

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Ikan mas hias (*Carassius auratus auratus*) adalah ikan air tawar dari *familia Cyprinidae dan ordo Cypriniformes*. Ikan ini adalah salah satu ikan yang pertama kali berhasil didomestikasi, dipelihara, dan dibudidayakan manusia. Kini ikan mas hias atau kadang disebut secara singkat sebagai ikan mas, adalah salah satu ikan hias akuarium yang paling populer. Ikan Maskoki termasuk komoditi ekspor potensial untuk dikembangkan karena sangat laku di pasar lokal dan permintaan pasar ekspor masih belum terpenuhi. Kabupaten Tulungagung menjadi pusat ikan hias dikarenakan letak geografis yang sangat strategis, juga didukung oleh kualitas air yang terbilang cukup bagus dan cocok untuk ikan maskoki ini.²

Pengembangan budidaya ikan hias tawar di Kabupaten Tulungagung dipusatkan sekitar kota. Berbagai jenis ikan hias diproduksi dan diperdagangkan mulai dari Kaliko, tosa, rasket, mutiara, lion headmata kantong, mas lowo, ryukin, ranchu, dan masih banyak jenis lain yang dipandang mempunyai nilai ekonomis di pasaran. Dalam rangka mendukung kegiatan peningkatan pendapatan petani ikan hias dialokasikan kegiatan pemberdayaan kelompok budidaya ikan hias pada daerah sentra-sentra produk unggulan ikan hias yaitu ditetapkan pada daerah sebagai berikut, yaitu di Kecamatan Boyolangu, Kedungwaru, Sumbergempol, dan Tulungagung

² Dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Ikan_mas_hias diakses pada 17 desember 2023

kota. Keempat daerah sentra tersebut sangat mudah dan cepat untuk mengakses segala kebutuhan penunjang pemasaran ikan hias dan dekat pusat kota.³

Produksi ikan hias air tawar pada awal tahun 2020 mencapai rekor dan jika dibandingkan produksi tahun sebelumnya ada kenaikan sebesar 3,00% sedangkan nilai produksi mencapai Rp.90.798.586.100,00. Jumlah pembudidaya ikan hias air tawar di Kabupaten Tulungagung sebanyak 1.265 RTP dengan jumlah pembudidaya ikan 3.396 orang yang tersebar di 4 Kecamatan.⁴ Dalam rangka mendukung pembudidayaan ikan hias air tawar, dan untuk mencukupi penyediaan pakan alami berupa cacing merah, maka selain diupayakan pencarian sendiri di sepanjang parit agung/Parit Raya juga didatangkan dari Surabaya, Sidoarjo dan Mojokerto sebanyak 2-3 ton/hari. Adapun daerah pemasaran ikan hias koki ini meliputi: Surabaya, Solo, Semarang, Jakarta, Tangerang, sebagian Sumatra, Balikpapan, dan daerah lain yang terkait rantai perdagangan ikan hias. Upaya yang dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran, khususnya untuk ekspor.

Di kutip dari Kompas, ikan hias hasil budidaya dari Kabupaten Tulungagung menguasai hampir 90 persen di Indonesia dan malah sebagian sudah diekspor ke negeri tetangga, salah satunya dijadikan sebagai maskot yaitu ikan Mas Koki⁵. Luas kolam dan jumlah petani ikan di Kabupaten

³ Diakses pada laman dkp tulungagung <https://dkp.tulungagung.go.id/index.php/statistik/2-uncategorized/16-data-dan-statistik> pada tanggal 17 desember 2023

⁴ Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Tulungagung, www.dkp.tulungagung.go.id.

⁵ Ikan Hias Asal Tulungagung Kuasai 90 Persen Pasar Indonesia (kompas.com) diakses tanggal 17 Desember 2023 pukul 09.15

Tulungagung dari tahun 2014-2018 mengalami peningkatan, pada tahun 2015-2017 jumlah petani ikan tetap dan luas kolam tetap. Selanjutnya tahun 2018 mengalami penurunan jumlah petani ikan tetapi mengalami peningkatan pada luas kolam.⁶

Tabel 1.1
Data Luas Lahan dan Petani Ikan Tahun 2014-2018

TAHUN	LUAS LAHAN (Ha)	JUMLAH PEMBUDIDAYA
2018	390,49	12.067
2017	307,02	14.816
2016	307,02	14.816
2015	307,2	14.816
2014	299,56	13.517

Sumber: Dinas Perikanan Kabupaten Tulungagung, 2019

Salah satu desa *supplier* maskoki terbanyak di Tulungagung adalah Desa serut Kecamatan Boyolangu. Wilayah desa serut terletak pada wilayah dataran rendah dengan koordinat antara 135 130 x dan 60 60 38 y (8085bLS, dan 111,91 BT). Pemerintahan desa terletak di Dusun Pelem RT 002 RW 002 dengan menempati areal lahan seluas 100 m².⁷

Sektor perikanan menjadi sektor ekonomi utama masyarakat desa Serut ini. Apalagi tahun 2019 awal masuknya virus covid di negara ini membuat para buruh pabrik dan pengusaha besar terkendala atau bahkan kehilangan pekerjaan mereka. Hal ini membuat sebagian warga berfikir banting usaha di bidang perikanan. Hasil dari sektor perikanan ini bahkan mampu menjadi penghasilan utama kala itu. Sampai pada akhirnya usaha ini terus berkembang dan merambah hingga saat ini. Dilansir dari data BPS

⁶ Badan Pusat Statistik (BPS) Tulungagung, www.tulungagungkab.bps.go.id (17 Desember 2023 pukul 09.23)

⁷ Data administrasi Desa Serut, diakses pada 18 Oktober pukul 19.40

Kabupaten Tulungagung tahun 2018, Desa serut yang memiliki jumlah Dusun sebanyak 2, 7 RT dan 33 RW, memiliki jumlah penduduk sekitar 3.649 berjenis kelamin laki-laki, 3.726 kepala berjenis kelamin perempuan, dengan jumlah penduduk sekitar 7.375 penduduk. Dari data primer penelitian sebelumnya, dari seluruh jumlah penduduk, terdapat sekitar kurang lebih 69 kepala rumah tangga yang matapencaharian sebagai pembudidaya ikan hias.

Tabel 1.2

Penghasilan Utama Rumah Tangga Menurut Desa dan Sektor Usaha

No.	Desa	Pertanian	Pertambangan/ Penggalian	Industri Pengolahan	Listrik, Gas, dan Air
1	Ngranti	557	-	209	-
2	Kendalbulur	634	-	38	-
3	Boyolangu	622	-	160	17
4	Pucung Kidul	582	-	86	6
5	Sanggrahan	361	-	62	-
6	Wajak Kidul	323	40	36	-
7	Karangrejo	555	-	74	3
8	Wajaklor	515	-	122	7
9	Kepuh	280	-	170	8
10	Tanjungsari	344	-	296	4
11	Serut	346	-	566	18
12	Beji	267	-	224	27
13	Sobontoro	351	-	568	24
14	Gedangsewu	129	-	198	6
15	Moyoketen	331	-	301	8
16	Waung	504	4	98	7
17	Bono	658	-	93	-
JUMLAH		7.359	53	3.288	135

Sumber: Kecamatan Boyolangu dalam angka 2018, BPS Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa Desa Serut bermatapencaharian sebagai petani berjumlah 346 rumah tangga, karena mayoritas luas lahan di Desa ini digunakan sebagai lahan pertanian. Tidak

ada yang bekerja pada sektor pertambangan maupun penggalan, Sdebagian bekerja di industri pengolahan sebnanyak 566 rumah tangga, banyak industri pengolahan yang ada di desa ini seperti pengolahan gipang, pengolahan limbah karet menjadi bak sampah dan lain sebagainya. Sisanya bermatapencaharian di sektor listrik, gas, dan air sebanyak 18.

Strategi pemasaran adalah gambaran untuk mengelompokkan serta menyusun strategi dalam persaingan bisnis usaha⁸. Strategi Pemasaran menjadi penentu langkah dan trik dalam menjalankan bisnis. Strategi pemasaran dirancang dari awal perlu adanya evaluasi setiap hari agar mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi pemasaran yang tepat bisa dilihat di tingkat stabilnya penjualan. Keuntungan dapat meningkat dari tahun ke tahun, dilihat kuantitas maupun kualitas produk yang mampu diproduksi. Seorang pembisnis bisa menerapkan strategi untuk memaksimalkan keunggulan produk dengan memakai peluang yang tersedia, dan mengurangi ancaman dan kelemahan disaat menjalankan bisnis tersebut.

Peran Perekonomian dalam mensejahterakan masyarakat sangat berkesinambungan, dimana Kesejahteraan dapat direpresentasikan melalui tingkat pendapatan. Pendapat ini berpijak pada teoriekonomi konvensional (neoklasik) bahwa kesejahteraan (*utility*) merupakan fungsi dari kombinasi konsumsi barang dan jasa dimana kombinasi konsumsi akan meningkat seiring dengan tambahan pendapatan.. Seseorang yang dikatakan sejahtera

⁸ Panji Anorga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm 215

itu tidak hanya dilihat dari seberapa besar tingkat pendapatannya, akan tetapi juga dilihat dari kemampuannya untuk mengelola pendapatan tersebut.⁹ Seseorang dapat dikatakan sejahtera apabila sudah mampu mencukupi kebutuhannya sendiri dan tidak merasa kurang suatu apapun.

Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus melakukan strategi dalam hal pengukuran yaitu dengan cara membagi produk, seperti mengelompokkan makanan dalam beberapa kategori, misalnya kualitas rasa, kuantitas atau porsi, variasi menu atau variasi jenis makanan yang ditawarkan. Hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa cita rasa yang khas, porsi yang sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta banyaknya varian makanan yang ditawarkan akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan terhadap produk tersebut.¹⁰

Relasi dalam kamus besar bahasa indonesia adalah hubungan; perhubungan; pertalian; perkenalan secara umum relasi adalah hubungan antara 2 pihak atau lebih untuk mencapai satu tujuan. Relasi juga berkaitan

⁹ Deddy Cahyadi, *Analisis Pengukuran Kesejahteraan di Indonesia*, Jurnal Ilmiah, Malang 2017

¹⁰ Joko Bagio Santoso. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16(01), 127–146 <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>

dengan hubungan kerja atau bisnis.¹¹ Dalam hal ini, relasi berperan penting dalam kegiatan bisnis ikan ini, semakin banyak relasi yang kita kuasai maka semakin banyak pula keuntungan yang kita peroleh. Perlu adanya perluasan jaringan agar pasar semakin besar. Dengan banyaknya relasi berarti produk yang kita miliki semakin dikenal oleh orang banyak.

Kelompok Budidaya NGF Team telah dikenal karena menghasilkan produk ikan maskoki berkualitas tinggi yang dapat diandalkan, khususnya dalam budidaya ikan dengan ciri khas berbody pendek dan berjambul. NGF Team secara konsisten mengadopsi inovasi teknologi terbaru dalam proses budidaya ikan, yang berujung pada hasil yang optimal dan memuaskan. NGF Team memiliki komitmen yang kuat terhadap kesejahteraan masyarakat lokal melalui praktik budidaya yang berkelanjutan, dan dikenal karena transparansi dalam praktik budidayanya, membangun kepercayaan yang kuat di antara konsumen. NGF Team aktif berkolaborasi dengan komunitas lokal, memperkuat hubungan dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas. Mereka juga memprioritaskan keberlanjutan lingkungan dalam setiap langkah produksi, menjaga ekosistem dan sumber daya alam, serta mengutamakan kesehatan dan kesejahteraan ikan, memastikan produk yang dihasilkan bebas dari zat berbahaya dan penyakit. Dikenal karena kreativitas dan dedikasinya dalam menghasilkan ikan maskoki berkualitas tinggi secara konsisten, memilih NGF Team berarti memberikan dukungan langsung bagi ekonomi lokal dan pertumbuhan industri perikanan di

¹¹ Afif, H., & ZM Nawawi. (2022). Pengaruh Relasi dan Pola Komunikasi Bisnis Terhadap Penjualan Pada Percetakan Buku CV.Merdeka Kreasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(1), 18–25. <https://doi.org/10.34012/jebim.v4i1.2722>

daerah, sementara NGF Team telah membangun reputasi yang terpercaya sebagai produsen ikan maskoki terkemuka, menjadi pilihan utama bagi konsumen yang cerdas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Strategi Meningkatkan Penjualan Ikan Maskoki Dalam Upaya Mensejahterakan Perekonomian Masyarakat Desa Serut Kecamatan Boyolangu**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi peningkatan kualitas produk ikan maskoki yang dilakukan oleh NGF Team?
2. Bagaimana strategi perluasan relasi yang dilakukan NGF Team?
3. Bagaimana strategi peningkatan pemasaran yang dilakukan oleh NGF Team?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendiskripsikan penerapan strategi peningkatan kualitas kelompok budidaya NGF Team desa Serut Boyolangu Tulungagung dalam meningkatkan penjualan
2. Untuk mendiskripsikan penerapan strategi perluasan relasi kelompok budidaya NGF Team Desa Serut Boyolangu Tulungagung dalam meningkatkan penjualan
3. Untuk mendiskripsikan penerapan strategi peningkatan pemasaran

kelompok budidaya NGF Team Desa Serut Boyolangu Tulungagung dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

D. Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibedakan atas dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis. Manfaat aspek teoritis ini berkaitan dengan pembangunan suatu ilmu pengetahuan. Sedangkan manfaat dari aspek praktis berkaitan dengan kebutuhan berbagai pihak yang membutuhkan.

1. Manfaat Aspek Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam kajian ekonomi pembangunan, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan perekonomian masyarakat pada bidang usaha ikan hias air tawar guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung, dengan strategi yang tepat.

2. Manfaat praktis

Pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

a. Para pelaku usaha budidaya ikan maskoki

Sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan dalam kebijakan pengelolaan usaha budidaya ikan maskoki.

b. Akademik

Sebagai sumbangsih pembendaharaan kepustakaan di UIN SATU Tulungagung.

c. Peneliti lanjutan

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan diharapkan mampu menghadirkan penelitian yang lebih kompleks dengan faktor yang berbeda.

E. Penegasan Istilah

1. Secara konseptual

a. Strategi Pemasaran

Sofyan Assauri menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan paduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.¹²

b. Kesejahteraan Masyarakat

Upaya yang dilakukan seorang individu ataupun lembaga dalam memberikan suatu kontribusi dari segi materi ataupun tindakan, guna dengan kegiatan tersebut bisa mengarahkan masyarakat menjadi lebih kecukupan dalam pemenuhan kehidupannya serta memberikan keamanan.¹³

c. Perekonomian Masyarakat

Menurut Zulkarnain, ekonomi kerakyatan adalah suatu sistem ekonomi yang harus dianut sesuai dengan falsafah Negara kita yang menyangkut dua aspek, yakni keadilan dan demokrasi ekonomi, serta berpihak kepada rakyat.¹⁴

¹² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 4

¹³ Achmad Mubarak, *Psikologi Keluarga*, (Malang: Madani, 2016), hlm. 207-208

¹⁴ Zulkarnain, *Membangun Ekonomi Rakyat: Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, (Yogyakarta: Adicita Karya

2. Secara Operasional

Sesuai dengan penelitian ini, maka upaya peningkatan penjualan ikan maskoki ini bermaksud untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Definisi operasional bertujuan untuk menghindari kesalah fahaman dalam penafsiran oleh pembaca dari istilah-istilah yang ada pada judul skripsi. Penjelasan dari penegasan istilah di atas dapat di ambil pengertiannya yang dimaksud dalam judul skripsi “Strategi Mempertahankan Penjualan ikan maskoki dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung” ialah dapat mengetahui, mempelajari, dan menguraikan terhadap hal-hal yang dapat diambil pembaca dari skripsi tersebut.