

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan zaman yang terjadi turut mempengaruhi kondisi perekonomian, dengan tuntutan inovasi dalam kegiatan ekonomi yang dilaksanakan. Dengan kemajuan zaman maka juga menjadikan inovasi menjadi sebuah keharusan yang dilaksanakan sebagai upaya untuk tetap dapat bertahan. Bukan hanya itu pada bidang produksi pangan atau makanan juga selayaknya memerlukan adanya inovasi sebuah langkah untuk dapat bertahan di tengah tantangan zaman.

Salah satunya yaitu pada produk olahan ikan. Makanan yang berasal dari olahan ikan menjadi salah satu bentuk inovasi di tengah tantangan perkembangan zaman yang terjadi. Salah satu poin yang menarik yaitu kandungan gizi yang terdapat pada ikan mempunyai banyak manfaat, diantaranya terdapat karbohidrat, lemak, vitamin mineral dan protein untuk memenuhi kebutuhan manusia. Protein yang terdapat pada ikan memiliki peranan nilai gizi yang sangat baik dan penting dari binatang yang hidup di daratan lainnya.²

Produk olahan ikan kemudian banyak diproduksi oleh perorangan atau kelompok baik dengan wadah UMKM atau rumahan. Produk ini dapat menjadi

² Sapto ciptanto, *Top 10 ikan air tawar-panduan lengkap pembesaran secara organik di kolam air kolam terpal karamba dan jala apung*, (Yogyakarta: Lily Publisher, 2010), hal. 2.

salah satu kegiatan ekonomi yang dapat menghasilkan pendapatan. Potensi perikanan di Indonesia sudah sangat baik untuk melakukan usaha perikanan dengan hasil yang menguntungkan. Dengan adanya penganekaragaman olahan hasil ikan bisa menumbuhkan keinginan masyarakat untuk gemar mengkonsumsi ikan. UMKM yang bergerak pada hasil pengolahan ikan dapat menghasilkan produk olahan ikan yang memiliki tambahan nilai tersendiri, yang nantinya penjualan menjadi meningkat. Selain itu, UMKM sendiri pun akan berkembang pada industry pangan dan non pangan yang nantinya akan meningkatkan daya saing di era zaman sekarang.³

Strategi pengembangan usaha pada kegiatan usaha dalam wadah UMKM merupakan bentuk pengembangan dari tuntutan kebutuhan ekonomi, serta pasang surut perekonomian membuat manusia selalu berusaha untuk mencari cara agar tetap sejahtera. Mulai dari pekerjaan kasar seperti buruh atau sejenisnya, sampai pekerjaan kantoran yang bisa sampai ratusan juta gajinya dilakoni oleh manusia. Jangankan yang halal, yang haram pun rela dilakukan demi kesejahteraan hidup.⁴

Pengembangan usaha yang dilaksanakan merupakan sebuah kewajiban atas upaya dalam melaksanakan inovasi dan pengembangan. Dalam konteks produksi perikanan maka terdapat berbagai macam bentuk usaha dan tantangan yang dilaksanakan. Perkembangan zaman yang terjadi juga menjadikan

³ Sahubawa, L. dan Ustadi, *Teknologi Pengawetan dan Pengolahan Hasil Perikanan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), hal .6.

⁴ Melya Andeska, Skripsi, Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Ekonomi Islam (Studi Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah). (Lampung: UNILA, 2017), hal. 10.

persaingan sesama pelaku usaha pada produk olahan makanan menjadi sebuah hal yang tidak dapat dihindarkan. Banyak bermunculan kegiatan usaha perikanan yang berkembang dan terus menjamur. Menanggapi hal yang terjadi tersebut kemudian menjadikan penting kegiatan pengembangan yang dilaksanakan.⁵

Seiring dengan perkembangan yang terjadi, kegiatan UMKM yang dilaksanakan pada masyarakat juga menjadi usaha sampingan industri rumah tangga dengan keuntungan besar adalah usaha yang banyak di idam-idamkan oleh wirausaha dengan usaha berskala kecil. Usaha sampingan industri rumah tangga banyak menjadi pilihan wirausaha pemula dikarenakan beberapa faktor seperti modal yang kecil, dan tidak harus membutuhkan pengalaman yang besar dan sebagai peluang. Industri rumah tangga berperan sangat penting dalam perkembangan sektor ekonomi negara kita. Dari pengembangan sektor ekonomi industri rumah tangga juga dapat memajukan bangsa Indonesia.⁶

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut dengan home industri atau industri rumah tangga. Industri rumah tangga adalah suatu usaha yang didirikan oleh seorang dengan modal yang kecil dan area pemasarannya juga belum meluas. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Kecil dan Menengah telah mampu membuktikan dalam perekonomian di Indonesia. Saat krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah

⁵ Lina Asmara Wati dan Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Modern Teori dan Aplikasinya*, (Malang: UB Press, 2018), hal. 2.

⁶ Arief Subhan, *Islam Untuk Kesejahteraan Rakyat*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hal. 3-4.

yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha kecil tidak terlalu bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan besar selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami dampak krisis.⁷

Kegiatan UMKM ini adalah perusahaan kecil. Pengertian usaha kecil tercantum dalam UU No. 9 Tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan maksimal Rp1.000.000.000. Kriteria lainnya juga disebutkan dalam UU No 9 Tahun 1995 adalah: milik WNI, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha perorangan, baik berbadan hukum maupun tidak. Kegiatan usaha ini termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga.⁸

Persoalan yang dihadapi oleh produk UMKM yaitu dituntut oleh keharusan inovasi yang dilaksanakan sebagai upaya untuk menanggapi perkembangan teknologi dan persaingan sesama bisnis yang terjadi. Karena perkembangan yang terjadi juga mengharuskan sebuah UMKM khususnya UMKM ‘‘Pak Gondo’’ juga memperbarui produk olahan hingga sistem pemasaran yang dilaksanakan. Dengan tujuan yaitu menjaga eksistensi kegiatan usaha yang dilaksanakan dalam menganggapi berbagai tantangan yang terjadi.

⁷ Erwin Rijanto, *Profil Bisnis, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)*, (Jakarta : Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015), hal.12.

⁸ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 17.

Salah satu kegiatan usaha yang turut menanggapi berbagai tantangan perkembangan zaman yang terjadi yaitu kegiatan UMKM di Desa Gondosuli. Desa Gondosuli kecamatan Gondang Kab. Tulungagung merupakan salah satu desa yang letaknya lumayan jauh dari Kota Tulungagung yang memerlukan waktu 20 menit dari pusat kota. “Sejak dibukanya terowongan Niama, sebuah terowongan yang menjebol bukit yang menghalangi air mengalir ke laut selatan pada tahun 1985, maka daerah Gondosuli yang dulunya daerah rawa saat ini telah berubah menjadi tanah persawahan dan kadang produktif. Pada tahun 1994 salah satu warga mencoba memulai budidaya lele dibelakang rumahnya, dan ternyata percobaan ini berhasil.

Produk olahan ikan yang ada di Desa Gondosuli ini juga didukung dengan potensi desa Gondosuli yang dikenal sebagai kawasan minapolitan, yaitu kawasan budidaya ikan. Mata pencaharian penduduk desa Gondosuli ini beragam mulai dari petani sampai budidaya ikan lele tetapi mayoritas lebih ke budidaya lele. Ada juga yang memproduksi ikan lele menjadi berbagai macam olahan makanan. Desa tersebut juga dikenal dengan sebutan kampung lele. Di Desa Gondosuli terdapat 12 kelompok dimana 2 kelompok sebagai pengelola ikan dan 10 kelompok adalah sebagai pembudidaya ikan lele, 1 kelompok biasanya beranggotakan mulai dari 10 sampai 50 orang. Salah satu usaha untuk mensejahterakan masyarakat dengan melihat potensi yang dimiliki adalah dengan adanya budidaya lele ini selain dapat meningkatkan ekonomi masyarakat yang nantinya juga akan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat tetapi

juga dapat meningkatkan skill atau SDM yang dimiliki masyarakat misalnya yang awalnya sebagai petani sekarang menjadi peternak lele.

Kegiatan UMKM olahan ikan di Desa Gondosuli bermula dari kegiatan yang dilaksanakan oleh sebagian kecil warga menanggapi potensi atas kemudahan dalam menanggapi bahan ikan. Maka keberhasilannya membuat warga lain mengikuti, sehingga di Desa Gondosuli banyak sekali kolam ikan lele yang tersebar dilahan seluas 11,03 ha yang dipelihara oleh 92 rumah tangga. Bukan hanya ikan lele saja, tetapi juga menciptakan olahan dari lele, melalui brand “Pak Gondo”. Bu Rinipun memikirkan cara membuat produk olahan ikan lele. Beliau memulai hal tersebut dengan melalui buku-buku yang dibelinya di Gramedia. Maka dari situlah terciptanya ide untuk membuat produk olahan ikan yang berkualitas.

Strategi pemasaran, ada hal yang harus diperhatikan seperti halnya target kepada konsumen, untuk itu strategi pemasaran bagi usaha kecil sangat diperlukan untuk memperluas usahanya. Dalam pemasaran awal mereka pernah melakukan pada sebuah pameran dan diajaknya seminar oleh dinas perikanan, yang awal pemasarannya masih dibantu oleh Dinas Perikanan Tulungagung dengan cara menitipkan di *showroom* dan rumah fillet yang ada di Dinas Perikanan.

Pengembangan kegiatan usaha juga penting dilaksanakan oleh produk dari UMKM “Pak Gondo” menjadikan kewajiban untuk terus melakukan inovasi sebagai bentuk upaya untuk menanggapi perkembangan zaman yang terjadi. Dengan dinamika yang terjadi dan inovasi yang dilaksanakan oleh

produk dari UMKM "Pak Gondo" menjadikan sebuah hal dapat meningkatkan potensi ekonomi yang dimiliki oleh kegiatan usaha, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha.

Produk dari UMKM "Pak Gondo" ini juga sudah sangat dikenal konsumennya karena sudah mampu memasarkan produknya ke swalayan yang ada ditulungagung, seiring adanya kemajuan teknologi UMKM yang dilakukan "Pak Gondo" ini memanfaatkan media sosial dalam menunjang proses pemasarannya sehingga pemasarannya kini sudah dikenal banyak orang dari luar kota dan pulau. yang dilakukannya oleh owner UMKM "Pak Gondo" kini sudah meluas ke luar kota hingga luar pulau. Maka dari itu, peneliti membuat judul **"Strategi Pemasaran Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah Produk Olahan Ikan di Desa Gondosuli Tulungagung."**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran produk UMKM di Desa Gondosuli Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana produk yang dihasilkan dari olahan ikan pada UMKM di Desa Gondosuli Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana perkembangan kegiatan UMKM dengan menerapkan strategi pemasaran Media Sosial di Desa Gondosuli Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran produk UMKM di Desa Gondosuli Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui produk yang dihasilkan dari olahan ikan pada UMKM di Desa Gondosuli Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui perkembangan kegiatan UMKM dengan menerapkan strategi pemasaran media sosial di Desa Gondosuli Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Kami berharap penelitian bisa bermanfaat, khususnya menjadi sumber literatur dan bacaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi sumber referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya, serta menambah sumber pustaka yang telah ada.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa pertimbangan dalam menyusun rencana/strategi untuk perkembangan UMKM pengolah ikan dimasa yang akan datang untuk meningkatkan produksi perusahaan.

b. Bagi Peneliti

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam praktek bidang manajemen. Selain itu juga diharapkan bisa sebagai bahan pertimbangan untuk mahasiswa dalam pembuatan penelitian atau kegiatan yang lainnya.

c. Bagi Pihak Akademik

Untuk menambah hasil koleksi penelitian serta sebagai pemberian pemikiran untuk membantu dalam mempelajari praktek-praktek dalam bidang pemasaran lebih jauh, khususnya berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dari adanya tafsiran yang dijabarkan, maka peneliti menjelaskan istilah-istilah yang penting dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dengan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan melalui berbagai proses untuk menciptakan, menginformasikan dan memberikan nilai pada pihak-pihak yang berkepentingan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai *how win the market* melalui empat komponen, yaitu *segmentation, targeting, positioning, diferentiation*. Promosi adalah fungsi pemasaran yang memfokuskan pengomunkasian komponen-komponen program

pemasaran secara persuasif kepada khalayak sasaran untuk menjang pertukaran antara pemasar dan konsumen dan untuk membantu mencapai tujuan dari keduabelah pihak.⁹

b. UMKM

UMKM adalah suatu usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang sudah sesuai dengan lingkup mikro. Usaha mikro kecil dan menengah adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang.¹⁰

c. Produk

Produk adalah suatu penawaran berupa barang yang dikirim ke pasar untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Dalam dunia bisnis produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Sedangkan dalam ilmu marketing produk adalah apapun yang dapat ditawarkan pasar dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk berasal dari bahasa inggris yaitu product yang artinya sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya.¹¹

⁹ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006), hal. 47.

¹⁰ Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah Lebih Dekat*, (Jawa Timur : Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hal. 1.

¹¹ Andre Henri Slat, Analisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuan harga jual, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013), hal. 110.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Bagian awal terdiri atas : Halaman sampul depan, Halaman judul dan halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, moto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian utama, yaitu berisi pembahasan mengenai pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, dan penutup, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini terdapat landasan teori yang sesuai judul yang dijadikan sebagai landasan penelitian dan penelitian terdahulu yang akan menjadi patokan penelitian yang akan datang.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan temuan.

BAB IV Hasil Penelitian

Dalam bab ini membahas mengenai paparan data yang diuraikan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah yang diperoleh dengan menggunakan metode-metode penelitian.

BAB V Pembahasan

Dalam bab ini membahas mengenai data hasil penelitian lapangan yang dipaparkan lebih luas

BAB VI Penutup

Dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran. Bagian ini akan menjelaskan tentang jawaban dari permasalahan yang diangkat.

Bagian akhir, yaitu berisi mengenai lampiran-lampiran serta surat keterangan izin penelitian.