

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan kekayaan sumber daya alam yang banyak. Salah satu kekayaan alam ialah sumber perikanan yang melimpah, yaitu banyak berbagai jenis ikan. Oleh karena itu salah satu sektor perikanan memiliki fungsi yang cukup penting, terutama dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas pengolahan industri perikanan yang diharapkan dapat meningkatkan sektor perekonomian masyarakat, untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi diharapkan menghasilkan kebutuhan gizi dan pangan, membesarkan ekspor, membuat lapangan pekerjaan, serta membuat pembangunan perindustrian dengan memperhatikan kelestarian dan keberlangsungan lingkungan hidup. (Wulannata, 2019).

Untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Indonesia, sebagian orang pun melakukan budidaya ternak lele dan menjadikannya sebagai tempat mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Untuk mendukung berjalannya usaha dan berkembangnya dalam usaha untuk itu digunakan pemasaran yang sesuai dengan bidangnya.

Ikan lele salah satu jenis ikan air tawar yang pada umumnya cukup diminati masyarakat Indonesia, dengan harga yang murah dan cukup gampang dibudidayakan, dan memiliki nilai gizi yang besar. Ketertarikan akan ikan lele cukup besar. Dengan ini bahwa pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam perindustrian ikan lele semakin berkembang, sehingga dapat membuat wirausahawan baru datang ke bidang perikanan.

Ditengah masa pandemi seperti ini banyak bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengalami penurunan omset penjualan yang drastis bahkan bisa mengalami ke bangkrutan.. Persaingan-persaingan yang semakin berat dibidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) membuat penjualan sedikit menurun, karena banyak masyarakat yang sudah menjalankan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Perkembangan dan pertumbuhan UKM dapat disimpulkan

sebagai salah satu indikator bahwa suatu daerah itu berhasil membangun kearifan lokal.

UKM Ikan Lele adalah usaha yang membudidayakan ikan lele dari bibit hingga layak dikonsumsi yang berdiri dari tahun 2013, merupakan home industri yang berlokasi di Kabupaten Bekasi. UKM Ikan Lele memiliki 3 karyawan, yang dimana setiap karyawan memiliki tugas yang berbeda dan saling berkordinasi. UKM Ikan Lele memasarkan produknya melalui penawaran di pasar tradisional dan toko-toko makanan setempat secara lisan yang bertujuan untuk menjamin kualitas lele dan harga yang sesuai dengan konsumen.

Tabel 1. 1 Ikan Lele di Kabupaten Bekasi

UKM	Jenis Lele	Pangan Lele			Quantity Ikan Lele	Jumlah Penjualan
		Pelet	Alternatif (Sayur)	Daging Ayam	Perekor	Perbulan
A (Pesaing)	Lele Besar	Rp. 13.000/kg			1-5 Ekor	200-300kg
	Lele Kecil	Rp. 19.000/kg			6-11 Ekor	
B (Pesaing)	Lele Besar		Rp. 13.000/kg		1-5 Ekor	200-300kg
	Lele Kecil		Rp. 19.000/kg		6-11 Ekor	
Siahaan	Lele Besar			Rp. 13.000/kg	1-5 Ekor	250-300kg
	Lele Kecil			Rp. 20.000/kg	6-10 Ekor	

Sumber : Pengolahan Data (2021)

Pada tabel diatas menjelaskan harga untuk ikan lele disetiap perkilogram sama. Untuk pangan dari jenis “A” adalah pelet, dan jenis “B” adalah alternatif, dan “Siahaan” adalah daging. Namun untuk di jenis “A” dan “B” memiliki ikan lele kecil yang lebih banyak dibanding ikan lele “Siahaan”. Sedangkan untuk penjualan perbulan di setiap ikan lele jenis “A” dan “B” meraih penjualan sebesar 200-300kg dan Ikan lele “Siahaan” meraih penjualan sebesar 250-300kg.

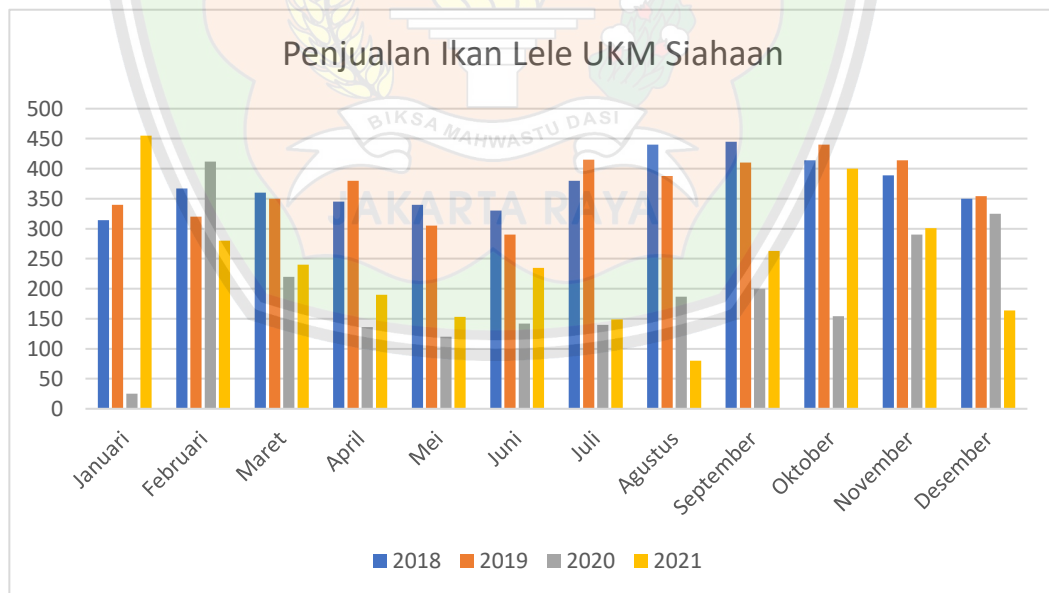
Ikan lele “Siahaan” memiliki beberapa keunggulan dibanding ikan lele jenis lain yaitu kehidupan ikan lele lebih lama dibandingkan ikan lele jenis lain dan ikan lele tidak besar kepala saja. Disamping itu untuk harga ikan lele perkilogram sama dengan jenis yang lain.

Untuk target penjualan yang diinginkan oleh UKM sebesar 4 Ton pertahun, tetapi pemilik UKM belum mendapatkan target yang diinginkan sesuai penjualan perbulan, disebabkan oleh dimarket (pemasaran) ditengah masa pandemi. Konsumen lebih memilih ikan lele jenis “A” dan “B” yang lebih banyak dibandingkan dengan “Siahaan” dengan harga yang sama.

Permintaan yang sangat banyak di sekitar Rawa Kalong, Mangun Jaya, Sumber Jaya, dan Aren Jaya dikarenakan dekat dan gratis biaya pengiriman. Dan permintaan paling sedikit di daerah Jakarta, diakibatkan peminat dan pemasaran yang masih kurang.

Untuk ikan lele “Siahaan” ini sudah dikenal di daerah Kabupaten Bekasi dan Kota Bekasi, Namun untuk di daerah Jakarta masih minim dalam penjualannya. Disebabkan oleh kurangnya pemasaran dalam penjualan ikan lele jenis “X”.

Ditahun sebelumnya dalam dua tahun terakhir terdapat ketidakstabilan dalam penjualan, yang dimana terjadi naik turunnya penjualan walaupun tidak terlalu signifikan.



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Ikan Lele "Siahaan" Pertahun 2018-2021

Sumber : UKM Ikan Lele “Siahaan”

Pada data diatas diambil dari empat tahun sebelumnya, yang dimana setiap tahun grafik penjualan tidak stabil dalam setiap tahunnya, dari setiap tahun

memiliki data terendah dalam setiap bulannya. Hal tergantung dari permintaan pelanggan setiap tahunnya.

Ditahun 2021 mengalami perubahan penjualan, walaupun tidak sesuai dengan harapan namun hal ini pemilik UKM mengingatkan hasil penjualannya terus meningkat hingga mencapai target yang diinginkan, yaitu hingga mencapai 3,5 tahun dalam penjualan pertahunnya. Disini bisa dilihat dibulan agustus mengalami penurunan yang sangat drastis, karena pelanggan mengalami penurunan di dalam penjualannya.

Dalam penjualan ikan lele “Siahaan” menggunakan pemasaran dengan face to face dalam memasarkan produknya, yang dilakukan oleh pemilik UKM langsung dan para pelanggan yang membeli memberikan informasi tentang produk ikan lele “Siahaan” pada yang lain.

Dengan ini para perilaku konsumen memiliki karakter yang berbeda-beda. Dalam hal ini dikarenakan faktor lingkungan, sosial dan budaya masing-masing disetiap daerah. Perbedaan ini mempengaruhi perilaku dan minat konsumen disaat dalam memilih tentang jenis ikan lele yang diinginkan. Dalam hal lain konsumen membeli jenis ikan lele yang sesuai dengan yang diinginkan seperti harga, pangan, dan berapa lama hidup ikan lele.

Untuk hal ini diperlukan metode SWOT (Strengths, Weakness, Oppurtunities, Threats). Yang dimana dalam hal ini Strengths (kekuatan) adalah kekuatan dalam produknya, Weakness (kelemahaan) adalah kelemahan dari produk yang dihasilkan, Oppurtunities (peluang) adalah produk yang sangat dibutuhkan oleh konsumen, Threats (ancaman) untuk hal ini pihak UKM dapat melihat ancaman yang akan datang.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah diterangkan pada latar belakang, kita bisa mengidentifikasi, berikut dari beberapa masalah :

1. Tidak terpenuhinya target dalam penjualan yang diinginkan UKM.

2. Pesaing UKM semakin ketat, dimana disetiap daerah memiliki peternak sekaligus penjual ikan lele dengan harga yang hampir sama.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan, oleh karena itu rumusan masalah pada penelitian ini ialah:

1. Bagaimana cara dalam meningkatkan nilai jual terhadap ikan lele dengan metode SWOT ?
2. Bagaimana analisa strategi menurut QSPM ?

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan untuk menghindari penyimpangan atau memperluas cakupan subjek, sehingga penelitian lebih terfokus dan mudah dibahas, sehingga terwujud tujuan penelitian. Beberapa batasan dari masalah penelitian diantaranya:

1. Ikan lele yang dijual di UKM “Siahaan” sebagai bahan penelitian.
2. Data hanya diambil dari bulan Januari hingga bulan Desember 2021.
3. Area penjualan dan pemasaran di daerah Kabupaten Bekasi.
4. Penelitian ini tidak membahas aspek finansial di UKM “Siahaan”
5. Penjualan ikan lele “Siahaan” sudah tersebar di daerah Kabupaten Bekasi hanya berfokus didaerah dengan penjualan di Kabupaten Bekasi dan hanya terkonsentrasi di Pasar Rawa Kalong.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang diinginkan dicapai untuk penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis *Strengths* didalam ikan lele “Siahaan”.
2. Menganalisis *Weakneses* didalam ikan lele “Siahaan”.
3. Menganalisis *Opppurtunities* didalam ikan lele “Siahaan”.
4. Menganalisis *Threats* didalam ikan lele “Siahaan”.
5. Untuk menganalisis cara meningkatkan nilai jual terhadap ikan lele dengan metode SWOT.

6. Untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan dengan menggunakan metode QSPM.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ialah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi saran untuk pemilik UKM (Usaha Kecil dan Menengah).
2. Menjadi bahan pertimbangan untuk pemilik UKM (Usaha Kecil dan Menengah).

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang berlokasi di daerah Bumi Sani Permai Kabupaten Bekasi, dan penelitian dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan.. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2022 yang berlokasi di Kabupaten Bekasi

1.8. Metode Penelitian

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang dibutuhkan dengan cara pengamatan dilokasi UKM yang menjadi objek penelitian, dan untuk melakukan pengumpulan data dilakukan melalui observasi secara langsung, wawancara dengan pemilik usaha serta melakukan dokumentasi.

1.9. Sistematika Penulisan

Dalam Skripsi yang baik, diperlukan sistem penulisan skripsi yang tepat. Sistem penulisan yang baik yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan berisikan penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, tempat

dan waktu penelitian, metode serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk penelitian, perancangan dan usulan dalam membuat penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian bab ini berisi tentang alur proses penelitian dan dilaksanakan dengan metode SWOT.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang perhitungan data yang sudah didapat, sehingga dapat memperoleh hasil yang nantinya akan memperjelas tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian bab ini dijelaskan tentang kesimpulan yang sudah diambil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, analisis data dan yang dapat dibuat berdasarkan penelitian yang telah selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam bagian ini biasanya berisi daftar referensi acuan dalam penulisan, seperti buku, dan sumber-sumber penelitian lainnya.