

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor perikanan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian global dan nasional, terutama sebagai sumber pangan, lapangan pekerjaan, serta pendukung ketahanan ekonomi bagi banyak negara. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk perikanan, baik untuk konsumsi domestik maupun ekspor, sektor ini terus mengalami perkembangan yang pesat. Perikanan tidak hanya menjadi mata pencaharian bagi nelayan tradisional, tetapi juga telah berkembang menjadi industri besar yang melibatkan teknologi modern dalam budidaya, pengolahan, dan distribusi hasil perikanan.

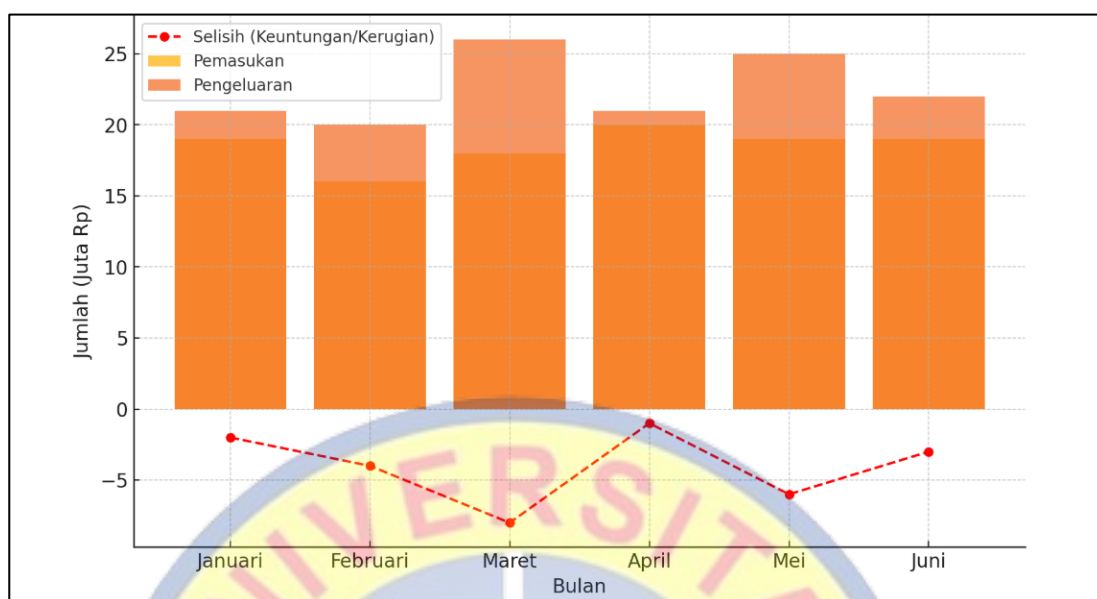
Menurut data dari *Food and Agriculture Organization* (FAO), produksi perikanan dunia mencapai lebih dari 178 juta ton pada tahun 2020, dengan lebih dari 49% berasal dari sektor perikanan budidaya. Di Indonesia sendiri, Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) mencatat bahwa sektor perikanan budidaya menyumbang sekitar 60% dari total produksi perikanan nasional.

Dari berbagai jenis perikanan budidaya yang dikembangkan, ikan air tawar menjadi salah satu komoditas unggulan yang memiliki prospek besar dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat serta mendukung ekspor hasil perikanan Indonesia. Pembenihan ikan tawar menjadi bagian penting dalam rantai pasok perikanan budidaya, karena benih berkualitas tinggi akan menentukan keberhasilan usaha budidaya ikan konsumsi. Berdasarkan data KKP, produksi benih ikan tawar di Indonesia terus meningkat, namun di beberapa daerah, pertumbuhan ini belum diiringi dengan peningkatan kesejahteraan para pelaku usaha. Persaingan pasar

yang semakin ketat, perubahan pola konsumsi, serta tantangan dalam distribusi menjadi faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha pembenihan.

Desa Warung Jambe, dengan potensi besar dalam usaha pembenihan ikan tawar, baik dari segi ketersediaan sumber daya air maupun pengalaman pembudidaya dalam menghasilkan benih berkualitas, menjadi salah satu contoh yang relevan. Kelompok Usaha Pembenihan Ikan Tawar Warung Jambe, sebuah UMKM yang berfokus pada produksi benih ikan tawar, memiliki kapasitas mencapai 2 juta ekor benih per tahun. Meskipun memiliki pasar yang stabil di tingkat lokal, dalam beberapa tahun terakhir, kelompok usaha ini menghadapi kendala, terutama dalam aspek pemasaran. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah penurunan hasil penjualan yang tidak seimbang dengan modal yang dikeluarkan. Meskipun produksi benih tetap berjalan dengan baik, penurunan daya beli konsumen dan keterbatasan dalam akses pasar yang lebih luas menghambat pendapatan. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam mempertahankan kelangsungan usaha dan daya saing, terutama dengan pembenih ikan tawar di daerah lain yang lebih berkembang.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pembenih ikan tawar di Desa Warung Jambe adalah ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran. Meskipun produksi benih tetap berjalan, penjualan mengalami penurunan yang signifikan. Kondisi ini berdampak pada tergerusnya modal usaha, yang pada akhirnya berpotensi menghambat keberlanjutan bisnis dan menyebabkan sebagian pelaku usaha kesulitan dalam mempertahankan operasional mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang lebih efektif, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan akses pasar untuk mendukung kelangsungan usaha pembenihan ikan tawar di desa ini.



Gambar1.1 Diagram Pemasukan dan Pengeluaran Pembudidaya Ikan Tawar (Desa Warung Jambe Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Cianjur 2024)

Sumber: Data Sekunder Pembudidaya Ikan Air Tawar

Berdasarkan diagram di atas, terlihat bahwa pemasukan usaha pembudidayaan ikan tawar di Desa Warung Jambe Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Cianjur selalu lebih rendah dibandingkan dengan pengeluaran selama enam bulan terakhir di tahun 2024. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan keuangan yang berkelanjutan, di mana usaha terus mengalami kerugian. Selisih antara pemasukan dan pengeluaran menunjukkan tren negatif, terutama pada bulan Maret dan Mei yang mencatat kerugian terbesar. Fluktuasi pemasukan yang tidak proporsional dengan pengeluaran menandakan bahwa meskipun produksi tetap berjalan, hasil penjualan belum mampu menutupi biaya operasional yang dikeluarkan. Jika kondisi ini terus berlanjut tanpa adanya perubahan strategi pemasaran dan pengelolaan biaya yang lebih efisien, maka modal usaha akan semakin berkurang dan berisiko menghambat keberlanjutan bisnis para pelaku usaha pembudidayaan ikan tawar di desa tersebut. Oleh karena itu, diperlukan strategi

pemasaran yang lebih efektif, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan akses pasar agar usaha dapat lebih berkembang dan tetap berkelanjutan.

Beberapa penelitian dalam lima tahun terakhir telah mengkaji strategi pemasaran dalam usaha pembenihan ikan air tawar di Indonesia. Misalnya, Pratiwi, dkk (2022) menemukan bahwa efisiensi pemasaran dapat ditingkatkan melalui optimalisasi saluran distribusi dan penetapan harga yang kompetitif, seperti yang diteliti di Balai Benih Ikan Rambigundam, Kabupaten Jember. Selain itu, Sulaksana, dkk (2024) dalam studi kasus di Desa Gandawesi, Kabupaten Majalengka, menekankan pentingnya diversifikasi produk olahan ikan lele dan pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Studi serupa oleh Ansori (2023) di Parung Bogor juga menyoroti pentingnya peningkatan kualitas layanan serta penguatan hubungan dengan pelanggan dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Sementara itu, penelitian oleh Analko, dkk (2023) tentang strategi pemasaran ekspor ikan hias di Bali merekomendasikan perluasan pangsa pasar internasional melalui peningkatan keragaman produk dan jaringan distribusi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat, baik melalui diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi digital, maupun optimalisasi saluran distribusi, dapat membantu meningkatkan daya saing dan profitabilitas usaha pembenihan ikan.

Dari fenomena permasalahan yang muncul melalui data di atas, yaitu penurunan hasil penjualan yang tidak seimbang dengan modal yang dikeluarkan serta permasalahan habisnya modal yang dialami oleh para pembenih ikan tawar di Desa Warung Jambe Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Cianjur. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang telah diterapkan,

menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pemasaran, serta memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha pembenihan ikan tawar di desa tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran pembenih ikan tawar di Desa Warung Jambe dengan menggunakan pendekatan SWOT dan bauran pemasaran (4P: *Product, Price, Place, Promotion*). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran benih ikan tawar, sementara bauran pemasaran digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan dalam aspek produk, harga, distribusi, dan promosi. Penelitian ini juga mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan serta kendala dalam pemasaran guna memberikan rekomendasi strategi yang lebih efektif bagi keberlanjutan usaha pembenihan ikan tawar di Desa Warung Jambe.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang sudah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah didalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha pembenihan ikan tawar Haji Aep di Desa Warung Jambe?
- b. Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada usaha pembenihan ikan tawar Haji Aep di Desa Warung Jambe?
- c. Bagaimana analisis SWOT dalam usaha pembenihan ikan tawar Haji Aep di Desa Warung Jambe?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan usaha pembenihan ikan tawar di Desa Warung Jambe.
- b. Mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran pada usaha pembenihan ikan tawar Haji Aep di Desa Warung Jambe.
- c. Mengetahui bagaimana analisis SWOT terhadap usaha pembenihan ikan tawar Haji Aep di Desa Warung Jambe.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dalam aspek teoritis maupun praktis, khususnya dalam bidang Administrasi Bisnis.

a. Kegunaan Teoritis (Akademis)

Secara akademis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperkaya literatur dalam bidang Administrasi Bisnis, khususnya terkait strategi pemasaran dalam usaha pembenihan ikan tawar. Dengan menggunakan analisis SWOT dan bauran pemasaran (4P), penelitian ini memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai efektivitas strategi pemasaran dalam sektor perikanan skala kecil dan menengah. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi serta mahasiswa dalam mengembangkan kajian terkait strategi pemasaran, khususnya dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor agribisnis.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pelaku usaha pembenihan ikan tawar di Desa Warung Jambe dalam mengembangkan

strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan memahami faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada, pelaku usaha dapat menyusun strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mengoptimalkan keuntungan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pemangku kebijakan dalam merancang program atau kebijakan yang mendukung pertumbuhan usaha pembenihan ikan tawar di tingkat lokal maupun regional.

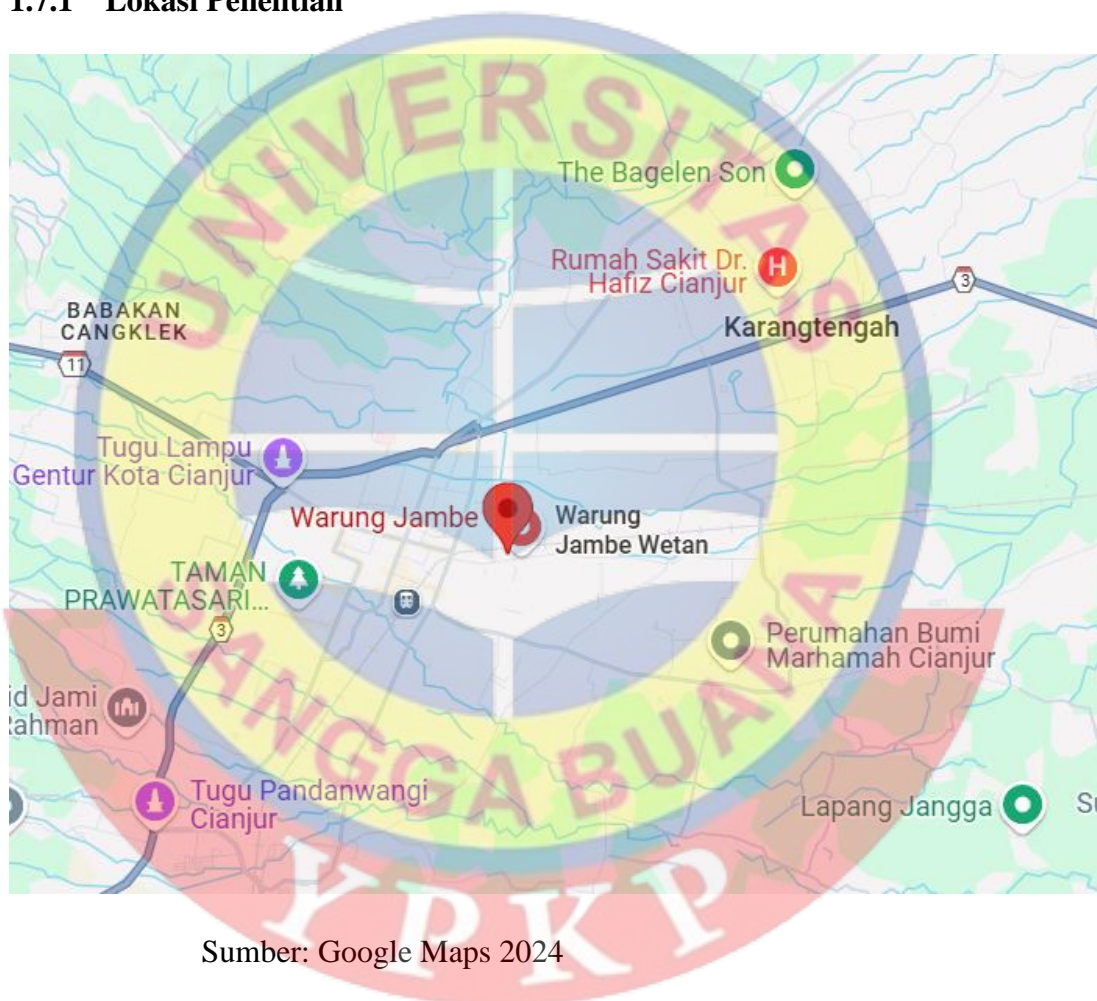
1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dengan metode atau pendekatan kualitatif sebagai berikut:

- a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- e. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian



Gambar 1.2 Peta Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Peternakan Ikan Desa Warung Jambe, Cianjur.

1.7.2 Waktu Penelitian

