsi: “Strategi Bisnis ikan Hias Air Tawar Pada Kelompok Pembudidaya Ikan Hias Nusa Hias Desa Cibitung Tengah”, (Bogor: IPB, 2007)

pengekspor ikan hias terbesar di dunia di tahun 2020.³ Kabupaten Tulungagung mempunyai pertumbuhan cukup tinggi dan telah menguasai 90% pasar ikan hias di Indonesia hal tersebut berdasarkan pada data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2014.⁴ Dengan didukung letak yang sangat strategis, Kabupaten Tulungagung mempunyai kondisi iklim yang sangat cocok untuk budidaya ikan hias. Berbagai jenis ikan hias dapat dibudidayakan misalnya ikan mas Koki dan ikan Koi. Dalam rangka untuk mendukung peningkatan pendapatan masyarakatnya, Kabupaten Tulungagung mengalokasikan dana pemerintahan untuk kegiatan pemberdayaan kelompok budidaya ikan hias di daerah sentra produk unggulan ikan hias, yaitu Kecamatan Boyolangu, Sumbergempol, Kedungwaru, dan Tulungagung. Keempat daerah tersebut dipilih karena aksesnya mudah dijangkau untuk kebutuhan untuk penunjang pemasaran ikan hias dan dekat dengan pusat kota.

Persaingan adalah sebuah kenyataan hidup yang terdapat dalam dunia bisnis dan dapat dilakukan oleh para pengambil keputusan strategi untuk mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan⁵ Persaingan dalam merebutkan pelanggan yang terjadi antara perusahaan tertuju pada inovasi dan perbaikan produk dan akhirnya pada harga yang lebih rendah. Dalam kata lain kompetisi atau persaingan merupakan upaya perusahaan membuat pelanggan

³ jatimprov.go.id. (2019), TULUNGAGUNG PENGEKSPOR IKAN HIAS TERBESAR, diakses pada 30 juli 2021, Dari <http://jatimprov.go.id/read/umkm/tulungagung-pengekspor-ikan-hias-terbesar>

⁴ Kompas.com, (2014), Ikan Hias Asal Tulungagung Kuasai 90 Persen Pasar Indonesia, diakses pada 30 juli 2021, Dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2014/10/01/090809226/Ikan.Hias.Asal.Tulungagung.Kuasai.90.Persen.Pasar.Indonesia>

⁵ Supriyono, RA, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, (Yogyakarta: CF,1991), hal. 17

membeli produk merek bukan produk pesaing. Oleh sebab itu akan ada pemenang dan yang kalah.⁶ Persaingan dapat terjadi karena tekanan yang dirasakan oleh satu atau lebih perusahaan atau terjadi karena adanya peluang untuk memperbaiki posisi bersaingnya. Strategi bersaing yang baik dan efektif dapat dilakukan dengan cara mengenali serta menilai pesaing utamanya dan memilih pesaing utama yang akan diserang atau dihindari.

Keunggulan bersaing penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi yaitu bagaimana operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan.⁷ Dalam sebuah bisnis perusahaan harus memiliki strategi untuk terus mengembangkan produk baik itu dalam menciptakan produk baru maupun meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Dengan cara ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan atau profit.⁸ Kemampuan suatu perusahaan untuk dapat bersaing sangat ditentukan oleh kinerja perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang tidak mampu bersaing untuk mempertahankan kinerjanya lambat laun akan tergusur dari lingkungan industrinya dan akan mengalami kebangkrutan.

Desa Karangrejo, merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Boyolangu dengan mayoritas penduduknya sebagai pembudidaya ikan hias. Sejak krisis moneter tahun 98, masyarakat desa Karangrejo khususnya mulai

⁶ Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2011), hal. 125-126

⁷ M Fuad dan Christine H, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal 4

⁸ Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, Buku 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal 84

menekuni usaha budidaya ikan hias. Mereka memanfaatkan sumber daya alam yang ada yaitu sumber air yang melimpah serta letak geografis yang strategis. Dengan potensi dari Kabupaten Tulungagung yang sangat bagus, Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Tulungagung berkomitmen mewujudkan sektor kelautan dan perikanan di Tulungagung sebagai pusat pertumbuhan dan perkembangan ekonomi perikanan yang berkelanjutan.

Salah satu kelompok pembudidaya ikan hias air tawar yang berada di Desa Karangrejo adalah Mina Garda Bakti. Sebelum terbentuknya kelompok ini mereka hanya penggemar ikan hias, kemudian secara individual mereka melakukan budidaya dan memasarkannya. Seiring banyaknya permintaan pasar mereka sepakat membentuk kelompok. Mina Garda Bakti mulai dibentuk tahun 2015 sampai sekarang. Dalam menyusun dan menganalisis strategi bersaing kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti menggunakan teori Michael Porter yaitu *five force model* serta melakukan pemilihan strategi menggunakan tiga strategi generik untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat. Dengan menggunakan teori ini kelompok budidaya ikan hias Mina Garda Bakti tidak hanya membidik kompetitor dalam persaingan saja tetapi juga dari sisi pemasok, pembeli, produk pengganti, dan pendatang baru potensial.

Tabel 1. 1 Kelompok Pembudidaya Ikan Air Tawar di Kecamatan Boyolangu

No	Nama Kelompok	Komoditas	Nama Ketua Kelompok
1	Mina Bersinar	Lele	Suyoto
2	Mina Maju Makmur	Lele	Bambang Tri
3	Mina Dewi	Lele	Djalal Asnawi
4	Lestari Sobontoro	Gurami	Ismanto

5	Tugu Mina Asri	Ikan hias	Mustofa
6	Tirto Kencono agung	Ikan hias	Heru Susanto
7	Tirto Abhinata	Ikan hias	Hendrik W
8	Mina Karya	Gurami	Efendi
9	Tirta Kencana	Gurami	Rebo
10	Gapokkan Mina Mulya Lestari	Lele, Gurami, Ikan Hias	Mustofa
11	Mina Harapan	Lele, Patin, Ikan Hias	Ali Sofan
12	Budi Luhur	Gurami, Ikan Hias	Saiful Arif
13	Wira Usaha	Gurami, Ikan Hias	Suwito
14	Tirto Mulya Asri	Ikan Hias	Slamet Ahmat Yudi
15	Mina Jaya	Lele	Mahmud Alchoiri
16	Mina Bonorowo	Lele	Suharmaji
17	Mina Lele Bono	Lele	Taslim
18	Gurami Gurih	Gurami	Happy Kurniawan
19	Mina Usaha Karya	Patin	Supangat
20	Rukun Karya	Patin	Tuwuh Purnomo
21	Mina Sari Gurami	Gurami	Imam Mujib
22	Mina Serut	Ikan Hias	Rebo
23	Mina Jaya Pertama	Ikan Hias	Muh. Takwin
24	Suka Makmur	Ikan Hias	Sutar
25	Amanah Fish Kepuh	Ikan Hias	Mohammad Zamroni
26	Mina Maju Terus	Ikan Hias, Gurami	Imam
27	Mina Garda Bakti	Ikan Hias	Esmadi
28	Mina Sumber Anugerah	Ikan Hias, Gurami	Masruroh
29	Dumbo Tulungagung	Lele	Amat Romadhon
30	Mina Berkah	Gurami	Suryati
31	Gurami Makmur	Gurami	Heri Purwanto
32	Mina Ngudi Mulyo	Lele	Sukarni
33	Kelompok Tani Ikan Makmur	Lele	Ali Zaha
34	Lembaga Pertanian Sehat Tanam Organik Tulungagung	Lele, Gurami	Timour
35	Gurami Lancar	Gurami	Joko Sunaryo

Sumber: Dinas Perikanan Tulungagung

Dengan banyaknya kelompok budidaya ikan di Kecamatan Boyolangu, persaingan yang terjadi juga semakin besar. Persaingan merupakan usaha suatu kelompok atau perorangan untuk mencapai suatu tujuan yang

diinginkan. Setiap kelompok harus memiliki suatu strategi persaingan yang baik untuk meningkatkan penjualannya. Persaingan dalam kamus manajemen adalah suatu usaha yang dilakukan dua pihak atau lebih perusahaan dengan masing-masing bertujuan “memperoleh pesanan” dengan cara menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan.⁹

Dalam kehidupan sekarang dunia usaha tampak meningkat dalam segi persaingan. Hal tersebut menjadi tantangan manajemen dalam setiap perusahaan untuk menghadapi persaingan. Secara kompetitif mereka harus merencanakan strategi persaingan yang tepat. Setiap pengusaha harus menerapkan manajemen yang baik, sehingga usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dan berkembang dimasa yang akan datang.¹⁰

Secara umum perseretaan antara pelaku bisnis secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.¹¹ dinamika persaingan merupakan perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan perusahaan dalam perebutan pelanggan dalam waktu tertentu. Maka dari itu setiap perusahaan harus memperhatikan dinamika yang terjadi supaya dapat mengikuti persaingan seiring perkembangan zaman serta mencegah kekalahan dalam kompetisi pasar. Perubahan zaman juga mengakibatkan banyaknya persaingan, bahkan persaingan tidak sehat juga dilakukan demi mendapatkan keuntungan pribadi maupun organisasi. Hal tersebut sudah biasa dikalangan pebisnis kelas atas untuk meningkatkan penjualan mereka.

⁹ B.N Maribun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 276

¹⁰ Muhamad Teguh, *Ekonomi Industri*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 20.

¹¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 27

Kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti menjadi salah satu kelompok pembudidaya ikan air tawar yang berada di Kecamatan Boyolangu, Tepatnya di Desa Karangrejo. Melihat banyaknya persaingan budidaya ikan hias yang menjamur dimana-mana menjadikan tantangan tersendiri yang harus dilakukan oleh Kelompok Mina Garda Bakti. Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, menarik untuk dilakukan penelitian tentang strategi yang diterapkan sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri perikanan khususnya budidaya ikan hias. Semakin banyaknya perusahaan yang berada di dalam industri budidaya ikan, akan menjadikan persaingan semakin ketat. Persaingan yang ketat membuat perusahaan harus mampu mengembangkan strategi bersaing yang tepat disamping menekan biaya produksi. Perusahaan yang mampu menerapkan strategi yang tepat dalam bersaing, dapat mencapai tujuan perusahaan untuk jangka panjangnya dan menguasai target pasar yang ada. Pemilihan strategi yang tepat akan membuahkan hasil peningkatan pada penjualan ikan hias. Anggota kelompoknya yang mayoritas masyarakat desa dan gaptek dalam bidang teknologi, menjadikan kesulitan dalam menembus pasar online yang berada di Indonesia. Hal tersebut menjadi tantangan setiap anggota untuk belajar menguasai teknologi, agar tidak tertinggal oleh zaman. Seharusnya Pokdakan Mina Garda Bakti merekrut anggota baru yang muda, selain berwawasan luas mereka juga handal dalam penguasaan teknologi. Selain itu anggota yang gaptek juga dapat belajar pengoperasian teknologi untuk dapat memasarkan sekaligus memperoleh informasi mengenai kelangsungan bisnis mereka.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dalam skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Persaingan Kelompok Budidaya Ikan Mina Garda Bakti dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Hias di Desa Karangrejo**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan isi latar belakang tersebut, dapat diperoleh rumusan masalah:

1. Bagaimana strategi kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti dalam menghadapi persaingan untuk meningkatkan penjualan ikan hias?
2. Bagaimana upaya mengatasi persaingan era digital kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakati dalam meningkatkan penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh penerapan strategi persaingan yang dilakukan Pokdakan Mina Garda Bakti dalam meningkatkan penjualan ikan hias. Dengan melihat kondisi lapangan yang ada mampukah para anggota dari Pokdakan Mina Garda Bakti dalam menghadapi tantangan yang ada agar mereka tidak kalah bersaing dalam meningkatkan penjualan. Peneliti ingin meneliti lebih lanjut terkait dengan strategi persaingan kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti dalam meningkatkan penjualan ikan hias di Desa Karangrejo. Dalam hal ini yang dilakukan peneliti antara lain:

1. Menganalisis strategi persaingan yang diterapkan oleh kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti.

2. Menganalisis upaya mengatasi persaingan era digital dalam meningkatkan penjualan

D. Identifikasi penelitian dan Batasan Masalah

Pentingnya mengetahui ruang lingkup masalah bagi suatu penelitian sebelum tahap pembahasan masalah agar suatu penelitian lebih terarah. Selain itu tujuan diadakan penelitian ini dapat dibahas secara terperinci. Penelitian ini berfokus pada tahap input yaitu menganalisis untuk menentukan posisi persaingan kelompok budidaya ikan dan beberapa alternatif strategi yang dapat dijalankan. Adapun batasan masalah penelitian ini mencakup dari pada analisis dari tujuan penelitian.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuannya, maka penelitian ini diharapkan memberikan mafaat bagi semua pihak diantaranya;

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan semua pembaca mendapatkan informasi tentang strategi persaingan yang baik sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi penulis untuk menerapkan sarana ilmu yang diterima selama dibangku perkuliahan sekaligus menambah wawasan tentang hasil penelitian. Selain itu penerapan teori yang ada juga sangat di butuhkan.

b. Bagi Akademis

Dengan diadakan penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak kampus dalam memberikan informasi lapangan terkait strategi persaingan dalam bisnis budidaya ikan hias.

c. Bagi Kelompok Budidaya Ikan Mina Garda Bakti

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi pihak lembaga Mina Garda Bakti dalam pengambilan keputusan untuk kedepannya.

F. Penegasan Istilah

Sebagai cara menghindari kemungkinan penafsiran yang salah, tentang istilah yang ada dalam penulisan penelitian ini, maka penulis memberikan penegasan istilah terlebih dahulu.

1. Strategi

Strategi adalah suatu penentuan tujuan atau arah pengoperasian bisnis yang didasari perencanaan dengan menggerakkan seluruh sumber daya perusahaan guna memperoleh suatu keuntungan yang aktual dalam bisnis. Menurut Jack Trout, inti dari strategi adalah cara bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, membuat persepsi baik kepada pelanggan, tampil berbeda, kemudian menjadi lebih baik dari yang

sebelumnya.¹² Strategi sangat dibutuhkan dalam proses bersaing suatu perusahaan.

2. Persaingan

Persaingan adalah suatu proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok saling berlomba merebutkan kemenangan tertentu.

3. Budidaya

Budidaya merupakan bentuk upaya melestarikan sumber hayati di alam untuk mencegah dari kepunahan.

4. Penjualan

Penjualan adalah kegiatan suatu perusahaan untuk bertahan dalam mengembangkan bisnisnya serta bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penerapan sistematika penulisan skripsi, menjadikan pembahasan terususun rapi dan teratur. Adapun sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan pada bab pertama yaitu mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan terkait dengan strategi persaingan kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti dalam meningkatkan penjualan ikan hias.

¹² Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, cet.1, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 29

Latar belakang memberikan suatu penjelasan kontekstual mengenai suatu hal yang menarik untuk dibahas dan menjadi topik penelitian. Tujuan dan manfaat penelitian yaitu mengenai alasan peneliti melakukan penelitian tersebut serta memberikan manfaat bagi kelompok budidaya dan individu terkait.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab ini mengenai penerapan metode kualitatif kemudian menjabarkan teori, konsep dan temuan yang ada mengenai strategi persaingan kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti dalam meningkatkan penjualan ikan hias.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan untuk meneliti dan mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang terdiri dari jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Berisi tentang pembahasan dan analisis yang terkait dengan strategi persaingan kelompok budidaya ikan Mina Garda Bakti dalam meningkatkan penjualan ikan hias di desa Karangrejo.

BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran oleh peneliti berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan.