BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perikanan merupakan salah satu sub sistem agribisnis yang mempunyaipotensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peranan sektorperikanan dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia bahan baku pendorong agroindustri, peningkatan devisa melalui penyediaan ekspor hasil perikanan, penyedia kesempatan kerja, peningkatan pendapatan nelayan atau pembudidya ikan dan pembangunan daerah, serta peningkatan kelestarian sumberdaya perikanan dan lingkungan hidup.[2]

Dengan kondisi tersebut, Indonesia memiliki potensi keanekaragaman hayati dan potensi ikan yang besar. Hal ini juga yang dimanfaatkan oleh nelayan luar Indonesia untuk mengambil hasil laut di negara Indonesia atau biasa disebut dengan *illegal fishing*.[3] Dari kegiatan *illegal fishing* tersebut negara mengalami kerugian yang tidak sedikit dan ini menjadi perhatian pemerintah. Sering kita mendengar penenggelaman kapal asing yang melakukan penangkapan ikan di Indonesia karena ini merupakan salah satu langkah tegas dalam memutus upaya *illegal fishing*

[2] Bagus Dwi Nugroho, *Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor*. (Bogor: Skripsi Institut Pertanian Bogor,2017).

[3] Effendi, *Budidaya Ikan Koi Ikan Eksotis Yang Menguntungkan*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2003), 99.

agar tidak terus terjadi. Selain untuk memberi efek jera kepada oknum nelayan yang melakukan penangkapan illegal, proses penenggelaman kapal ini disisi lain juga untuk menjaga ekosistem laut karena dapat menjadi rumah bagi ikan.[4]

Tidak terkecuali di kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung memiliki potensi perikanan perairan laut, dan perairan tawar. Usaha tangkap laut berada di perairan pantai selatan Pulau Jawa yaitu Samudra Indonesia dengan potensi panjang pantai 61,470 km,Total Potensi sebesar 25.000 ton per tahun, Potensi Tangkap Lestari sebesar 12.5000 ton/tahun dan Total Allowed Catch (TAC) sebesar 10.000 ton/tahun. Melihat tingkat pemanfaatan sampai saat ini hanya sekitar 15 %-26 %. RTP Nelayan 1.684 dengan jumlah nelayan 2.138 orang.[5]

Tabel 1.1
Luas Kolam dan Jumlah Petani Ikan dari tahun 2014 sampai 2016

Tahun	Luas Kolam (Ha)	Jumlah Petani Ikan (KepalaKeluarga/Orang)
2014	299,56	13.517
2015	299,56	13.517
2016	307,02	14.816

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung

Pembagian wilayah budidaya ikan air tawar juga sudah dapat dipetakan dimana budi daya ikan hias berada di Kecamatan Sumbergempol, Kedungwaru, Boyolangu, Tulungagung; sedangkan untuk budi daya ikan konsumsi berada di Kecamatan Ngunut, Rejotangan,

[4] *Ibid., Budidaya Ikan Koi Ikan Eksotis Yang Menguntungkan* …., 86.
[5] Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Tulungagung www.dkp.tulungagung.go.id Diakses Pada 17 Juni 2021

Sumbergempol, Boyolangu, Kedungwaru, Ngantru, Tulungagung, Pakel ,Kalidawir, Karangrejo, Gondang, dan Kauman.[6]

Perikanan yang merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai berbgai macam banyak potensi dan peranan penting bagi perekonomian. Dalam hal pembangunan ekonomi pada sektor perikanan dan sektor kelautan Indonesia memiliki potenai dan prospek bisnis yang cukup besar, sehingga dapat mendijadikan sektor andalan untuk mengatasi krisis ekonomi. Bisnis perikanan yang berpotensi sangat besar salah satunya adalah ikan hias.[7]

Ikan hias merupakan salah satu hal komoditas perikanan yang menjadi komoditas perdagangan potensial di dalam maupun di luar negeri. Ikan hias ini dapat mendijadikan sebagai sumber pendapatan devisa negara terbesar. Ikan hias memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik minat para hobiis (pecinta ikan hias) dan juga para pengusaha ikan sehingga beralih pada usaha ikan hias. Ikan hias merupakan salah satu ikan yang hidup dalam air tawar yang sedang digemari oleh banyak masyarakat saat ini adalah ikan koi.[8]

Ikan koi ini merupakan salah satu strain ikan mas. Pada awalnya ikan koii merupakan ikan konsumsi, tetapi karena komposisi warnanya yang amat sangatmenarik maka beralih fungsi menjadi ikan hiass. Ikan koi berasal dari Jepang dikenal dengan nama nishikigoio sebagai hiasan kolam

---

[6] Badan Pusat Staistik Kabupaten Tulungagung, www.tulungagungkab.bps.go.id Diakses Pada 17 Juni 2021

[7] Lesmana, D. S. dan Iwan D,. *Budidaya Ikan Hias Air Tawar*, (Jakarta : Penebar Swadaya,2012), 78

[8] Loka, G.L dan K. Roospitasari, *Menyiapkan Koi untuk Kontes* (Jakarta: Penebar Swadaya,2002), 77

di rumah karena memiliki potensi bentuk danwarna yang indah, selaiin itu juga ada hal unik yang dapat dipercaya mampu menghilangkan beberapa kesetresan yang dialami oleh sang pemiliknya.[9] Kecerahan warna pada ikan hias ini sangat menawan terutama pada sisiknya koi yang juga dapat menenangkan pikiran pemilik, emosi dan hati juga. Oleh karena itu, banyak sekali pembeli yang mengincar ikan koi ini. Warna menawan dan indah membuat banyak masyarakat sangat tertarik meskipun harganya juga lumayan tinggi tapi tidak menyurutkan niat para pecinta ikan ini untuk membeli ikan koi ini.[10] Bahkan banyak juga masyarakat yang mengikutsertakan ikan ini ke dalam kontes ikan dengan hadiah yang lumayan fantastis luar biasa. Banyak macam warna dan keunikan dalm ikan koi ini. ikan ini juga memiliki banyak jenisnya. [11]

Desa Ringinpitu merupakan sebuah Desa yang terletak di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung yang dimana Desa Ringinpitu ini penghasil ikan koi dalam tahap pengembangan. Salah satu penghasil ikan koi di Desa Ringinpitu yang dikelola oleh Bapak Julius Wijaya kelompok pembudidaya UD Tirta Mas Agung. Upaya kelompok pembudidaya ikan koi untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan melakukan pendekatan melalui nilai pandang konsumen dan keunikan produk. Keunggulan komperatif dari usaha ikan koi ini adalah dapat dilakukan oleh industri rumah tangga, dalam pasar ikan koi tidak ada kejenuhan, pengembangan strain baru dapat dilakukan oleh individu, serta

[9] Susanto, *Koi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), 124
[10] *Ibid.* Susanto, *Koi*…,122
[11] Hanafie Rita, *Pengantar Ekonomi Perikanan*, (Yoyakarta: Penerbit andi,2010), 34

dapat memberdayakan masyarakat sekitar. Secara tidak langsung Desa Ringinpitu Kecamatan Kedunwaru melalui kelompok pembudidaya UD Tirta Mas Agung Abadi sangat berpengaruh dalam menyokong pendapatan pembudidaya ikan hias di Kabupaten Tulungagung terutama dari budidaya ikan koi. Jumlah produksi ikan koi yang dihasilkan oleh kelompok pembudidaya UD Tirta Mas Agung Abadi tidak akan mensejahterakan pembudidaya ikan koi Desa Ringinpitu apabila tidak ditunjang oleh pemasaran yang baik. Dalam hal ini peranan pedagang (distributor dan pedagang lain) yang menyalurkan ikan koi dari kelompok pembudidaya UD Tirta Mas Agung Abadi ke konsumen akhir di beberapa daerah sangat besar, sehingga menarik untuk dipelajari. Produksi dan pemasaran mempunyai keterkaitan yang sangat erat.

Menurut (*American Marketing Association*) *AMA*, pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide,barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasial. [12]

Sedangkan menurut Philip Kotler pemasaran adalah proses social dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk - produk yang bernilai dengan yang lainnya.[13]

---

[12]Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran (edisi keduabelas : jilid satu)*, (Jakarta: Erlangga, 2006),.55.

[13] *Ibid.* Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*,23

Strategi adalah sebagai ketrampilan manajerial (administrasi ,kepemimpinan orasi ,dan kekuasaan).Strategi menurut Buzzel dan Gale Strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen ,yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.[14]

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha – usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu ,pada masing – masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.[15] Strategi pemasaran disusun dan direncanakan diawal dan jika diperlukan dapat dilakukan evaluasi agar pengambilan keputusan untuk mecapai tujuan tepat dan benar. Dalam hal staratgi pemasaran perlunya dilakukan perencanaan, pelaksanaan, serta controling yang tepat agar dapat meningkatkan jumlah laba/penghasilan yang didapat.[16]

Maka berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaiman metode pemasaran yang dilakukan oleh kelompok pembudidaya ikan koi UD Tirta Mas Agung Abadi guna meningkatkan penghasilan kelompoknya. Sehingga dengan pemaparan diatas, penulis ingin mengangkat judul penelitian **"Strategi Bauran Pemasaran Ikan**

---

[14] Zulki Zulkifli, *Strategi Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2009), 22.
[15] Assauri, S, Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2013), 54.
[16] Boyd, Harper W, dkk, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 21.

Koi Dalam Meningkatkan Penghasilan di UD Tirta Mas Agung Abadi"

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan pada beberapa masalah yang menjadi pokok kajian dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Bagaimana perencanaan strategi bauran pemasaran ikan koi mencakup produk, pemasaran, promosi dan tempat di UD Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan penghasilan?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi bauran pemasaran ikan koi mencakup produk, pemasaran, promosi dan tempat di UD Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan penghasilan?
3. Bagaimana controlling strategi bauran pemasaran ikan koi mencakup produk, pemasaran, promosi dan tempat di UD Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan penghasilan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan yang akan dicapai adalah untuk:

1. Mengetahui perencanaan strategi bauran pemasaran ikan koi mencakup produk, pemasaran, promosi dan tempat di UD Tirta Mas Agung

Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan penghasilan.

2. Mengetahui pelaksanaan strategi bauran pemasaran ikan koi mencakup produk, pemasaran, promosi dan tempat di UD Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan penghasilan.
3. Mengetahui controlling strategi bauran pemasaran ikan koi mencakup produk, pemasaran, promosi dan tempat di UD Tirta Mas Agung Abadi Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan penghasilan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

   Sebagai sumbangan penting dan memperluas wawasan bagi kajian penerapan dan pengawasan sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan untuk pengembangan keilmuan yang akan datang. Memberikan sumbangan penting dan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penghasilan pada kelompok UD Tirta Mas Agung Abadi Di Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Pemilik UD.Tirta Mas Agung Abadi Di Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung

Melihat dari strategi marketing mix yang telah diterapkan diharapkan tidak hanya sampai disitu saja meliankan harus tetap dilakukan pembaharuan guna mengikuti kondisi pasar yang setiap saat berubah.

b. Bagi Karyawan

Diharapkan penelitian ini bisa menambah pengetahuan dalam mengembangkan strategi bauran pemasaran.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian di harapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan berkaitan dengan permasalahan serta objek penelitian yang berbeda dengan menggunakan studi komparatif sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Untuk menghindari adanya kesalahan dalam menafsirkan judul skripsi ini, maka penulis perlu memberikan penegasan atau pengertian pada istilah-istilah dalam judul tersebut sekaligus menjadi batasan dalam pembahasan selanjutnya, sebagai berikut:

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu proses penentuan rencana, aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan,

mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.[17]

b. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat di kendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Kombinasi Marketing Mix ini Yang Meliputi 4 p yaitu, Product, Price, Promotion, Place.[18]

c. Peningkatan Penghasilan

Peningkatan penghasilan merupakan tujuan dari setiap pengusaha baik yang baru memulai usaha atau yang sudah merintis usahanya, peningkatan penghasilan merupakan bukti kesuksesan suatu perusahaan..[19]

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui "Strategi Pemasaran Ikan Koi Dalam Meningkatkan Penghasilan (Studi UD Tirta Mas Agung Abadi Di Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung)". Dalam hal peningkatan ini peneliti tertarik untuk membahas tentang strategi pemasaran ikan pada UD Tirta Mas Agung Abadi Di Desa Ringinpitu Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung yang mengangkat

---

[17] Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran (edisi kesebelas : jilid satu)*, (Jakarta:PT. Indeks, 2005), 45.

[18] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13 jilid 1*. (Jakarta: Erlangga,2006), 22-27

[19]Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Arti Kata meningkatkan Penghasilan* dalam https://kbbi.web.id/meningkatkan , diakses pada 16 Juni 2021.

tentang tiga fokus utama yaitu Perencanaan, Pelaksanaan, dan Controlling strategi pemasaran Ikan Koi di UD Tirta Mas Agung Abadi Di Desa Ringinpitu Tulungagung Dalam Meningkatkan Penghasilan.

F. Sistematika Pembahasan

Tujuan sistematika penulisan proposal skripsi adalah untuk lebih memudahkan serta memahami dan mempelajari isi dari proposal skripsi tersebut. Adapun sistematika penulisan proposal skripsi ini akan di rinci oleh penulis sebagai berikut:

Bagian Awal terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto dari peneliti, persembahan-persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar lampiran-lampiran, serta abstrak.

Bab Satu Pendahuluan, dalam bab ini berisi pendahuluan: menjelaskan tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan proposal skripsi.

Bab Dua Kajian Pustaka**,** bab ini terdiri dari landasan teoritis, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

Bab Tiga Metode Penelitian**,** bab ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

Bab Empat Hasil Penelitian**,** dalam bab ini berisi uraian tentang paparan data yang berkaitan dengan informasi yang menggambarkan

tempat penelitian, temuan penelitian yang disajikan sesuai dengan fokus penelitian dan hasil analisis data. Hasil analisis data merupakan kesimpulan dari temuan penelitian.

Bab Lima Pembahasan, Pada bagian pembahasan, memuat keterkaitan antara posisi temuan penelitian atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta implementasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkapkan di lapangan.

Bab Enam Penutup, Didalamnya memuat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran-saran.