

ORIGINAL ARTICLE

STRATEGI PEMASARAN IKAN KAKAP MERAH DI KUB MINA LESTARI

Muh. Nur Ihsan*, Muh. Ansar, Nurhidayah

Universitas Sulawesi Barat, Majene, Sulawesi Barat

© The author (s) and Siganus: Journal of Fisheries and Marine Science/Fakultas Peternakan dan Perikanan

***Informasi Artikel**

Received: 26 Juli 2019

Accepted: 15 Agustus 2019

Corresponding Author*Muh. Nur Ihsan**, Program Studi Perikanan Tangkap

Universitas Sulawesi Barat. Email: arhamandi@unsulbar.ac.id

How to cite:Ihsan M.N., Ansar M., Nurhidayah., 2019. Strategi Pemasaran Ikan kakap Merah di KUB Mina Lestari. *Siganus: Journal of Fisheries and Marine Science*. 1(1). 21-26**ABSTRAK**

Penelitian dilakukan di Kelompok Usaha Bersama Karya Mina Lestari selama 2 bulan yaitu dari bulan Juni – Juli 2019. Penelitian bertujuan untuk: 1) Mengetahui strategi pemasaran ikan kakap merah KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari 2) Mengetahui peluang pasar usaha ikan kakap merah KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari di Kelurahan Lantora Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian ini menggunakan studi kasus dengan teknik analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal dapat disimpulkan faktor kekuatan adalah 2,35 lebih besar dibandingkan faktor kelemahan adalah 1,45 hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan dapat mendukung pengembangan usaha pemasaran ikan kakap merah di KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari sedangkan untuk faktor eksternal dapat disimpulkan nilai faktor peluang adalah 2,1 lebih besar dari nilai total faktor ancaman 0,80 hal ini menunjukkan bahwa Kelompok Usaha Bersama Karya Mina Lestari memiliki potensi peluang yang besar.

Kata Kunci: KUB, SWOT, Kakap Merah**ABSTRACT**

The present study was conducted in Joint Business Group of Mina Lestari from June to July 2019 (two months). The objectives of the present study were to determine the marketing strategy and the market opportunity of red snapper fish in Joint Business Group (KUB) of Mina Lestari, Lantora, Polewali District, Polewali Mandar Regency. A case study with SWOT analysis was applied for the analysis technique. The results showed that internal factor consists of strength factor (2.35) and weakness factor (1.45) in which the strength factor is able to promote the business marketing development of red snapper fish in KUB Mina Lestari. Meanwhile, the external factor indicated 2.1 of opportunity value which is greater than 0,080 of threat factor. This suggested that the Joint Business Group of Mina Lestari has a huge prospect for further development.

Keywords : Joint Business Group (KUB), SWOT, Red Snapper

Pendahuluan

Ikan kakap merah (*Lutjanus malabaricus*) adalah jenis ikan laut yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan banyak digemari, baik untuk dikonsumsi masyarakat atau untuk komoditas ekspor. Banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi ikan kakap merah karena ikan ini dikenal mempunyai kandungan gizi tinggi yang dapat meningkatkan kesehatan tubuh.

Ikan kakap merah ukuran 250 gram mengandung 32,5 gram mineral selenium. Selenium adalah mineral untuk mencegah terjadinya oksidasi lemak. 250 gram porsi kakap merah mengandung 168 mg fosfor. Fosfor dalam ikan ini adalah nutrisi yang berkaitan dengan kesehatan tulang dan kepadatan tulang. 85% dari fosfor ditemukan pada tulang ikan tersebut. Kakap merah mengandung protein sekitar 33% dari nilai kebutuhan harian yang direkomendasikan. 250 gram porsi ikan kakap merah mengandung 17,4 mg protein, protein diperlukan untuk produksi hormon, enzim, jaringan dan antibodi. Kakap merah mengandung protein lengkap, yang berarti semua asam amino esensial yang ada dalam makanan. Kakap Merah menyediakan hampir seluruh nilai kebutuhan vitamin D harian yang direkomendasikan. Vitamin D penting untuk metabolisme kalsium yang membantu kesehatan tulang (Balekambang, 2013).

Indonesia memiliki potensi sumber daya perikanan yang sangat besar baik dari segi kuantitas maupun keanekaragamannya. Potensi lestari sumber daya perikanan tangkap diperkirakan sebesar 6,4 juta ton per tahun. Sedangkan potensi yang dapat dimanfaatkan sebesar 80% dari itu 5,12 juta ton pertahun. Untuk produksi secara umum khususnya ikan kakap merah di Polewali Mandar adalah 231,75 juta ton per tahun. Usaha ikan kakap merah sudah lama dikembangkan di Sulawesi Barat khususnya di PPI / TPI Lantora di Kelurahan Lantora, namun kajian informasi tentang strategi pemasaran untuk mendukung usaha tersebut masih sangat minim. PPI / TPI Lantora merupakan salah satu sentra perikanan yang ada di Kabupaten Polewali Mandar Kelurahan Lantora, dimana kehidupan masyarakatnya sangat bergantung terhadap hasil perikanan laut demi meningkatkan taraf hidupnya.

Metode Penelitian

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari di Kelurahan Lantora, Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. Waktu penelitian akan dilaksanakan selama 2 bulan, yakni pada bulan Juli 2019 - Juni 2019.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang hanya menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi atau berbagai variabel

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan deskriptif, yaitu jenis pendekatan yang sifatnya berupa penggambaran yang menjelaskan keterkaitan antar variabel yang diamati.
2. Pendekatan kualitatif, yaitu jenis pendekatan yang dilakukan untuk menggali dan mengkaji data yang bersumber dari berbagai informasi yang dijabarkan dalam uraian-uraian secara mendalam.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data secara teknik menunjukkan bagaimana cara mendapatkan atau mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian yang dimaksud. Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya, adapun metode yang digunakan adalah:

1. Metode Dokumentasi
Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data mengenai hal-hal atau variasi yang berupa catatan, buku, agenda, dan sebagainya (Arikunto, Suharsimi, 2006:158). Metode ini digunakan untuk mencari data monografi Desa Tonyaman dan data dari Badan Pusat Statistik (BPS).
2. Metode Angket
Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang responden ketahui (Arikunto, Suharsimi, 2006:151). Metode ini digunakan untuk mendapatkan data atau keterangan dari responden dengan memberikan daftar pertanyaan secara tertulis.
3. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan untuk melengkapi metode angket atau kuesioner, yaitu jika responden tidak dapat menjawab kuesioner

secara langsung karena keterbatasan kemampuan dalam memahami kuesioner, maka dalam keadaan seperti ini metode wawancara perlu digunakan dengan pedoman pada pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

Populasi dan Sampel

Penentuan sampel atau responden dilakukan dengan menggunakan metode secara sengaja atau purposive sampling dengan memilih langsung KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari yang terdiri dari 16 anggota dan beserta dengan ketuanya yang dijadikan sebagai sampel yang ada di Kelurahan Lantora, Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar, karena responden sebanyak 16 orang maka semua responden dijadikan sampel karena menurut Sugiyono, jika sampel kurang dari 100 orang maka sampel tersebut diambil / diwawancarai semua (Sugiyono, 2003)

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) Data primer, adalah data yang diperoleh dari hasil analisis swot pemasaran ikan kakap merah dan (b) Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari hasil pengisian kuisisioner dan wawancara mendalam terhadap pelaku usaha ikan kakap merah KUB Mina Lestari

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini sesuai dengan jenis penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka model analisis yang digunakan disesuaikan dengan masalah yaitu:

1. Analisis deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata.
2. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities dan threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam

mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah

keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Hasil Dan Pembahasan

KUB Mina Lestari

Usaha pemasaran ikan kakap merah pada Kelompok Usaha Bersama Karya Mina Lestari (KUB Mina lestari) merupakan suatu bentuk usaha kerja sama masyarakat dalam melakukan suatu usaha untuk memasarkan ikan kakap merah sehingga dapat memperoleh keuntungan.

Kelompok Usaha Bersama Karya Mina Lestari mulai dibentuk pada tahun 2012 dengan beranggotakan 16 orang dan Bapak Jufri sebagai ketuanya. Latar belakang didirikannya Kelompok Usaha Bersama atas dasar keinginan dan kesadaran masyarakat untuk dapat bekerja sama dalam memperoleh pendapatan dan peluang kerja untuk menunjang biaya kehidupan sehari-hari. Adapun pemasaran ikan kakap merah yang dipasarkan di Daerah Polewali maupun diluar daerah Polewali.

Struktur Organisasi KUB Mina Lestari

Struktur organisasi merupakan suatu gambaran hubungan antara pemilik usaha dengan bawahannya dalam sebuah usaha. Dan struktur organisasi yang berbentuk pada Kelompok Usaha Bersama Karya Mina Lestari yaitu mulai dari ketua dan para anggotanya, dimana Bapak Jufri sebagai Ketua, Makmum sebagai Sekertaris, St. Nurlily sebagai Bendahara, Yangki sebagai Seksi Humas, Rahman sebagai Seksi Produksi, Ahmad sebagai Seksi Pemasaran, Firdaus, Cindra, Puddin, Sahabuddin, Abdullah, Sappe, Suparman, Amin, Kadir dan Saal sebagai Anggota.

Proses Pemasaran Ikan Kakap Merah

Proses pemasaran ikan kakap merah melalui beberapa tahapan yang pertama adalah didapat dari beberapa nelayan. Kedua, disalurkan ke suplayer yaitu Kelompok Usaha Bersama Karya Mina Lestari. Ketiga, kemudian disalurkan ke eksportir Makassar yaitu UD. SEAFOOD, dan RM. Kota Daeng.

Nilai Rating Faktor Internal dan Eksternal

Analisis SWOT

Untuk mendukung pernyataan tentang strategi pemasaran ikan kakap merah yang dijalankan oleh kelompok usaha bersama Karya Mina Lestari, maka perlu dilakukan pembobotan dan penetapan rating dari hasil matriks SWOT. Nilai bobot dan rating faktor Strategi Internal dan Eksternal dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2 yang telah disusun seperti berikut ini:

Tabel 1. IFAS (Internal Strategic Factor Analysis)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan :			
- Mutu & kualitas ikan yang baik	0,30	3	0,90
- Minat konsumsi masyarakat ikan air laut lebih tinggi	0,15	2	0,30
- Lokasi strategis	0,20	2	0,40
- Hubungan baik dengan pembeli	0,25	3	0,75
Subtotal	0,90		2,35
Kelemahan :			
- Kurangnya SDM	0,20	2	0,40
- Kurangnya promosi	0,10	3	0,30
- Sarana dan prasarana masih terbatas	0,30	1	0,30
- Modal terbatas	0,20	2	0,40
Subtotal	0,80		1,45
Total	1,00		3,8

Berdasarkan tabel 1 di atas merupakan bahwa diketahui nilai total dari faktor kekuatan adalah 2,35 lebih besar dari nilai faktor kelemahan adalah 1,45. Kali ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan dapat mendukung pemasaran ikan kakap merah dibandingkan dengan faktor kelemahannya. Faktor kekuatan yang dapat mengembangkan pemasaran ikan kakap merah di KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari

adalah Mutu dan kualitas ikan yang baik, minat konsumsi masyarakat ikan air laut lebih tinggi, lokasi strategis dan hubungan baik dengan pembeli.

Tabel 2. EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang :			
-Permintaan pasarnya cukup besar	0,20	3	0,60
-Dukungan PEMDA	0,15	2	0,30
-Potensi Sumber daya alam	0,20	3	0,60
-Hubungan yang baik antara pelaku usaha dengan konsumen/pembeli	0,20	3	0,60
Subtotal	0,75		2,1
Ancaman :			
-Perubahan musim/faktor iklim	0,15	2	0,30
-Kondisi BBM yang naik (fluktuatif)	0,15	2	0,30
-Beralihnya konsumen/pembeli	0,20	1	0,20
Subtotal	0,50		0,80
Total	1,25		2,9

Berdasarkan Tabel 2 merupakan bahwa nilai faktor-faktor peluang yang dimiliki oleh KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari yakni 2,1 lebih besar dari nilai faktor ancaman 0,80. Dengan melihat hasil Faktor Strategi Eksternal bahwa KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari memiliki potensi peluang untuk pemasaran ikan kakap merah.

Strategi Pemasaran Ikan Kakap merah

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti di lapangan tentang faktor-faktor internal dan eksternal usaha pemasaran ikan kakap merah di KUB (Kelompok usaha bersama) Karya Mina Lestari di PPI/TPI Lantora maka dapat menggunakan matriks SWOT untuk menyusun alternatif strategi dengan menggunakan empat strategi yakni Strengths (kekuatan), weakness (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Thearts (ancaman).

Adapun hasil alternatif strategi pemasaran ikan kakap merah di KUB (kelompok usaha bersama) Karya Mina Lestari dapat dilihat pada tabel 3. Adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Ikan Kakap Merah

Faktor Internal IFAS	Kekuatan (strength) 1.Mutu & kualitas ikan yang baik 2.Minat konumsi masyarakat ikan air laut lebih tinggi 3.Lokasi strategi 4.hubungan baik dengan pembeli	(Kelemahan Weakness) 1.Kurangnya SDM 2.Kurangnya promosi 3.Sarana dan prasarana masih terbatas 4.Modal terbatas
EFAS Faktor eksternal	Strategi (SO) 1.memperbanyak produksi ikan kakap merah kualitas terbaik 2.Lokasi strategis memungkinkan pemasaran ikan 3. Menjaga hubungan baik dengan konsumen/pembeli.	Strategi (WO) 1. Peningkatan SDM dengan melakukan pelatihan 2. Bantuan ahli pemasaran dari PEMDA 3. Perluasan jaringan pemasaran
Peluang (Opportunity) 1.Permintaan Pasarya 2.Dukungan PEMDA 3.Potensi Sumber Daya Alam 4. Hubungan yang baik antara pelaku usaha dengan konsumen/pembeli.	Strategi (ST) 1. Konsep pemasaran yang baik dan kreatif 2. Menjaga harga ikan kakap merah tetap stabil 3. Menjaga mutu dan	Strategi (WT) 1.Kerja sama antar perusahaan diluar daerah dalam memproduksi ikan kakap merah 2.Promosi harga di pasar 3.Perlunya tambahan sarana
Ancaman (Thearts) 1.Perubahan musim atau faktor iklim 2.Kondisi BBM yang naik (Fluktuatif) 3.Beralihnya konsumen/pembeli		

kualitas ikan dan prasaran.

Berdasarkan tabel 3. Menunjukkan 4 (empat) strategi alternatif yang dapat dijalankan oleh KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari di TPI/PPI Lantora Kelurahan Lantora Kecamatan Polewali Mandar yaitu Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*), strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*), strategi S-T (*Strenghts-Threarts*) dan strategi W-T (*Weaknesses-Threarts*) sebagai berikut:

Strategi SO (Strenght-Opportunity)

Strategi pemasaran ikan kakap merah yang dijalankan KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari Di TPI Lantora Kecamatan Polewali dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu:

- a. Memperbanyak ikan kakap merah yang kualitas baik bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi.
- b. Lokasi yang strategis memungkinkan pemasaran ikan kakap merah lebih gampang dijangkau oleh pembeli/konsumen.
- c. Menjaga hubungan baik dengan pembeli bertujuan untuk meminimalisir pembeli/konsumen beralih ketempat lain.

Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi pemasaran ikan kakap merah yang di jalankan KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari Di TPI Lantora Kecamatan Polewali dapat meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu:

- a. Peningkatan SDM dengan melakukan pelatihan
Dengan adanya pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang ada di KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari.
- b. Bantuan tenaga ahli pemasaran dari PEMDA Bertujuan untuk merumuskan sebuah konsep pemasaran ikan kakap merah agar laku di pasaran.
- c. Perluasan jaringan pemasaran Bertujuan untuk memudahkan proses menjalankan usaha. Banyak manfaat yang dapat didapatkan dari jaringan bisnis misalnya peluang kerjasama dibidang permodalan, memudahkan pemasaran bisnis, serta tidak menutup kemungkinan

bahwa beberapa kendala yang selama ini anda hadapi dalam menjalankan usaha dapat terselesaikan dengan bantuan jaringan bisnis yang anda bangun dengan baik.

Strategi ST (*Strength-Treaths*)

Strategi pemasaran ikan kakap merah yang di jalankan KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari Di Tpi Lantora Kecamatan Polewali dapat mengatasi ancaman yang ada dengan menggunakan seluruh kekuatan yaitu:

- a. Konsep pemasaran yang baik dan kreatif bertujuan untuk menarik minat pelanggan ikan kakap merah dan pelanggan yang lama tidak beralih ke pemasar ikan kakap merah yang lain.

Strategi WT (*Weakness-Thearths*)

Berdasarkan strategi matriks swot maka dapat diketahui strategi yang sangat dibutuhkan dalam meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari yaitu:

- a. Bekerja sama antar perusahaan di luar daerah dalam memproduksi ikan kakap merah. Perubahan musim dan faktor iklim suatu daerah akan mempengaruhi produksi ikan kakap merah, oleh karena itu kerjasama antar perusahaan di luar daerah akan meminimalisir masalah produksi ikan kakap merah yang dikarenakan perubahan iklim.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari faktor internal dapat disimpulkan faktor kekuatan adalah 2,35 lebih besar dibandingkan faktor kelemahan adalah 1,45 hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan dapat mendukung pengembangan usaha pemasaran ikan kakap merah di KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari sedangkan untuk faktor eksternal dapat disimpulkan nilai faktor peluang adalah 2,1 lebih besar dari nilai total faktor ancaman 0,80 hal ini menunjukkan bahwa Kelompok Usaha Bersama Karya Mina Lestari memiliki potensi peluang yang besar

Saran

1. Untuk KUB (kelompok usaha bersama) Karya Mina Lestari perlunya konsep pemasaran yang harus digunakan untuk memasarkan produksi ikan kakap merah didalam daerah maupun diluar daerah
2. Perlunya kerja sama antara KUB (Kelompok Usaha Bersama) Karya Mina Lestari dengan PEMDA dan Pihak Swasta yang saling menguntungkan.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assuri S, 1993. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali, Jakarta.
- Balakembang, 2013. *Manfaat Ikan Kakap Merah*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Gunarso, 1995. *Mengenal Kakap Merah Komoditi Ekspor Baru Indonesia*. Fakultas Perikanan. IPB. Bogor. 238 hal.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, Fredy, *Analisis SWOT Teknik membedah kasus Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta, 2003. Dikutip dari Skripsi Masita 2015 Judul "Prospek Pengembangan Usaha Minyak Kelapa"
- Stanton William J, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.