

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai potensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peranan sektor perikanan 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 petani ikan dan pembangunan daerah, serta peningkatan kelestarian sumberdaya perikanan dan lingkungan hidup. 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.

Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dengan keragaman spesies ikan hias, baik ikan hias air laut maupun air tawar. Ikan hias air laut sekitar 650 spesies, sudah teridentifikasi 480 spesies dan diperdagangkan sekitar 200 spesies. Sedangkan, jumlah spesies ikan hias air tawar di Indonesia diperkirakan sekitar 400 spesies dari 1.100 spesies ikan hias yang ada di seluruh dunia. Ikan hias air tawar yang dibudidayakan di Indonesia tidak hanya komoditas ikan hias lokal saja, tetapi ikan hias air tawar asal impor

seperti Koi (*Cyprinus carpio*), Maskoki (*Carrasius auratus*), Black Ghost (*Apteronotus albifrons*), Discus (*Symphysodon discus*), Guppy (*Poecilia reticulata*), dan Kardinal Tetra (*Paracheirodon axelrodi*) juga telah dibudidayakan. Jumlah ikan hias yang diperdagangkan Indonesia mencapai 1.600 jenis, dimana 750 jenis diantaranya adalah ikan hias air tawar (Derek Lambert, 2009).

Ikan hias merupakan salah satu komoditas perikanan yang menjadi komoditas perdagangan yang potensial di dalam maupun di luar negeri. Ikan hias dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan devisa bagi negara. Ikan hias memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik minat para pecinta ikan hias 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 ataupun skala rumah tangga. Selain itu, perputaran modal pada usaha ini relatif cepat. Keberadaan ikan hias di Indonesia tidak semuanya asli dari Indonesia, sebagian besar adalah ikan yang diimpor kemudian dikembangkan dan hasilnya banyak yang sudah diekspor untuk memenuhi para penggemar ikan hias di luar negeri. Ikan hias merupakan ikan untuk dilihat keindahan akan warna dan corak yang berbeda dari setiap jenis dan memiliki daya tarik tersendiri, serta ikan untuk pajangan.

Iklim Indonesia yang tropis cocok untuk budidaya berbagai jenis ikan hias dan memungkinkan dapat berproduksi sepanjang tahun. Sumber daya alamnya juga mendukung, yaitu lahan masih luas, sumber air melimpah dan

pakan alami juga masih banyak ketersediaannya di alam. Pembudidayaannya tidak terlalu sulit karena didukung oleh iklim Indonesia yang sesuai.

Kecamatan Banjarmasin Utara merupakan salah satu wilayah sentra produksi ikan hias air tawar yang ada di Kota Banjarmasin. Menurut data yang diperoleh, produksi ikan hias di Kecamatan Banjarmasin Utara mengalami perkembangan yang positif, yakni dengan adanya peningkatan jumlah produksi ikan hias air tawar setiap tahunnya. Perkembangan produksi ini karena adanya peningkatan jumlah produksi dan jumlah pembudidaya ikan hias air tawar di Kecamatan Banjarmasin Utara.

Salah satu pembudidaya ikan hias air tawar adalah Havva Aquarium yang terletak di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. Usaha ini dimulai pada bulan Juni tahun 2007 yang bertempat di Jl. HKSN No.1, Alalak Utara, Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin.

Jenis ikan hias yang diproduksi Havva Aquarium antara lain *Black Ghost* (*apteronotus albifrons*), *ctenopoma acutirostre* dan Patin (*pangasius sutchi*) dalam mengembangkan bisnisnya menggunakan strategi pemasaran melalui online. Di era saat ini membeli ikan hias tidak hanya dapat melalui toko langsung, tetapi dapat dilakukan melalui aplikasi pun kini tengah menjadi tren. Banyaknya *marketplace* saat ini belum ada yang spesifik khusus menjual ikan hias dan berbagai aksesorisnya. Namun, faktanya karena mereka multiproduk, sehingga tidak ada kategori khusus yang benar-benar isinya

ikan, bukan *accessories*, kaos dan lainnya yang berbau ikan. Pendapatan yang didapat dari penjualan ikan hias ini berkisar Rp.3.000.000,00/bulan.

Melihat hal tersebut para pelaku usaha hendaknya memiliki strategi dalam mengatasi masalah tersebut salah satunya adalah strategi pemasaran. Hal ini dikarenakan bahwa perkembangan UMKM yang ada di Kota Banjarmasin memiliki prospek yang sangat baik dalam menunjang pertumbuhan ekonomi Kota Banjarmasin. Pengembangan usaha ikan hias ini jika dilakukan akan sangat menguntungkan, karena dapat berdampak terhadap banyak hal, seperti meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan gizi masyarakat, mengurangi pengangguran, dan jika ada produksi yang cukup tinggi maka pemasaran ikan hias pada skala ekspor masih sangat tinggi serta penguatan ekonomi kerakyatan

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik dengan adanya hal-hal tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai permasalahan tersebut dan melanjutkan penelitian ini dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Toko Ikan Hias Havva Aquarium (Studi Kasus di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pokok masalah yang akan menjadi bahasan peneliti adalah bagaimana strategi pemasaran toko ikan hias Havva Aquarium di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran toko ikan hias Havva Aquarium di Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak:

1. Manfaat Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan bisnis, serta menambah karya ilmiah yang telah ada. Kemudian, sebagai bahan perlengkapan dan penyempurna bagi studi selanjutnya, juga untuk memperkaya khazanah UIN Antasari Banjarmasin dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Khususnya bagi pihak-pihak yang akan meneliti dalam perspektif yang sama.

b. Memberikan masukan untuk penelitian yang serupa di masa yang akan datang dan dapat dikembangkan lebih lanjut untuk hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman, serta memberikan wawasan terhadap strategi pemasaran.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Untuk memberikan masukan pemikiran bagi masyarakat umum dan akademisi dalam persoalan strategi pemasaran.
- b. Untuk menambah pengetahuan peneliti dalam persoalan strategi pemasaran.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kemungkinan terjadinya perbedaan pengertian terhadap istilah-istilah yang digunakan oleh peneliti, maka peneliti menyajikan definisi operasional dari istilah-istilah tersebut. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan tersebut, maka definisi operasional dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rencana untuk mengelola usaha toko ikan hias Havva Aquarium di Kota Banjarmasin.
2. Pemasaran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yaitu rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar. Baik dalam jangka pendek

maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi. Adapun yang dimaksud pemasaran dalam penelitian ini adalah respon yang dilakukan melalui analisis dalam strategi bauran pemasaran terdapat 4 (empat) prinsip yang biasa digunakan yakni *product, price, promotion, place*.

#### F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap judul yang berkaitan dengan strategi pemasaran, sebelumnya telah ada penelitian yang mengangkat judul yang memiliki keterkaitan antara lain:

**Tabel I Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian Relevan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Skripsi Yudha Pratama yang berjudul “Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus Pada Bum Desa Lancar Jaya Desa Lambur Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga)	Rencana diversifikasi usaha BUM Desa bisa dikatakan layak karena memenuhi kriteria aspek penilaian, nilai NPV bernilai positif, PP selama 3 tahun, PI bernilai 2,55 serta ARR sebesar 38%.	Untuk mengetahui kelayakan pengembangan usaha	Tempat penelitian dan objek yang diteliti
2	Skripsi Edwin Kurniawansyah yang berjudul “Studi Kelayakan	Berdasarkan hasil analisis terhadap aspek pasar, aspek teknis aspek	Studi kelayakan bisnis	Fokus pada usaha café

	Pendirian Usaha Aubrey's Cafe"	manajemen dan aspek keuanganmaka usaha Aubrey's Cafe di Sleman Yogyakarta layak didirikan		
3	Skripsi M. Afiful Ummam yang berjudul "Analisis Faktor Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM ( Studi Kasus p Pada Industri Kecil Unit Pengolah dan Pemasar Ikan "Fatimah AzZahra" Borobudur Kab. Magelang )	Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri "Fatimah Az-Zahra" dari aspek non keuangan layak untuk dijalankan dari aspek teknik dan produksi, hukum dan lingkungan, pasar dan pemasaran, sedangkan dari aspek manajemen dan sumber daya manusia belum bisa dikatakan layak, dan harus adanya perbaikan manajemen dari segi kepengurusan dan karyawan dan pemaksimalan dalam hal produksi dan pemasaran.	Strategi pengembangan usaha	Faktor studi kelayakan bisnis Peneliti membahas tentang aspek studi kelayakan bisnis

Sumber: Data diolah, 2022.



## **G. Sistematika Penulisan**

Pada sistematika ini, peneliti akan menguraikan dalam beberapa bab antara lain:

Bab I, pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, lalu dirumuskan dalam rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian yang memuat manfaat-manfaat penelitian, definisi operasional untuk memperjelas konteks penelitian dan agar tidak melenceng dari konteks penelitian. Kemudian, peneliti menguraikan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini dan terakhir diuraikan dalam sistematika penulisan.

Bab II, berisi landasan teori yang berisi bahasan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dengan menyajikan teori-teori yang relevan.

Bab III, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV, berisi laporan analisis data dan hasil penelitian yang menguraikan tentang gambaran umum dan data-data penelitian.

Bab V, penutup yang berisi tentang simpulan dan saran yang diberikan peneliti sebagai masukan pemikiran terhadap analisis pembahasan.