BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perikanan merupakan aktivitas manusia yang berkaitan dengan pengoprasian dan pemanfaatan keunggulan sumber daya hayati pada perairan. Perikanan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sejarah peradaban manusia dan sejak zaman prasejarah zaman batu hingga zaman modern saat ini.² Perikanan dan kelautan Indonesia memiliki potensi pembangunan ekonomi dan termasuk prospek bisnis yang cukup besar, sehingga dapat dijadikan sebagai sektor andalan untuk mengatasi krisis ekonomi.

Ikan hias memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik minat para pecinta ikan hias (hobis) dan juga kini banyak para pengusaha ikan konsumsi yang beralih pada usaha ikan hias. Kelebihan dari usaha ikan hias adalah dapat diusahakan dalam skala besar maupun kecil atau skala rumah tangga, selain itu perputaran modal pada usaha ini relatif cepat. Perikanan memiliki peran penting dalam menyediakan bahan pangan, kesempatan kerja, rekreasi, perdagangan dan kesejahteraan ekonomi bagi penduduk. Oleh karena itu, dalam pemanfaatan sumber daya ikan diperlukan pengelolaan yang berorientasi pada jangka panjang.

Ikan Koi (*C. Carpio L*) merupakan salah satu ikan hias ekonomis tinggi, di mana masih termasuk kerabat ikan mas. Ikan koi memiliki warna tubuh yang berwarna-warni dengan berbagai jenis dan pola. Kriteria

² Akmad Fauzi, *Ekonomi Perikanan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hal 1

pemilihan ikan koi yang terbaik adalah bentuk tubuh ideal tidak melebar, tidak bengkok tulang punggungnya, warna cemerlang dan kontras tanpa ada gradasi warna dan bayangan, gerakan ikan tenang namun gesit serta tidak menyendiri dan sakit.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kecerahan warna ikan koi adalah faktor genetic, lingkungan dan nutrisi pakan. Ikan Koi masuk ke Indonesia sekitar tahun 1991, dibawa oleh Kaisar Akihito ketika berkunjung ke Indonesia. Sang Kaisar memberikan puluhan ekor koi kepada presiden Soeharto sebagai cenderamata. Versi lain menyebutkan bahwa koi suda ada di Indonesia sejak Bung Karno diberi hadiah koi oleh pemimpin Cina. Bung Karno membagikan Koi tersebut kepada sejumlah peternak didaerah Batu, Malang.³

Ikan koi memiliki ciri khas warna yang menarik serta variasi jenis yang beranekaragam. Secara garis besar ikan koi diklasifikasikan dalam 13 kategori yaitu Kohaku, Sanke, Showa, Bekko, Utsurimono, Asagi, Shusui, Tancho, Hikari, Koromo, Ogon, Kinginrin, dan Kawarimono. Ikan koi termasuk jenis ikan hias air tawar bernilai ekonomis tinggi, baik di pasaran nasional maupun internasional sehingga banyak para penggemar ikan di Indonesia yang tertarik untuk memelihara ikan ini. Melihat prospek pasar yang cukup tinggi dan menjanjikan maka usaha ikan koi tampaknya akan mendapatkan keuntungan yang cukup tinggi.

³ Ir Yusuf Bactiar, *Mencemerlangkan Warna Koi*, (Depok PT Agromedia Pustaka, 2002) hal. 2

Menurut Agus Kriteria pemilihan ikan koi yang baik adalah bentuk tubuh ideal tidak melebar, tidak bengkok tulang punggungnya, warna cemerlang dan kontras tanpa ada gradasi warna atau bayangan, gerakan ikan tenang namun gesit serta tidak menyendiri dan sakit. warna pada ikan koi adalah faktor genetik, lingkungan dan nutrisi pakan. Namun untuk menghasilkan keuntungan yang cukup tinggi ini dibutuhkan bibit ikan yang unggul. Oleh karena itu diperlukan adanya pengetahuan, keterampilan, softskil dan wawasan yang tinggi tentang pemeliharaan dan pembiakan ikan koi.⁴

Usaha budidaya ikan koi mampu memberikan keuntungan yang lebih bagi pembudidaya yang membudidayakannya. Pemasaran ikan hias semakin meningkat, karena banyak yang mulai mengemari usaha memelihara ikan hias di akuarium untuk menghiasi ruangan maupun pada kolam-kolam kecil di taman atau halaman rumah. Salah satu jenis ikan air tawar yang sangat digemari oleh masyarakat adalah ikan koi (*Cyprinus carpio*). Ikan koi berasal dari Jepang dikenal dengan nama Nishikigoio (*Cyprinus carpio koi*) dan digunakan untuk hiasan kolam-kolam di rumah karena memiliki bentuk warna indah, selain itu di percaya mampu menghilangkan stress yang dialami pemiliknya. Warna-warna yang cerah dan menawan pada sisik koi yang dapat menenangkan pikiran, emosi dan hati. Oleh karena itu banyak sekali penggemar ikan koi.

⁴ Agus, G.T.K, dan Y. Sastro, *Koi*, (Tangerang: PT AgroMedia Pustaka, 2002), hal 23-46

Ikan koi selain dipercaya membawa hoki atau keberuntungan tersendiri dapat juga dijadikan sumber penghasilan untuk menghidupi kebutuhan keluarga. Bisnis ikan koi sangat prospek untuk kedepan, karena setiap taun permintaan terus meningkat. Disisi lain saat ini juga sering diadakan kontes ikan koi baik dari skala lokal daerah maupun nasional.⁵

Kabupaten Tulungagung adalah satu kiblat ikan koi di Indonesia. Seiring berjalannya waktu budidaya ikan koi di Tulungagung bertambah maju serta menjadi lahan usaha baru yang menjanjikan bagi pembudidaya ikan dan para investor. Sampai saat ini Tulungagung sudah dikenal oleh pedagang maupun penggemar sebagai sentra budidaya ikan koi dan telah memiliki pasar yang cukup luas bahkan untuk wilayah Jakarta, Bandung, Bogor, Semarang, Surabaya dan Bali. Usaha yang didirikan oleh Bapak Maryanto sejak tahun 1999 ini menjadi salah satu pelopor penggerak masyarakat untuk membudidayakan ikan koi dengan memanfaatkan lahan yang masih kosong dapat dijadikan kolam. Usaha yang didirikan oleh Bapak Maryanto tidak hanya berfokus pada *breeding* atau Peranakan ikan koi tetapi juga bergerak pada bidang pendistribusian ikan koi. Ikan koi sebelum proses distribusi harus melewati masa karantina terlebih dahulu untuk memastikan kondisinya apakah benar-benar fit pada saat proses pendistribusian.⁶

⁵ Siti Nur Aidah, *Warna-Warni Budidaya Ikan Koi*, (Jogjakarta KBM Indonesia, 2020), hal. 5

⁶ Hasil observasi pra penelitian di utama Koi Ngunut Tulungagung, pada 08 Desember 2023

Pengemasan ikan koi di sini menggunakan kantong plastik khusus ikan yang memiliki ketebalan tertentu dan tahan terhadap gesekan sirip ikan koi, kebutuhan oksigen dalam kantong plastik juga dibutuhkan untuk menunjang keselamatan pada koi yang sudah ada di dalam plastik. Dalam proses distribusi ikan koi ini berbeda dengan proses pendistribusian ikan lainnya, ikan koi memiliki kelebihan pada harga per ekor yang dinilai dari warna atau corak pada tubuh ikan koi sehingga menyebabkan melonjaknya harga mulai dari ratusan ribu hingga jutaan rupiah tergantung oleh penjual mematok harga.

Tabel 1.1
Omzet penjualan Utama Koi Juni-Agustus 2024

No	Bulan	Omzet
1	Juni	Rp.27.000.000
2	Juli	Rp.25.000.000
3	Agustus	Rp.30.000.000

Sumber: Data diolah 2024

Pedagang ikan koi selalu mendapat untung, sebagaimana data di atas dapat diketahui jika omzet per bulan mencapai puluhan juta rupiah. Demikian ini menunjukkan jika berapapun harga koi yang dibeli, meskipun itu tinggi apabila dijual lagi selalu mendapatkan keuntungan, berbeda dengan pedagang ikan lainnya yang harganya sudah paten atau sudah ada batasannya.

Kehadiran penelitian ini karena keingintahuan peneliti tentang strategi yang dilakukan oleh Bapak Maryanto selaku pemilik dari Utama Koi dalam proses distribusi dan pembacaan permintaan pasar, dengan pertimbangan usaha yang bisa dibidang sudah maju dapat dilihat dari beberapa aktivitas yang menunjukkan kegiatan yang berhubungan dengan ikan koi mulai dari

karantina, packing hingga pengambilan ikan oleh pedagang. Pertimbangan lain yang diambil oleh peneliti, yakni Bapak Maryanto merupakan pelopor atau orang yang mengawali membudidayakan ikan koi di lingkungannya dengan memanfaatkan ketersediaan sumber daya alam yang ada. Dari uraian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Distribusi Komoditas Ikan Koi Dalam Pemenuhan Permintaan Pasar (Studi Kasus Budidaya Ikan Koi Utama Koi Sumberrejo Kecamatan Ngunut)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka perlu ditetapkan fokus penelitian yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab semua permasalahan yang ada. Adapun fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut?
2. Bagaimana cakupan pasar komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut?
3. Bagaimana keanekaragaman produk (*assortment*) komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut?
4. Bagaimana lokasi komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut?

5. Bagaimana manajemen persediaan komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut?
6. Bagaimana transportasi dan logistik komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian yang ditetapkan, maka dapat diketahui bahwa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk mendeskripsikan saluran pemasaran komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut
2. Untuk mendeskripsikan cakupan pasar komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut?
3. Untuk mendeskripsikan keanekaragaman produk (*assortment*) komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut
4. Untuk mendeskripsikan lokasi komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut

5. Untuk mendeskripsikan manajemen persediaan komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut
6. Untuk mendeskripsikan transportasi dan logistik komoditas ikan koi dalam upaya pemenuhan permintaan pasar di budidaya ikan koi Utama Sumberejo Ngunut.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian di atas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana keilmuan masyarakat tentang strategi distribusi suatu perusahaan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian di masa yang akan datang pada bidang yang sama. Sedangkan bagi pihak-pihak terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan serta mengoptimalkan sistem strategi distribusi sebuah perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademik sebagai tambahan keilmuan di bidang strategi distribusi untuk

memenuhi permintaan pasar dan juga sebagai acuan aktivitas akademik.

b. Bagi Lokasi Tempat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi tempat penelitian mengenai strategi distribusi dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menganalisis strategi distribusi ikan koi.

c. Bagi Peneliti

Sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama melaksanakan kegiatan pembelajaran di bangku kuliah, serta menambah pengetahuan dalam strategi distribusi untuk memenuhi permintaan pasar.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat serta digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Penegasan Istilah

Penegasan konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat atau teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti. Untuk menghindari adanya kesalah penafsiran yang tidak diharapkan maka perlu diuraikan terlebih dahulu tentang istilah dalam judul seminar proposal ini sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

a. Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah suatu cara yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk agar sampai kepada konsumen

atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ketangan konsumen.⁷

b. Permintaan Pasar

Definisi Permintaan terhadap barang dan jasa adalah kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu. Dengan kata lain, orang bersedia untuk membeli untuk memberi penekanan konsumsi yang dipengaruhi oleh tingkat harga. Maksud dari kata bersedia disini adalah konsumen memiliki keinginan untuk membeli suatu barang atau jasa dan sekaligus memiliki kemampuan yaitu uang atau pendapatan. Kemampuan seringkali disebut dengan istilah daya beli.⁸

c. Ikan Koi

Ikan hias yang banyak digemari dan merupakan ikan hias kelompok mahal, serta fluktuasi dipasaran relative stabil adalah ikan koi (*cypinus carpio*). Ikan koi banyak diminati karena keindahan bentuk badan dan corak pada tubuhnya, dan dipercaya dapat membawa keberuntungan oleh para pecinta koi.⁹

⁷ M.fuad, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2006). Hal 129

⁸ Mustafa Edwin Nasution, dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2006), hal. 80.

⁹ Kusrieni Eni, Pengembangan Budi Daya Ikan Hias Koi (*cypinus carpio*) Lokal di Balai Penelitian Dan Pengembangan Budidaya Ikan Hias Depok, *Media Akuakultur*. 10(2), 2015, hal. 37

2. Operasional

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Distribusi Komoditas Ikan Koi Dalam Pemenuhan Permintaan Pasar (Studi Kasus pada Budidaya Ikan Koi Utama Koi Sumberrejo Kecamatan Ngunut)” Terfokus pada bisnis ikan koi dan memahami strategi distribusi ikan koi milik Bapak Maryanto selaku pemilik dari Utama Koi.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini berisi tentang isi keseluruhan dari penelitian yang terdiri atas, bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar grafik, daftar gambar, dan daftar lampiran. Bagian utama dari sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari enam bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, berisi teori mengenai bahasan permasalahan dalam penelitian yaitu, strategi distribusi dalam pemenuhan permintaan pasar pada Utama Koi. Selain itu, pada BAB II ini juga memuat mengenai penelitian terdahulu yang dicantumkan minimal lima penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi tentang metode penelitian yang membahas rancangan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti dalam melakukan penelitian yang dilakukan secara mutlak untuk mengumpulkan dan memperoleh informasi, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN, membahas mengenai paparan temuan data pada penelitian dalam penerapan strategi bisnis yang dilakukan strategi distribusi dalam pemenuhan permintaan pasar pada Utama Koi

BAB V PEMBAHASAN, berisi pembahasan dari penelitian penerapan strategi distribusi dalam pemenuhan permintaan pasar pada Utama Koi yang membahas tentang analisis hasil temuan melalui teori yang ada.

BAB VI PENUTUP, dalam bab ini nantinya akan dikemukakan kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab satu, serta dikemukakan juga terkait saran-saran untuk para pembaca karya ini.