

**KEPEMIMPINAN DAN OPTIMALISASI DEPO PEMASARAN IKAN  
GUNA MENJALANKAN USAHA PERIKANAN  
(Studi Kasus Depo Pemasaran Ikan Desa Bluru Kidul Kecamatan Sidoarjo)**

**Prima Dwi Wisudawan S, Imam Hardjanto, Sukanto**

Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang  
E-mail: prima\_keongmaz@yahoo.com

**Abstract: Leadership and Marketing Optimization “Depo Pemasaran Ikan” to observe fishery (Case Study in “Depo Pemasaran Ikan” Bluru Kidul village of Sidoarjo district).** This study was conducted to describe and analyze about the Marketing Leadership in “Depo Pemasaran Ikan” Bluru Kidul village and the factors affecting optimization in “Depo Pemasaran Ikan” to observe fishery. The method used is descriptive in *Qualitative Research Methods*. Descriptive methods to create descriptive, description or illustration in a systematic, factual and accurate information on the facts, as well as the nature of the relationship between the phenomena under investigation. In this case the author describes about leadership and optimalization in “Depo Pemasaran Ikan” for observe the fishery (Case Study in “Depo Pemasaran Ikan” Bluru Kidul village of Sidoarjo district). According on the results and discussion, the authors conclude two important things. First, Leadership in “Depo Pemasaran Ikan” in Sidoarjo, the leadership in “Depo Pemasaran Ikan” is not maximized due to communication, supervision, direction and decision-making have not been up to optimize business traders. Second, optimization in “Depo Pemasaran Ikan” in Sidoarjo, the optimization in “Depo Pemasaran Ikan” not optimal because there are many human resources in “Depo Pemasaran Ikan” who do not know about hygiene standards of fish, many buildings Infrastructures are unemployed, lack of public transportation and the small fish storage.

**Keywords:** leadership, optimization, “Depo Pemasaran Ikan” (DPI)

**Abstrak: Kepemimpinan dan Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan Guna Menjalankan Usaha Perikanan (Studi Kasus Depo Pemasaran Ikan Desa Bluru Kidul Kecamatan Sidoarjo).** Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis mengenai Kepemimpinan Depo Pemasaran Ikan Desa Bluru Kidul serta faktor-faktor yang memengaruhi dari Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan Guna Menjalankan Usaha Perikanan. Metode yang digunakan adalah Metode Deskriptif dengan Penelitian Kualitatif. Dalam hal ini penulis menggambarkan Kepemimpinan dan Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan Guna Menjalankan Usaha Perikanan (Studi Kasus Depo Pemasaran Ikan Desa Bluru Kidul Kecamatan Sidoarjo). Berdasarkan hasil dan pembahasan, penulis menyimpulkan dua hal penting. Pertama, Kepemimpinan di Depo Pemasaran Ikan Kabupaten Sidoarjo, dalam kepemimpinan di Depo Pemasaran Ikan belum maksimal dikarenakan untuk komunikasi, pengawasan, pengarahan dan pengambilan keputusan belum maksimal untuk mengoptimalkan usaha para pedagang. Kedua, Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan Kabupaten Sidoarjo, dalam Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan Kabupaten Sidoarjo belum optimal dikarenakan masih banyaknya para SDM di Depo Pemasaran Ikan yang belum mengetahui standar kehygienisan ikan, banyaknya Sarana dan Prasarana bangunan yang menganggur, kurangnya transportasi umum dan kecilnya tempat penyimpanan ikan.

**Kata kunci:** kepemimpinan, optimalisasi, Depo Pemasaran Ikan (DPI)

---

## Pendahuluan

Negara Indonesia merupakan negara berkembang yang mempunyai kekayaan alam yang melimpah. Kekayaan alam tersebut membentang dari sepanjang nusantara baik itu yang terkandung di dalam lautan

yang mengelilingi hampir sebagian besar wilayah Indonesia, dan juga di wilayah daratannya. Dengan potensi kekayaan alam yang dimiliki tersebut, sesuai dengan ketentuan yang tertuang dalam UUD 1945 bahwa seluruh kekayaan alam yang melim-

pah tersebut dikelola dan diperuntukkan bagi kesejahteraan rakyat Indonesia seluruhnya dengan dasar terciptanya masyarakat yang adil dan makmur.

Tetapi, di Negara Indonesia sumber daya daratan yang mulai berlebihan dan semakin terbatasnya jumlah potensi daratan, mengakibatkan pemerintah mulai melirik potensi pengembangan sumber daya lainnya. Pengembangan sumber daya yang dikembangkan yakni pengembangan perairan di mana Indonesia kaya akan potensi perairan dan hasil-hasilnya. Hal ini juga merubah paradigma pola pikir pengembangan produksi daratan menjadi maritim dengan menghasilkan produk perikanan terbesar.

Pemerintah Kabupaten Sidoarjo memberikan fasilitas yang sangat mendukung berupa DPI (Depo Pemasaran Ikan). Depo Pemasaran Ikan Sidoarjo terdiri atas lahan 3,8 Hektar mempunyai fasilitas berupa area parkir yang luasnya 500m<sup>2</sup>. Borg ikan sebanyak 14 dan mempunyai area pasar ikan segar. Sehingga Depo Pemasaran Ikan (DPI) bertujuan untuk mempertahankan mutu ikan, meningkatkan minat beli ikan dari masyarakat, meningkatkan pendapatan petani/nelayan, meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pemerintah, membantu pemerintah meningkatkan nilai tambah produk-produk perikanan dan memanfaatkan sumber daya perikanan.

Dalam kehadiran Depo Pemasaran Ikan (DPI) diharapkan untuk mampu mengatasi masalah naik turunnya harga ikan karena jual beli di Depo Pemasaran Ikan (DPI) melalui proses lelang, perputaran produksi ikan yang melalui DPI bisa mencapai 10 sampai 15 ton/hari. Depo Pemasaran Ikan di Sidoarjo mempunyai fasilitas yang sudah cukup untuk menjangkau 10 sampai 15 ton/hari, dan mempunyai area parkir yang luas. Sehingga masyarakat yang datang ke Depo Pemasaran

Ikan tidak akan mengalami masalah yang dahulu ada di Pasar Ikan yang tempatnya sempit dan kurang memadai.

Berangkat dari kondisi tersebut penelitian ini bertujuan : (1) Bagaimanakah kepemimpinan dan optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan? (2) Faktor-faktor apa sajakah sebagai pendukung dan penghambat bagi Depo Pemasaran Ikan dalam rangka menjalankan usaha perikanan?

## **Kajian Pustaka**

### **1. Kepemimpinan**

Pada dasarnya kerja sama manusia bersifat formal maupun non-formal senantiasa membutuhkan kehadiran seorang pemimpin. Melalui pemimpin bertujuan untuk mengelola, mengembangkan potensi dan sumber daya yang ada di organisasi tersebut, serta mengarahkan dan membimbing orang-orang kerjanya untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan oleh organisasi tersebut. Untuk itulah peran seorang pemimpin sangat besar dalam suatu organisasi.

Menurut Hasibuan (2003, hal.13) bahwa kepemimpinan adalah gaya seorang pemimpin mempengaruhi bawahannya, agar mau bekerja secara efektif sesuai dengan perintahnya. Dalam hal ini menurut Siagian (1995, hal.97) yang menyatakan kepemimpinan adalah kemampuan mempengaruhi perilaku mereka sesuai dengan perilaku yang diinginkan pemimpin organisasi.

#### **(a) Komunikasi dalam kepemimpinan**

Sebagai pusat kekuatan dan dinamisator bagi organisasi pemimpin harus dapat berkomunikasi dengan semua pihak, baik melalui hubungan formal maupun informal. Suksesnya pelaksanaan tugas pemimpin itu sebagian besar ditentukan oleh kemahiran menjalin komunikasi yang tepat kesemua pihak. Menurut Kartono

(2008:134) yang mengatakan bahwa komunikasi ialah kapasitas individu atau kelompok untuk menyampaikan perasaan, pikiran, dan kehendak kepada individu dan kelompok lain Ridwan (2011).

**(b) Pengawasan dalam kepemimpinan.**

Pengawasan atau kontrol dalam Wardani (2009, hal.34) adalah bagian dari tugas pemimpin yang memungkinkannya untuk mengetahui sejauh mana realisasi dari rencana yang sudah dibuat oleh pemimpin suatu organisasi tersebut. Pengawasan atau kontrol meliputi pengukuran dan koreksi terhadap hasil aktivitas bawahan atau anggota, untuk memastikan bahwa tujuan yang dirancang untuk dicapainya sudah dilaksanakan. Tiga langkah dalam proses pengawasan (i) Menentukan atau menetapkan standar. (ii) Mengukur hasil kerja terhadap standar yang telah ditetapkan. (iii) Mengoreksi penyimpangan terhadap standar. Manfaat pengawasan: (i) Memastikan bahwa seluruh kegiatan tim terarah pada pencapaian tujuan dan sesuai dengan rencana kerja yang sudah dibuat. (ii)

Menghindari kegagalan dan kerugian. (iii) Meningkatkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki optimal. Metode pengawasan: (i) Menganalisa data tertulis administratif. (ii) Menanyakan perkembangan tugas kepada bawahan. (iii) Melakukan tinjauan ke lapangan. Kendala dalam melakukan pengawasan: (i) Kurangnya kesadaran tentang perlunya pengawasan. (ii) Kurangnya komitmen dalam kerja. (iii) Salah mengartikan hubungan antar manusia dalam bekerja. (iv) Kurangnya pemahaman tentang dampak dari penyimpangan atau kesalahan yang dibuat.

**(c) Pengarahan dalam kepemimpinan.**

Pengarahan (*direction*) dalam Wardani (2009, hal.35) adalah keinginan untuk membuat orang lain mengikuti keinginannya dengan menggunakan

kekuatan pribadi atau kekuasaan jabatan secara efektif dan pada tempatnya demi kepentingan jangka panjang suatu organisasi. Termasuk di dalamnya memberitahukan orang lain apa yang harus dilakukan dengan nada yang bervariasi mulai dari nada tegas sampai meminta bahkan mengancam. Tujuannya adalah agar para bawahan atau anggota organisasi dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

**(d) Pengambilan keputusan dalam kepemimpinan.**

Dalam kondisi ketidakpastian dengan banyak perubahan yang mendadak, maka aktivitas pengambilan keputusan adalah hal yang paling sulit dalam memajemen suatu organisasi, namun mengambil keputusan adalah hal yang paling penting bagi pemimpin. Kepemimpinan merupakan fungsi mengoptimalkan operasiaonal pada pengambilan keputusan di satu organisasi atau administasi. Jelasnya, apabila pemimpin mampu tangkas, cerdas, cepat, arif dan bijaksana dalam mengambil keputusan yang tepat. Maka kepemimpinan itu merupakan kekuatan yang dinamis bisa menumbuhkan motivasi, aspirasi, koordinasi dan integrasi pada keanggota organisasi atau bawahan, yang semua penting bagi tercapainya tujuan bersama. "Hakekatnya perilaku dasar pemimpin yang mendapat tanggapan para pengikutnya, sewaktu pemimpin melakukan proses pemecahan masalah atau pengambilan keputusan, maka empat gaya dasar tersebut dapat diaplikasikan dan diidentifikasi dalam suatu proses pengambilan keputusan tersebut. Ismanto (2011)

**2. Optimalisasi**

Optimalisasi berasal dari kata optimal yang berarti terbaik. Jadi optimalisasi adalah proses pencapaian suatu pekerjaan dengan hasil dan keuntungan yang besar tanpa harus mengurangi mutu dan kualitas

dari suatu pekerjaan Jannah (2010). Dari teori tersebut penulis menyimpulkan bahwa optimalisasi adalah proses dan sarana suatu pekerjaan untuk mencapai hasil yang terbaik tanpa mengurangi mutu dan kualitas pekerjaan tersebut.

### **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif menekankan pada kondisi lapangan dengan mengutamakan pada proses daripada hasil, lebih pada gejala yang muncul dari hasil penelitian lapangan dengan merefleksikan kondisi sebenarnya tanpa menekankan pada penggunaan angka dalam pengumpulan data dan penafsiran pada hasilnya.

Dengan demikian penelitian deskriptif adalah suatu metode yang berangkat dari fakta-fakta empirik yang terjadi dalam suatu objek, dan pemikiran secara sistematik dan akurat serta dihubungkan dengan fenomena yang terjadi. Melalui metode deskriptif dengan ini peneliti berusaha untuk mengetahui, mendeskripsikan serta menganalisa kepemimpinan dan optimalisasi Depo Pemasaran Ikan di Sidoarjo, mengetahui faktor – faktor apa yang menghambat optimalnya Depo Pemasaran Ikan.

Fokus penelitian Kepemimpinan dan optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan adalah: (i) Kepemimpinan pada Depo Pemasaran Ikan. (ii) Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan. (iii) Faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sidoarjo dengan situs penelitian pada Depo Pemasaran Ikan, dimana pemilihan ini dilakukan dengan sengaja (purposive) karena dalam tradisi penelitian kualitatif, peneliti harus banyak meluangkan waktu di lapangan dan oleh karenanya

kemudahan dalam melakukan penelitian sangat diperlukan.

Dalam analisis data ini penulis mempergunakan analisis deskriptif kualitatif dengan mengacu pada analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (2007, hal.16) yang mengatakan bahwa analisis data model interaktif terdiri dari empat alur kegiatan, yaitu: (1) *Data Collecting* (Pengambilan dan Pengumpulan data). (2) *Data Reduction* (Reduksi data). (3) *Data Display* (Penyajian data). (4) Penarikan kesimpulan meliputi pengambilan atau verifikasi.

### **Pembahasan**

#### **1. Kepemimpinan pada Depo Pemasaran Ikan**

##### **(a) Komunikasi**

Komunikasi yang dipakai oleh Kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Depo Pemasaran Ikan adalah komunikasi dua arah (*two ways communication*). Komunikasi berlangsung antara dua pihak dan ada timbal balik baik dari komunikator maupun komunikan. Komunikasi dua arah dapat terjadi secara vertikal, horisontal dan diagonal. Melihat dari data yang disajikan Kepala Unit Teknis Dinas (UPTD) Depo Pemasaran Ikan berkomunikasi dua arah dan terjadi secara diagonal. Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang tingkat, kedudukan, serta wewenangnya berbeda. Yang menjadi komunikator adalah Kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Depo Pemasaran Ikan, untuk yang menjadi komunikan adalah Kepala Pedagog Depo Pemasaran Ikan.

Terlihat dari penyajian data bahwa komunikasi antara Kepala pedagang dengan Kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Depo Pemasaran Ikan jarang terjadi. Dikarenakan, Kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Depo Pemasaran

Ikan jarang bisa ditemui. Untuk mengemukakan pendapat, keinginan dan keluhan para pedagang hanya melalui Kepala pedagang. Dalam penanganan pendapat para pedagang jarang terlaksana seperti contohnya, pengusulan untuk kebersihan di Depo Pemasaran Ikan agar ditingkatkan. Akan tetapi pada kenyataannya kebersihan di Depo Pemasaran Ikan masih belum terlaksana sepenuhnya.

#### **(b) Pengawasan**

Pengawasan Di Depo Pemasaran belum terlaksana dengan baik, dikarenakan masih banyak para pedagang yang nakal berjualan di luar area yang disediakan oleh Depo Pemasaran Ikan. Para pegawai Depo Pemasaran Ikan hanya datang untuk menarik retribusi pelepasan, menarik retribusi sewa tempat dagang dan menarik retribusi kebersihan. Tetapi dalam kenyataannya masih belum terjaganya kebersihan di Depo Pemasaran Ikan, masih adanya para pelepasan yang tidak melelangkan ikan di Borg yang disediakan oleh Depo Pemasaran Ikan. Untuk pengawasan mutu tidak adanya para pegawai Depo Pemasaran Ikan yang datang untuk mengawasi mutu ikan.

#### **(c) Pengarahan**

Pengarahan yang dilakukan pemerintah sudah melakukan pengarahan untuk menjaga ketertiban dan kebersihan pedagang Depo Pemasaran Ikan. Tetapi banyak para pedagang yang berjualan di luar Depo Pemasaran Ikan. Padahal para pegawai Depo Pemasaran Ikan dalam memberikan pengarahan sudah tegas. Tetapi dalam kenyataannya para pedagang ikan di Depo Pemasaran Ikan belum pernah mendapatkan pengarahan dari pegawai, dalam penanganan para pedagang yang nakal para pegawai hanya dengan teguran yang tidak membuat efek jera. Untuk pengarahan kebersihan para pegawai Depo Pemasaran Ikan hanya mengambil retribusinya saja, sehingga pedaganglah yang mempunyai inisiatif untuk menjaga

kebersihan Depo Pemasaran Ikan. Untuk ke higienisan ikan para pedagang ikan belum pernah merasakan penyuluhan, sehingga para pedagang menggunakan alat seadanya dan sepengetahuan para pedagang ikan untuk memperkirakan seberapa higienis dan layak ikan yang dijual.

#### **(d) Pengambilan Keputusan**

Dalam pengambilan keputusan Kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Depo Pemasaran Ikan, belum terlaksana dengan baik. Dikarenakan Pimpinan Depo Pemasaran Ikan tidak berani mengambil keputusan sebelum adanya persetujuan dengan Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Sidoarjo. Oleh karena itu pengambilan keputusan banyak yang tidak seperti diharapkan oleh pedagang dan pengambilan keputusan pemimpin Depo Pemasaran Ikan Kabupaten Sidoarjo terkesan otoriter.

## **2. Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan**

### **(a) Sarana dan Prasarana**

Sarana dan prasarana di Depo Pemasaran Ikan sudah mencukupi kebutuhan para pedagang dalam luas bangunan, tempat pelepasan, tempat parkir. Untuk luas bangunan, Depo Pemasaran Ikan mempunyai luas bangunan sebesar 3,8 hektar dan mempunyai bangunan yang sangat banyak. Akan tetapi banyak bangunan yang menganggur atau terbengkalai tidak terawat, dikarenakan tempat bangunannya terlalu kedalam sehingga para pedagang ikan takut tidak laku ikan yang dijualnya karena kalah dengan pedagang yang berjualan di bangunan area depan. Untuk tempat parkir mempunyai luas 500m<sup>2</sup> sehingga pengusaha dapat memarkirkan kendaraannya dengan leluasa. Tetapi masih ada kekurangan dalam sarana dan prasarana adalah transportasi umum untuk konsumen pedagang kecil dan tempat penyimpanan ikan. Untuk transportasi umum sangat perlu, dikarenakan jarak antara pemukiman

dengan Depo Pemasaran Ikan lumayan jauh sehingga konsumen lebih memilih membeli ikan di toko merancang di dekat rumah dari pada membeli ikan di Depo Pemasaran Ikan. Untuk tempat penyimpanan ikan kurang luas dikarenakan renovasi. Renovasi bangunan untuk memperbanyak pedagang ikan tetapi memperkecil bangunan untuk menyimpan ikan para pedagang.

#### **(b) Sumber Daya Manusia (SDM)**

Dalam optimalisasi Sumber Daya Manusia (SDM) di Depo Pemasaran Ikan masih kurang, dikarenakan masih banyak para pedagang tidak mengetahui bagaimana cara menjaga mutu ikan dan kebersihan ikan. Disebabkan pemerintah belum memberikan pelatihan atau penyuluhan tentang menjaga mutu ikan dan kebersihan ikan. Jadi para pedagang dalam menjaga mutu ikan dan kebersihan ikan hanya dengan sepengetahuannya untuk menjaga mutu ikan dan kebersihan ikan.

Dalam Sumber Daya Manusia petugas parkir masih kurang maksimal, dikarenakan yang mengelola parkir pihak Depo Pemasaran Ikan mengambil Sumber Daya Manusia dari desa Rangkah Kidul yang bertempat daerah Depo Pemasaran Ikan Juga. Petugas parkir di Depo Pemasaran Ikan untuk menertibkan dan penataan parkir kurang rapi, sehingga terlihat sangat penuh padahal didalamnya masih ada lahan kosong yang bisa untuk merapikan kendaraan yang parkir di Depo Pemasaran Ikan.

Dalam Sumber Daya Manusia untuk pedagang ikan di Depo Pemasaran Ikan masih kurang dalam memanfaatkan bangunan-bangunan yang ada di Depo Pemasaran Ikan. Para pedagang di Depo Pemasaran Ikan merasa kurang strategis yang tempatnya agak masuk kedalam, menurut sepengetahuan para pedagang ikan bila menempati bangunan yang tempatnya agak masuk ke dalam akan membuat para konsumen jauh untuk menjangkaunya.

Tetapi menurut para pegawai kalau berjualan di area Depo Pemasaran Ikan pasti konsumen akan mencari pedagang yang menjual ikan dengan mutu yang baik, kebersihan yang terjaga dan harga yang bersaing.

#### **(c) Pemasaran**

Pihak Depo Pemasaran Ikan membuat kolam pancing ikan yang bertujuan untuk menarik konsumen agar datang di Depo Pemasaran Ikan, selain untuk membeli ikan para konsumen bisa memancing. Tetapi dalam faktanya kurang optimal dengan membuat kolam pancing, dikarenakan meskipun sudah ada kolam pancing konsumen belum mengalami peningkatan dari hari ke hari melainkan di hari sabtu, minggu dan hari libur. Depo Pemasaran Ikan untuk pemasaran masih kurangnya promosi. Dikarenakan untuk mendatangkan konsumen, oleh karena itu pedagang menginginkan pemerintah mempunyai peran untuk mempromosikan Depo Pemasaran Ikan untuk mengenalkan kepada masyarakat atau konsumen datang ke Depo Pemasaran Ikan. Salah satu cara promosi yang diinginkan para pedagang ikan di Depo Pemasaran Ikan adalah pembuatan event-event untuk meramaikan Depo Pemasaran Ikan, dari event-event tersebut akan menarik para konsumen untuk datang ke Depo Pemasaran Ikan.

Para pedagang juga menginginkan adanya pedagang sayur, pedagang rempah-rempah dan pedagang daging di Depo Pemasaran Ikan. Dengan adanya pedagang-pedagang tersebut akan membuat konsumen datang ke Depo Pemasaran Ikan tidak hanya membeli ikan segar, tetapi masyarakat bisa membeli aneka kebutuhan konsumen yang lain, seperti membeli daging, sayur dan rempah-rempah.

### **3. Faktor penghambat dan pendukung dalam optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan**

#### **(a) Faktor penghambat dalam optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan**

- **Tidak adanya transportasi umum**

Berdasarkan pengamatan dan wawancara faktor penghambat yang paling vital dalam Depo Pemasaran Ikan adalah tidak adanya transportasi umum yang menjangkau Depo Pemasaran Ikan. Dalam menjalankan usaha perikanan transportasi adalah salah satu faktor yang mendukung untuk berjalannya usaha perikanan. Apabila tidak adanya transportasi umum, maka para konsumen akan lebih memilih membeli ikan di tempat yang lebih dekat dengan tempat tinggalnya. Apabila memaksa untuk membeli ikan di Depo Pemasaran Ikan konsumen akan lebih banyak pengeluaran untuk transportasi, dikarenakan transportasi yang menjangkau Depo Pemasaran Ikan adalah alat transportasi yang tidak mempunyai trayek yang tetap, seperti becak, ojek dan taxi.

- **Kurangnya promosi**

Berdasarkan pengamatan dan wawancara faktor penghambat untuk optimalnya Depo Pemasaran Ikan adalah kurangnya promosi. Dikarenakan promosi merupakan salah satu faktor penting untuk menjalankan usaha perikanan. Dalam pihak Depo Pemasaran Ikan belum adanya promosi untuk mengenalkan Depo Pemasaran Ikan kepada masyarakat atau konsumen.

#### **(b) Faktor pendukung dalam optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan**

- **Air**

Salah satu faktor pendukung di Depo Pemasaran Ikan tersedianya stok air yang melimpah. Air merupakan faktor terpenting dalam menjalankan usaha perikanan.

Dikarenakan air adalah salah satu faktor untuk menjaga kesegaran dan kebersihan ikan, oleh karena itu air sangat dibutuhkan oleh para pedagang.

- **Area parkir yang luas dan bangunan pelelangan yang besar**

Salah satu faktor pendukung di Depo Pemasaran Ikan tersedianya fasilitas area parkir yang luas dan bangunan pelelangan yang besar. Area parkir yang luas digunakan untuk para konsumen dapat memarkirkan kendaraannya tanpa ada perasaan khawatir tidak mendapatkan parkir. Untuk bangunan pelelangan yang besar berperan penting untuk para petani ikan dan pengusaha untuk tidak berdesak-desakan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian tentang kepemimpinan dan optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan kesimpulan sebagai berikut:

#### **1. Kepemimpinan Depo Pemasaran Ikan Kabupaten Sidoarjo**

- a Komunikasi yang dipakai pemimpin Depo Pemasaran Ikan adalah komunikasi dua arah. Tetapi dalam pelaksanaannya kurang optimal dikarenakan dalam komunikasi para pedagang ikan di Depo Pemasaran Ikan dengan pemerintah sering terjadi kesalahpahaman.
- b Pengawasan pemimpin dalam Depo Pemasaran Ikan kurang optimal dikarenakan pemimpinnya atau pegawainya jarang untuk mengawasi sehingga banyak pedagang yang nakal yang berjualan diluar area yang disediakan pemerintah dan para pegawai Depo Pemasaran Ikan datang hanya untuk menarik retribusi pelelangan, menarik retribusi sewa tempat dagang dan menarik retribusi kebersihan. Tanpa ada penanganan atau tindak lanjutnya.
- c Pengarahan pemimpin untuk mengoptimalkan Depo Pemasaran Ikan belum

optimal, dikarenakan banyaknya para pedagang yang masih menggunakan bakantuk menjual ikan tersebut, alasan para pedagang yang berjualan memakai bak adalah tidak tahu bagaimana cara menjaga ikan agar tetap higienis dan terjaga mutunya. Pengarahan dalam ketertiban dan kebersihan di Depo Pemasaran Ikan juga belum terlaksana dengan baik dikarenakan masih banyaknya para pedagang yang berjualan diluar area yang disediakan oleh pemerintah dan para pedagang harus mempunyai inisiatif sendiri untuk menjaga kebersihan Depo Pemasaran Ikan.

- d. Pengambilan keputusan pemimpin dalam Depo Pemasaran Ikan masih kurang optimal dikarenakan pemimpin Depo Pemasaran Ikan menunggu keputusan Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan sehingga dalam pengambilan keputusan lambat dan tidak efektif.

## **2. Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan**

Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Sidoarjo mempunyai sebuah sub bagian yang membawahi Depo Pemasaran Ikan Kabupaten Sidoarjo yaitu Unit Pelaksana Teknis Dinas dalam rangka mengoptimalkan Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan.

- a. Sarana dan prasarana di Depo Pemasaran Ikan sudah mencukupi tetapi kurang optimal dikarenakan banyak bangunan yang menganggur atau terbengkalai dan tidak terawat. Bangunan yang menganggur atau terbengkalai dan tidak terawat dikarenakan bangunan yang letaknya tidak strategis.
- b. Sumber Daya Manusia (SDM) di Depo Pemasaran Ikan masih kurang optimal dikarenakan banyak sumber daya manusia di Depo Pemasaran Ikan yang kurangnya mengoptimalkan semua bangunan yang disediakan di Depo

Pemasaran ikan. Dalam pegawai Depo Pemasaran Ikan juga kurang optimal dikarenakan para pedagang belum merasakan penyuluhan yang ada di Depo Pemasaran Ikan.

- c. Pemasaran di Depo Pemasaran ikan belum optimal dikarenakan kurangnya peran pemerintah dalam mempromosikan Depo pemasaran Ikan untuk meramaikan Depo Pemasaran Ikan sehingga dikenal oleh semua masyarakat.

## **3. Faktor penghambat dan pendukung optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan**

a. Faktor penghambat optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan

- Tidak adanya transportasi umum adalah salah satu faktor penghambat untuk optimalnya Depo Pemasaran Ikan. Dikarenakan transportasi umum yang menjangkau Depo Pemasaran Ikan adalah alat transportasi yang tidak mempunyai trayek yang tetap, seperti becak, ojek dan taksi.
- Kurangnya promosi adalah salah satu faktor penghambat untuk optimalnya Depo Pemasaran Ikan. Dikarenakan promosi merupakan salah satu faktor penting untuk menjalankan usaha perikanan. Dalam pihak Depo Pemasaran Ikan belum adanya promosi untuk mengenalkan Depo Pemasaran Ikan kepada masyarakat atau konsumen.

b. Faktor pendukung optimalisasi Depo Pemasaran Ikan guna menjalankan usaha perikanan

- Air, Salah satu faktor pendukung di Depo Pemasaran Ikan tersedianya stok air yang melimpah. Dikarenakan air adalah salah satu faktor untuk menjaga kesegaran dan kebersihan ikan, oleh karena itu air sangat dibutuhkan oleh para pedagang.

- Area parkir yang luas dan bangunan pelelangan yang besar Salah satu faktor pendukung di Depo Pemasaran Ikan. Area parkir yang luas digunakan untuk

para konsumen dapat memarkirkan kendaraannya tanpa ada perasaan khawatir tidak mendapatkan parkir.

---

## Daftar Pustaka

- Hasibuan, Malayu SP. (2005) **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Jakarta, PT Bumi Aksara.
- Ismanto (2011) **Kutipan & Landasan Teori** [internet] Available from: <<http://ismanto.dosen.narotama.ac.id/files/.../Kutipan-Landasan-Teori.doc>> [accessed 12 oktober 2012]
- Jannah, Miftakul (2010) **Optimalisasi Manajemen Sarana Dan Prasarana Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Di Smp Nasima Semarang**. Skripsi tidak di terbitkan, Semarang: Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Wali Songo
- Kartono, Kartini (2008) **Pemimpin dan Kepemimpinan**. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ridwan (2011) **Mengidentifikasi Proses Komunikasi** [Internet] Available from: <<http://ridwanjuli.blogspot.com/2011/03/>> [accessed tanggal 12 oktober 2012]
- Siagian (1995) **Kepemimpinan dalam Manajemen**. Jakarta, CV Rajawali Pres
- Wardani, Pramandha Anggi (2009) **Gaya Kepemimpinan Administrasi Publik pada Dinas Pengelolaan Pasar Kota Kediri**. Skripsi tidak diterbitkan, Malang, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya