

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Maraknya dunia ikan hias yang hingga kini semakin digemari oleh masyarakat membuat sejumlah jenis ikan hias menjadi sangat fenomenal, termasuk salah satunya adalah jenis ikan Guppy. Dengan nama panjang latinnya, yaitu *Poecilia Reticulata* dan dikenal di pasaran dengan nama *Million Fish* atau ikan Guppy, mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1920 (Nixon dan Sitanggang, 2004). Dan di tahun 1929, tercatat bahwa ikan ini bisa ditemukan hampir di seluruh perairan Jawa Barat, khususnya di kolam dan parit. Namun seiring berjalannya waktu, ikan Guppy semakin digemari dan dijadikan ikan hias karena keindahan sirip dan warnanya. Hingga kini, ikan Guppy memiliki beragam jenis dari hasil perkembangan kawin silang oleh para peternak, dan telah menyebar hampir di seluruh nusantara. Bahkan di Jawa dan Bali, ikan ini termasuk jenis yang keberadaannya paling banyak dan melimpah (Soeriaatmadja dan Afiff, 1999).

Ikan yang berasal dari perairan air tawar Amerika Selatan ini, kini sudah tak hanya dapat dipelihara untuk sekedar hobi saja, melainkan dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemilik (Soeriaatmadja dan Afiff, 1999). Bahkan beberapa jenis ikan ini dapat dihargai dengan nominal yang cukup tinggi. Maka tak heran jika ikan yang satu ini banyak digemari untuk dibudidayakan, bahkan dari yang sekedar hobi, kini bisa menjadi peluang bisnis. Selain daya tahan tubuhnya cukup kuat yang membuat salah satu kelebihan dari ikan Guppy, varian jenisnya yang tercatat sangat banyak hingga saat ini mencapai lebih dari 50 jenis, juga menjadi daya tarik masyarakat, misalnya dari warna, corak, hingga bentuk ekornya yang sangat eksotis dan unik. Selain itu, meski bukan tergolong jenis hewan mamalia, namun ikan Guppy juga termasuk ke dalam kategori hewan *vivipar* atau *livebearers*, yaitu berkembangbiak dengan cara mengandung dan melahirkan, sehingga sangat mudah untuk dibudidayakan. Hal ini sangat menjadi daya tarik mengapa masyarakat khususnya peternak ikan hias sangat meminati jenis ikan Guppy.

Secara umum, ikan Guppy dipelihara sebagai ikan hias rumahan, tetapi hingga saat ini nama ikan Guppy sudah sangat dikenal sebagai salah satu ikan hias populer sejak diadakannya kompetisi atau kontes yang semakin meriah. Meski sudah cukup lama sejak tahun 2015 Indonesia telah mengadakan kontes-kontes ikan Guppy, tetapi pada 2018 barulah menjadi tahun yang baru bagi dunia ikan Guppy. Karena sejak pada tahun 2018 hingga saat ini, dunia perkontesan atau perlombaan ikan Guppy di Indonesia mulai dikenal dan tersebar luas, baik kontes lokal, regional, nasional, maupun internasional. Pembaruan tersebut yang menjadikan tolak ukur bahwa ikan Guppy bukan lagi sembarang ikan kecil yang murahan, tetapi seekor ikan yang mempunyai kualitas dengan standar nilai jual yang cukup tinggi, bahkan bisa mencapai jutaan rupiah jika ikan tersebut memiliki potensi untuk juara atau telah mendapatkan sertifikat *champion* (juara).



Gambar 1.1 Beberapa contoh poster kontes ikan Guppy (sumber: google.com)

Sejak tahun 2020, Indonesia sudah membuat sebuah forum yang bernama Guppy Indonesia Forum atau *Indonesian Guppy Popularized Association (IGPA)* yang bertujuan untuk menyatukan seluruh dari penghobi maupun peternak ikan Guppy demi memajukan perkembangan ikan Guppy di Indonesia. Oleh karena itu, pasar ikan Guppy sendiri menjadi sangat dinamis, tidak hanya terpeku dengan istilah kata “musiman” saja, tetapi

juga sudah memengaruhi pada jenis dan kualitas ikan. Perihal tersebut yang melahirkan visi dan misi Guppy Indonesia Forum serta para penghobi maupun peternak untuk memajukan dunia per-guppyan di tanah air secara kualitas.



Gambar 1.2 *Event Guppy Indonesia Forum #3.0*
(sumber: instagram.com)

Melihat lahirnya forum ikan Guppy tersebut, pemerintah juga sangat mengapresiasi serta memberi dukungan dengan meresmikan Guppy Indonesia Forum, sebagai organisasi yang memegang tanggung jawab atas mutu kembang ikan Guppy di Indonesia dengan tujuan ditetapkannya pakem atau standarisasi kontes ikan Guppy secara nasional. Dengan demikian ikan Guppy di Indonesia sudah tidak akan lagi dipandang sebelah mata oleh dunia, akan tetapi justru menjadi salah satu ikan yang masuk ke kategori kualitas kontes kelas dunia. Seperti pada beberapa ajang kontes yang diadakan, diantaranya; kontes lokal yang diselenggarakan oleh komunitas ikan Guppy Kebumen yang difasilitasi oleh Dinas Kelautan dan Perikanan di Halaman Perpustakaan Kabupaten Kebumen pada 7 April 2020, kontes lokal di Kota Pangkalpinang yang mendapat apresiasi oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Pangkalpinang pada 23 Mei 2021, kontes nasional yang digelar oleh Tegal Guppy Team (TGT) pada 13 Februari 2022 yang mendapat dukungan dari Badan Riset dan Sumber Daya Manusia (BRSDM) melalui Balai Pelatihan dan Penyuluhan Perikanan (BPPP) dalam rangka meningkatkan usaha produktif masyarakat dalam budidaya ikan hias, dan masih banyak lagi kontes-kontes ikan Guppy lainnya yang mendapat apresiasi serta dukungan dari pemerintah hingga saat ini.



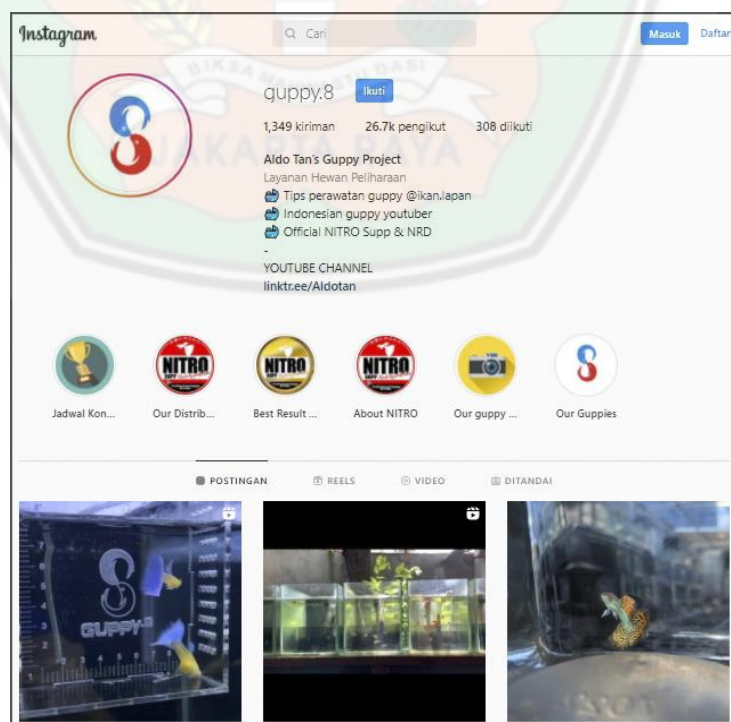
Gambar 1.3 Pemberian penghargaan oleh Kepala BRSDM kepada peserta kontes (sumber: kkp.go.id)

Lahirnya komunitas-komunitas ikan Guppy yang hingga saat ini semakin banyak juga membuat ikan Guppy menjadi semakin dikenal luas oleh masyarakat. Dengan adanya sebuah komunitas, maka akan menumbuhkan rasa antusias yang dapat menyatukan para penghobi maupun peternak ikan Guppy, dan tentunya berdampak pada pesatnya perkembangan dunia ikan Guppy itu sendiri. Menurut salah satu ketua komunitas Guppy di Bekasi, untuk dapat mengembangkan serta memajukan dunia perguppy-an khususnya di Indonesia, maka harus menjalin hubungan kekeluargaan yang erat antar satu sama lain, baik sesama penghobi maupun peternak, yaitu dengan cara mendirikan sebuah komunitas. Selain itu, kontes-kontes yang sampai saat ini terus berjalan dan berkembang, serta terbentuknya forum Guppy Indonesia adalah dampak positif yang sangat signifikan dari berdirinya para komunitas tersebut.

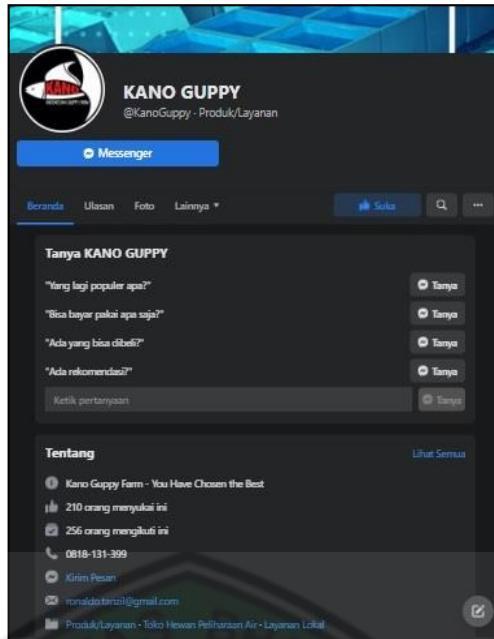


Gambar 1.4 Foto komunitas Keluarga Guppy Bekasi (sumber: facebook.com)

Nama ikan Guppy yang semakin terkenal memunculkan para penghobi dan peternak baik secara lokal maupun interlokal. Hal itu jelas membuat jumlah peminat ikan Guppy menjadi semakin meningkat, dan terciptanya pesaing-pesaing baru bagi sesama para peternak. Berbicara mengenai pesaing tentu tidak hanya sebatas sesama perternak yang dekat secara geografis, tetapi justru lebih banyak pesaing *online* yang hingga saat ini juga terus bertambah. Kemajuan teknologi bersama berdirinya forum ikan Guppy di Indonesia membuat akun-akun media sosial mengenai ikan Guppy menjadi semakin bermunculan, seperti layaknya di Facebook, Instagram, dan juga YouTube. Tidak melulu tentang penjualan ataupun promosi, karena tidak sedikit juga yang membahas perihal edukasi, seperti tutorial cara memelihara dan merawat ikan Guppy, membuat media pemeliharaan, membuat pakan, dan lain sebagainya. Seperti yang terlampir pada gambar 1.6 dan 1.7 berikut, gambar tersebut merupakan contoh dua akun media sosial Instagram yang berisikan konten-konten bentuk promosi dari produk ikan Guppy mereka. Dua akun Instagram tersebut hanya menjadi sebagian kecil contoh pesaing dalam bentuk pasar *online* diantara pesaing-pesaing *online* lainnya. Alasan paling dasar dari kedua akun tersebut menjadi pesaing adalah karena mereka sama-sama menjual produk ikan Guppy, selain itu kedua akun tersebut juga membuat penampilannya agar dapat terlihat sebagai penjual ikan Guppy yang profesional.



Gambar 1.5 Akun Instagram milik Aldo Tan's Guppy
(sumber: instagram.com)

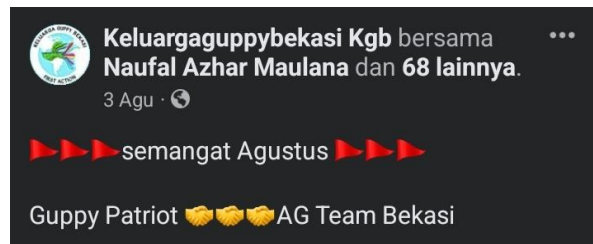


Gambar 1.6 Akun Facebook milik Kano Guppy Farm
(sumber: facebook.com)

Perkembangan dunia ikan Guppy tentu tidak lepas dari pandangan khalayak ataupun publik. Jika semakin banyak konten yang berkaitan dengan ikan Guppy terekspos di media sosial, maka ikan Guppy akan semakin dikenal pula oleh dunia. Oleh sebab itu, saat ini media sosial sudah menjadi ujung tombak dalam bersaing dunia bisnis, termasuk bisnis ikan Guppy. Persaingan antar pedagang maupun peternak khususnya pada ikan Guppy, akan terjadi begitu pesat seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi. Hal itu yang menjadi poin penting bagaimana seorang pedagang maupun peternak mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan.

Sejak berdirinya forum ikan Guppy, data-data yang menunjukkan jumlah pemain ikan Guppy di Indonesia juga semakin banyak hingga saat ini, terlihat pada setiap *event* atau acara kontes yang membawa nama serta logo mereka pada ajang kontes tersebut. Hal ini membuktikan bahwa hingga kini partisipan atau peminat ikan Guppy di Indonesia sudah semakin meningkat oleh adanya perkembangan dunia ikan hias Guppy. Di kota Bekasi khususnya, sudah cukup banyak peternak ikan Guppy yang berdiri hingga saat ini, seperti lima contoh peternak yang namanya sudah cukup besar, diantaranya yaitu; Contang Guppy yang berlokasi di Jatimulya, Jafar Guppy Farm yang berlokasi di Margahayu, Bintang Guppy yang berlokasi di Bintara, Joni Kodok yang berlokasi di Aren Jaya, Mulya Guppy yang berlokasi di Mekarsari, dan masih banyak lagi peternak lainnya di kota Bekasi. Menurut salah satu anggota komunitas Keluarga Guppy Bekasi, hingga

kini tercatat jumlah anggota peternak yang terdaftar di komunitas tersebut sudah mencapai 17 orang. Dan masih banyak lagi komunitas-komunitas lainnya yang berada di kota Bekasi.

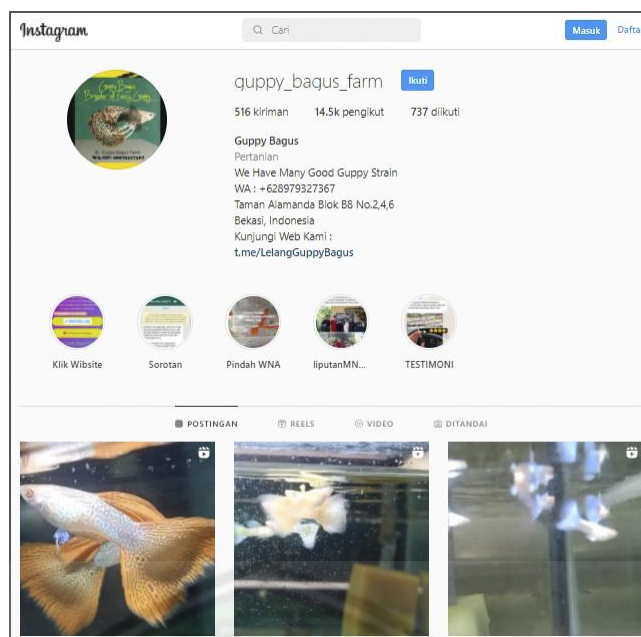


Gambar 1.7 Jumlah penanda peternak Komunitas ikan Guppy (sumber: facebook.com)



Gambar 1.8 Dokumentasi peternak ikan Guppy pada Guppy Indonesia Forum (sumber: instagram.com)

Namun di antara para peternak ikan Guppy yang sudah berdiri dan semakin banyak hingga saat ini, ada salah satu peternak yang membuat penulis sangat tertarik untuk diteliti, yakni bernama Guppy Bagus Farm yang berlokasi di Karang Satria, Kecamatan Tambun Utara, Kabupaten Bekasi. Alasan paling mendasar mengapa penulis lebih tertarik dengan Guppy Bagus Farm dibandingkan dengan peternak lainnya, adalah dikarenakan selain perkembangannya begitu pesat yang tercatat dari awal berdirinya pada tahun 2012 hingga saat ini, usia berdirinya juga paling lama di antara peternak ikan Guppy lainnya di kota Bekasi.



Gambar 1.9 Akun Instagram Guppy Bagus Farm (sumber: instagram.com)

Dengan nama pemiliknya, yakni Arif Sihabudin, ia memilih terjun dalam bisnis atau usaha budidaya ikan Guppy yang bermula dari hobinya sejak masih kanak-kanak. Hal tersebut membuat keinginan kuat Arif Sihabudin untuk mendirikan bisnis beternak ikan hias selama bertahun-tahun, bahkan sudah lebih dari sepuluh tahun ia menggeluti bisnis tersebut. Diawali pada tahun 2010 dengan mencoba beternak ikan hias seperti Discus dan Mas Koki, Arif Sihabudin melihat peluang bisnis yang cukup menguntungkan hingga namanya cukup dikenal di kalangan penghobi ikan hias, khususnya di kota Bekasi. Namun seiring berjalannya waktu, jenis Guppy adalah ikan yang ia pilih sebagai pengganti sekaligus menjadi bisnis yang berlanjut hingga saat ini. Selain perawatannya yang lebih mudah dari ikan Discus dan Mas Koki, varian dari jenis ikan Guppy yang semakin banyak dan berkembang menjadi alasan mengapa Arif Sihabudin memilih berpindah pada jenis ikan Guppy, menurutnya, hal tersebut membuka peluang yang lebih besar dalam bisnis atau usaha ikan hias. Dengan nama peternakan Guppy Bagus Farm yang terletak di kota Bekasi dan sudah berdiri sejak tahun 2012, awalnya hanya bermodalkan beberapa baskom serta ikannya seharga Rp. 25.000,- per pasang, kini sudah menjual dari harga Rp. 100.000,- hingga Rp. 500.000,- dan sudah menjadi sebuah farm besar yang mempunyai 800 akuarium serta menggunakan tiga rumahnya sebagai lahan bisnis yang dapat menghasilkan omset hingga jutaan rupiah per bulan. Menurut Arif Sihabudin, bentuk promosi yang dilakukan lebih banyak mengandalkan media sosial,

namun sejak awal berdirinya hingga saat ini, sudah banyak pesaing yang muncul, dan tentunya membawa dampak bagi usaha yang dijalankannya.



Gambar 1.10 Penampakan lokasi Guppy Bagus Farm
(sumber: hasil dokumentasi peneliti)

Selain dalam dunia kompetisi dan kemajuan teknologi, perkembangan dunia ikan Guppy sendiri sangat terpengaruh dari pesatnya perkembangan metode pemeliharaan atau budidaya, seperti alat atau media budidaya yang semakin canggih, dan juga pembuatan sekaligus pemberian pakan yang kini semakin mudah dan simpel. Arif Sihabudin pun mengatakan, bahwa sejak perkembangan tersebut terus berjalan hingga saat ini, ikan Guppy sudah tidak lagi hanya menjadi sebuah produk yang mengandalkan jumlah (*quantity*), melainkan sudah menjadi produk yang mengandalkan kualitas (*quality*). Menciptakan kualitas pada sebuah produk bukan suatu hal yang mudah, tentu banyak sekali tahap-tahap serta metode tersendiri untuk bisa mencapainya. Oleh sebab itu, jika hal tersebut ditanamkan pada makhluk hidup, lebih tepatnya pada ikan Guppy, maka akan perlu proses yang sangat panjang serta ketekunan agar terciptanya kualitas pada ikan Guppy baik secara penampilan pada ikan (*fenotipe*) maupun genetika atau garis keturunan. Namun Arif Sihabudin menambahkan, dengan banyaknya kompetisi atau kontes yang telah diadakan, baik secara nasional maupun internasional, kini ikan Guppy sudah tidak lagi dipandang sebelah mata. Kualitas menjadi nomor satu dan diutamakan untuk dapat bersaing secara global.

Dari berbagai sumber yang telah didapat, baik secara observasi maupun wawancara pada sesama peternak ikan Guppy dan juga beberapa termasuknya anggota komunitas ikan Guppy di Bekasi, selain mempunyai perkembangan yang cukup signifikan sejak berdirinya pada tahun 2012 hingga saat ini, Guppy Bagus Farm adalah termasuk farm atau peternakan ikan Guppy yang paling lama dan tua khususnya di wilayah Bekasi. Bahkan menurut pendapat dari beberapa peternak lainnya, mereka mengatakan bahwa hingga saat ini nama Guppy Bagus Farm sudah dikenal sampai ke penjuru pulau Jawa, luar pulau Jawa, dan juga sampai ke luar negeri. Arif Sihabudin pun menambahkan, yakni sebelum berpindah usaha ke ikan hias jenis Guppy saja, namanya sudah cukup terkenal di kalangan peternak ikan hias di Bekasi saat masih menekuni ikan hias jenis lainnya. Beberapa liputan televisi yang diunggah pada media sosial YouTube juga dapat menguatkan bukti menengai besarnya nama Guppy Bagus Farm ini, seperti acara Inspirasi Sore (MNCTV) yang diunggah pada 3 Septemer 2015, Si Unyil (TRANS7) pada 30 Agustus 2020, Lintas iNews Pagi (iNEWS) pada 31 Desember 2020, dan Lintas iNews Malam (iNEWS) pada 14 Januari 2022. Acara-acara televisi tersebut secara garis besar meliputi tentang bagaimana perkembangan Guppy Bagus Farm sejak awal berdirinya hingga saat ini. Dari banyaknya data dan sumber tersebut, menjadikan alasan mengapa penulis sangat tertarik dan ingin meneliti lebih lanjut tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Arif Sihabudin selaku pemilik sekaligus penggerak usaha Guppy Bagus Farm, untuk dapat bertahan eksis sejak awal berdirinya hingga saat ini di tengah banyaknya pesaing baru yang bermunculan.

Dengan adanya komunikasi, suatu kegiatan pemasaran dapat berlangsung sehingga terjalannya proses transaksi. Pada dasarnya, salah satu fungsi komunikasi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Selain itu juga dapat berfungsi untuk membujuk calon konsumen agar masuk dalam hubungan pertukaran (*exchange relationship*) atau transaksi.

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GUPPY BAGUS FARM BEKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI USAHA DI TENGAH BANYAKNYA PESAING untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan atau diterapkan oleh pemilik usaha Guppy Bagus Farm dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah banyaknya pesaing. Namun pada penelitian ini, penulis tidak meneliti mengenai hadirnya media *online* yang menjadi strategi

komunikasi pemasaran suatu produk (media promosi) dan juga hadirnya media *online* sebagai sarana untuk membangun citra perusahaan, tetapi lebih pada hanya akan meneliti lebih lanjut tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam mempertahankan eksistensi usaha Guppy Bagus Farm di tengah banyaknya pesaing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

"Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh pemilik Guppy Bagus Farm dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah banyaknya pesaing?"

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Semakin meningkatnya jumlah peternak ikan hias Guppy, sehingga memengaruhi bertambahnya jumlah kompetitor atau pesaing usaha.
2. Semakin meningkatnya kompetitor usaha, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dalam mempertahankan eksistensi usaha.
3. Semakin meningkatnya perkembangan dunia ikan hias Guppy yang modern, sehingga membuat inovasi dalam hal promosi menjadi dibutuhkan.

1.4 Fokus Penelitian

Penulis memfokuskan penelitian pada strategi komunikasi pemasaran produk ikan Guppy yang diterapkan oleh Guppy Bagus Farm dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah banyaknya pesaing.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

- Mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran Guppy Bagus Farm dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah banyaknya pesaing.
- Mengetahui jenis atau bentuk bauran komunikasi pemasaran Guppy Bagus Farm yang paling dominan digunakan untuk mempertahankan eksistensi usaha di tengah banyaknya pesaing.

1.6 Kegunaan Penelitian Praktis dan Teoritis

Kegunaan penelitian memiliki fungsinya masing-masing, berikut ini adalah kegunaan dari penelitian ini, antara lain:

1.6.1 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam berpikir ilmiah dan sistematis dalam mengamati fenomena yang ada di sekitar. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan untuk mengembangkan usaha para peternak ikan Guppy agar lebih berkembang, terutama dengan cara memperbaiki strategi komunikasi pemasaran usahanya.

1.6.2 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui serta memahami teori yang berkaitan dengan ilmu komunikasi secara umum maupun khusus untuk mengembangkan ilmu komunikasi, khususnya mengenai strategi komunikasi pemasaran Guppy Bagus Farm dalam mempertahankan eksistensi usaha di tengah banyaknya pesaing.