

**BAURAN PEMASARAN BIBIT IKAN KERAPU MACAN PADA UD. BALI SUKSES
MANDIRI DESA SANGGALANGIT KECAMATAN GEROKGAK
KABUPATEN BULELENG**

Ir. Anak Agung Gde Pushpha, M.Si

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

Yuvens Banggur, S.P

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

Abstrak

Provinsi Bali khususnya Singaraja memiliki pantai perairan yang sangat mendukung untuk mengembangkan usaha perikanan terutama tambak, salah satu usaha hasil tambak yang paling banyak terdapat di Singaraja saat ini adalah usaha budidaya bibit ikan kerapu macan. Desa Sanggalangit sangat berpotensi untuk mengembangkan bibit ikan kerapu macan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bauran Pemasaran Pada UD. Bali Sukses Mandiri Desa Sanggalangit Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng Propinsi Bali yang meliputi produk, harga, tempat, promosi dan untuk mengetahui apa saja kendala – kendala yang dihadapi UD. Bali Sukses Mandiri dalam menerapkan bauran pemasaran bibit ikan kerapu macan. Lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling* atau secara sengaja. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh staff pada UD. Bali Sukses Mandiri sebanyak 24 orang dengan jumlah responden dalam penelitian sebanyak 10 orang yang mampu memberikan informasi mengenai bibit ikan kerapu macan dan bauran pemasarannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan perbulan mencapai ± 80.000 ekor, maka dalam setiap tahun mencapai ± 960.000 ekor. Harga bibit ikan kerapu macan berkisar Rp. 7.500 per – ekor, serta didistribusikan secara langsung kekonsumen, promosi yang dilakukan adalah melalui bantuan balai karantina ikan dan pengendalian mutu, dinas perikanan dan kelautan dan pelanggan tetap maupun musiman. Kendala – kendala yang dihadapi oleh UD. Bali Sukses Mandiri adalah iklim atau cuaca yang berubah – ubah yang menyebabkan ikan banyak mengalami stress dan kematian, Naiknya tarif dasar listrik yang mengakibatkan pembengkakan pada biaya produksi, terbatasnya akses informasi pasar untuk menjangkau konsumen yang lebih besar dan luas, apabila pada musim hujan kualitas air laut akan menjadi keruh; petani ikan akan sulit untuk mengolahnya supaya berguna untuk perkembangbiakan bibit ikan kerapu macan, peranan pemerintah dalam hal modal, promosi sangat kurang dan promosi yang kurang maksimal yang sebagian besar masih mengandalkan informasi dari pelanggan.

Kata Kunci : Bibit Ikan Kerapu macan, UD. Bali Sukses Mandiri, pemasaran

Abstract

Bali Province especially Singaraja has a very supportive waters coast to develop fishery business especially tambaks, one of the most successful pond fish business in singaraja today is the cultivation of tiger grouper. Sanggalangit Village has the potential to develop tiger grouper. The purpose of this study is to know the Marketing Mix On UD. Bali SuksesMandiri ofSanggalangit Village, Gerokgak Sub-district, Buleleng Regency of Bali Province which includes product, price, place, promotion and to know what are the obstacles faced by UD. Bali SuksesMandiri in applying the marketing mix of tiger grouper fish. The location of the study was determined by using purposive sampling. The Population in this research is all the staff at UD. Bali SuksesMandiriconsists of 24 people with 10 people as respondents in this study, who are able to provide information about tiger grouper and its marketing mix.

The results showed that the product produced every month reached $\pm 80,000$ fish, so in a year, it reached $\pm 960,000$ fish. The price of each tiger grouper is about Rp 7.500, and distributed directly to consumers, the promotion is through the help of fish quarantine hall and quality control, fisheries and marine services and regular and seasonal customers. The obstacles faced by UD Bali SuksesMandiri are the climate or changing weather that make the fish get stress and death, increasing the basic electricity rates resulting in swelling of the production costs, limited access formarket information to reach larger and wider consumers, If in the rainy season the quality of the sea water will become turbid; Fish farmers will be difficult to cultivate to be useful for the breeding of tiger grouper fish, the role of government in terms of capital, less of the promotion and most of the promotion rely on information from customers.

Keywords: Tiger Grouper Fishing Seeds, UD. Bali SuksesMandiri, Marketing mix.

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak wilayah laut, pesisir, dan pulau-pulau kecil yang luas dan bermakna strategis sebagai pilar pembangunan ekonomi, kondisi tersebut menjadikan sektor kelautan sebagai sektor yang penting dalam pembangunan Nasional. Khusus untuk perikanan Indonesia sangat melimpah sehingga dapat diharapkan menjadi sektor unggulan perekonomian. Tingkat harga yang tinggi pada bibit ikan kerapu macan, banyak menarik minat pengusaha melakukan peluang investasi tersebut. Didalam Agribisnis perikanan, kegiatan pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang saling terkait satu sama lain. Semua kegiatan dalam perikanan tersebut, adalah proses menghasilkan produk. Kegiatan pemasaran sangatlah penting, tanpa kegiatan pemasaran maka semua produk yang dihasilkan tersebut adalah merupakan barang yang tidak bermanfaat; dengan demikian, kegiatan pemasaran sangat penting dalam semua kegiatan yang menghasilkan barang ataupun jasa.

Provinsi Bali khususnya Singaraja memiliki pantai perairan yang sangat mendukung untuk mengembangkan usaha perikanan terutama tambak, salah satu usaha hasil tambak yang paling banyak terdapat di singaraja saat ini adalah usaha budidaya bibit ikan kerapu macan. Bibit ikan kerapu macan ini memiliki daya tarik pasar yang menjajikan baik lokal maupun Internasional. Bibit Ikan kerapu macan merupakan ikan air laut yang belakangan ini di hargai cukup tinggi oleh perusahaan pembudidaya ikan untuk di konsumsi restoran-restoran besar di dalam maupun diluar negri. Bibit ikan kerapu biasa di ekspor ke beberapa negara seperti Singapura, Vietnam, Jepang, Malaysia, Hongkong, Kamboja dan masih banyak lagi. Hasil dari perikanan tersebut, khususnya bibit ikan kerapu macan dapat dikelompokkan ke dalam bahan mentah hidup untuk dipelihara lagi oleh pembeli dan dibesarkan supaya bisa dikonsumsi oleh konsumen dan dipasarkan ke restoran-restoran besar.

Namun ada beberapa pendapat atau pengamatan dari praktisi pemasaran produk perikanan dan kelautan, bahwa persepsi masyarakat terhadap produk perikanan dan kelautan antara lain ikan berbau amis, ikan banyak duri, ikan mahal, ikan rumit memasaknya, ikan hanya bisa atau paling enak digoreng. Karena kesan masyarakat terhadap produk perikanan masih demikian kompleknya, maka perlu di upayakan untuk merubah kesan tersebut dengan cara membuat suatu program bauran pemasaran, sehingga kendala pemasaran produk perikanan dan kelautan yang ada dapat diatasi. Pada UD. Bali Sukses Mandiri, yang terletak di Desa Sanggalangit, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, didukung oleh staff pemasaran yang sangat berpotensi dan terbuka luas dalam memasarkan produksi hasil perikanan bibit ikan kerapu tersebut, ke pasar domestik maupun Internasional.

Tingginya permintaan akan kebutuhan bibit ikan kerapu macan tersebut merupakan suatu tantangan untuk meningkatkan produksi bibit ikan kerapu macan tersebut bagi UD. Bali Sukses Mandiri, Desa Sanggalangit, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. Dalam pemeliharaannya UD. Bali Sukses Mandiri memproduksi bibit ikan kerapu macan \pm 80.000 ekor/ bulan dan memasarkan produknya ke pasar domestik dan Internasional dengan cara langsung. Pemasaran secara berkelompok dapat memberikan nilai tambah yang tinggi dan keuntungan bagi anggota kelompoknya seperti dilakukan melalui koperasi (Sedana dan Dasi, 2016)

Dalam pelaksanaannya ada beberapa kendala yang yang dihadapi seperti cuaca yang terjadi saat ini masih tidak menentu, terkadang panas adakalanya hujan lebat yang menyebabkan suhu tidak teratur

dan beberapa bibit ikan kerapu macan mengalami stres dan banyak terinfeksi virus, membuat panen ikan mengalami penurunan sedangkan permintaan konsumen meningkat pesat. Semakin berkurangnya panen bibit ikan kerapu macan maka semakin kecil pula proses pemasaran bibit ikan kerapu pada UD. Bali Sukses Mandiri, Desa Sanggalangit, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas agar volume penjualan terus meningkat maka UD. Bali Sukses Mandiri harus memiliki bauran pemasaran yang tepat yang dikenal dengan “4P” produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).

2. METODE

Penentuan responden kunci dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan yang ditentukan secara sengaja berdasarkan atas tugas dan tanggung jawab responden, dengan cara memilih orang-orang tertentu yang dianggap mampu memberikan keterangan sesuai dengan yang diperlukan dalam penelitian ini atas pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut, praktis, ketepatan dan untuk analisis data.

Responden kunci ini harus memiliki kriteria sebagai berikut, yaitu memiliki wawasan tentang strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) bibit ikan kerapu macan yang meliputi: produk, harga, promosi dan tempat pada UD. Bali Sukses Mandiri. Responden dalam penelitian ini adalah: (1) Direktur; (2) Accounting; (3) Sekretaris; (4) Staf operasional 2 orang; (5) Manager Produksi; (6) Manager Tehnis; (7) Manager Mutu; (8) Staff Mutu 2 orang. Jadi keseluruhan responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 10 orang yang mampu memberikan keterangan mulai dari proses produksi sampai kepada proses pemasaran.

Adapun sumber data yang digunakan antara lain, data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara survei yaitu diperoleh langsung dari pihak yang diperlukan datanya dengan cara mendatangi dan mewawancarai responden secara langsung dengan menggunakan sebuah pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan berupa: (1) produk yang meliputi: kualitas, proses pengemasan; (2) harga yang meliputi: penetapan harga jual, potongan harga; (3) tempat yang meliputi: saluran pemasaran, lokasi pemasaran. Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh langsung dari pihak yang diperlukan datanya, data sekunder didapatkan dari dokumen-dokumen. Dalam hal ini bersumber dari penelitian yang meliputi buku-buku bacaan yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Dalam penelitian ini data sekunder yang dikumpulkan yaitu: (1) jumlah karyawan; (2) buku sipmen bulanan; (3) data pembeli.

Dalam penelitian ini menggunakan Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, yaitu metode yang dipakai untuk menggambarkan secara tepat keadaan dari objek penelitian, tentang penerapan bauran pemasaran dengan menggunakan “4P” yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Serta kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan bauran pemasaran bibit ikan kerapu macan pada UD. Bali Sukses Mandiri, Desa Sanggalangit, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Buleleng adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Bali, Indonesia, dengan Ibukotanya Singaraja. Kabupaten Buleleng merupakan salah satu kabupaten yang terletak dibagian utara pulau Bali yang berbatasan dengan laut Jawa/ Bali. (Anonim, 2011). Kecamatan Gerokgak adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, Indonesia. Petani membudidayakan ikan jenis kerapu karena sangat mudah dipasarkan. Sebagian besar hasil budidaya ikan kerapu macan dikirim ke Hongkong, China, Malaysia, Vietnam, Kamboja, Singapura dan lain sebagainya. Karena minat warga untuk mengkonsumsi ikan kerapu cukup tinggi. Selain memenuhi pasar export, hasil budidaya ikan kerapu daerah gerokgak juga untuk memenuhi kebutuhan dalam Negeri. Desa Sanggalangit adalah Desa yang berada di Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, Indonesia. Desa Sanggalangit memiliki mayoritas utama adalah peternak dengan hasil utama berupa sapi dan babi, selain itu ada juga petani, pengrajin, PNS, dan bengkel. Letak geografis Desa Sanggalangit berada diposisi-posisi sebagai berikut: (1). Sebelah Utara :Laut Bali, (2). Sebelah Timur :Desa Gerokgak, (3). Sebelah Selatan :Gunung Polaki, (4). Sebelah Barat : Desa Musi.

UD. Bali Sukses Mandiri bisa menghasilkan/ panen bibit ikan kerapu macan dengan jumlah \pm 80.000 ekor perbulan, Dari segi permintaan pasar, sebagian besar para konsumen membeli bibit ikan keapu dengan ukuran 7 – 10 cm karena pada ukuran tersebut bibit ikan kerapu macan sangat mudah untuk dibesarkan dan dibudidayakan, proses pemeliharaanyapun tidak memerlukan biaya yang cukup besar. Harga yang ditetapkan UD. Bali Sukses Mandiri biasanya dijual dengan per – ekor bibit ikan kerapu macan. Penetapan harga dari suatu perusahaan tentu memikirkan biaya yang telah dikeluarkan selama ini untuk biaya produksi maupun bahan baku. Harga bibit ikan kerapu macan pada UD. Bali Sukses Mandiri rata – rata berkisar Rp 7.500,- per – ekor dan perusahaan tersebut dapat memberikan potongan harga bagi konsumen jika pembelian produk tersebut mencapai target penjualan yang ditentukan oleh perusahaan. Potongan harga tersebut diberikan sesuai dengan kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli.

Terkait dengan potongan harga yang diberikan kepada konsumen (perusahaan atau pabrik) yang melakukan pembelian produk bibit ikan kerapu jika dalam sekali pembelian mencapai lebih dari 80.000 ekor, maka UD. Bali Sukses Mandiri memberikan harga menjadi Rp 6.900,- per ekor. Potongan harga tersebut didaptkan keuntungan sebesar 15% saja dari harga pembelian, kepada konsumen domestik UD. Bali Sukses Mandiri tidak memberikan potongan harga karena pembelian produk selalu dibawah rata – rata. Penetapan harga jual bibit ikan kerapu macan di UD. Bali Sukses Mandiri dengan menambahkan laba sebesar 20%. Metode yang digunakan dalam penentuan harga jual produk yang dihasilkan adalah biaya total + dengan harga jual. Adapun biaya total yang diinginkan adalah biaya operasional dan biaya tenaga kerja. Berikut metode dalam menentukan harga jual.

Rumus Harga Bibit Ikan Kerapu Macan Export

Harga produk = Rp 6.000.

Harga Jual = Rp 7.500.

Laba = Rp 7.500 X 20% = Rp 1.500.

Harga Jual = Biaya + Laba.

Harga jual = 6.000 + 1.500.

Harga Jual = Rp 7.500.

Harga jual bibit ikan kerapu macan export per – ekor adalah Rp 7.500,-

Rumus Harga Bibit Ikan Kerapu Macan Domestik.

Harga beli = Rp 6.000,-

Harga Jual Domestik = harga beli X 15 %.

= Rp 6.000 X 15%

= Rp 6.900,-

Jadi harga jual bibit ikan kerapu macan domestik per – ekor adalah Rp 6.900,-

Promosi merupakan aktifitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli yang meliputi: iklan dan promosi penjualan. Promosi yang dilakukan oleh UD. Bali Sukses Mandiri adalah melalui: (1). Balai Karantina Ikan dan Pengendalian Mutu. Dengan cara menerapkan jaminan mutu produk melalui Cara Karantina Ikan yang Baik agar diakui oleh dunia internasional sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan bebas dari hama dan penyakit yang kemudian dipercaya oleh dunia, (2). Dinas Perikanan dan Kelautan. Terjadi uji coba langsung yang melibatkan para pengusaha dalam mensosialisasikan keunggulan dan kandungan gizi pada ikan kerapu macan, melalui Dinas Perikanan dan Kelautan. Cara ini dilakukan agar membantu dalam proses pemasaran dan penjualan secara cepat, (3). Melalui pelanggan baik tetap maupun musiman yang kemudian membantu pemasarannya.

Dalam menerapkan bauran pemasaran bibit ikan kerapu macan yang dilakukan oleh UD. Bali Sukses Mandiri belum sepenuhnya berjalan dengan lancar, karena didalamnya terdapat kendala – kendala yang sering dihadapi oleh kelompok tani. Adapun kendala – kendala yang sering dihadapi dalam penerapan bauran pemasaran pada UD. Bali Sukses Mandiri Desa Sanggalangit, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali adalah sebagai berikut: (1). Iklim/ cuaca yang sering berubah yang bisa menyebabkan ikan menjadi stress dan banyak menyebabkan kematian, (2). Naik nya tarif dasar listrik yang menyebabkan biaya produksi membengkak, (3). Terbatasnya akses informasi pasar untuk menjangkau konsumen yang lebih besar dan luas, (4). Apabila pada musim hujan kualitas air laut akan menjadi keruh; petani ikan akan sulit untuk mengolahnya supaya berguna untuk perkembangbiakan bibit ikan kerapu macan (5). Peranan pemerintah dalam hal modal, promosi sangat kurang, (6). Promosi yang kurang maksimal yang sebagian besar masih mengandalkan informasi dari pelanggan.

Cara mengatasi/ solusi dari kendala – kendala tersebut adalah sebagai berikut: (1). Menutup tambak dengan mengelilingi tembok dengan rapat diseluruh tempat budidaya bibit ikan kerapu macan supaya jika hujan atau panas ikan tidak mengalami stres tetapi masih ada ventilasi dinding – dinding tembok supaya tetap ada sirkulasi udara, (2). Mengurangi jumlah pemakaian listrik yang tidak berguna, (3). Bekerjasama dengan instansi – instansi pemerintah supaya mendapatkan informasi pasar untuk menjangkau konsumen yang lebih besar dan luas, (4). Membuat saluran filterisasi untuk menyaring air

tetap bersih dan higienis dan Membuat tandon air supaya jika musim hujan air yang mengalami kekeruhan dapat digunakan untuk perkembangbiakan bibit ikan ikan kerapu macan

4. PENUTUP.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dibuat pada bab sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: (1). Bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh UD. Bali Sukses Mandiri yang terdiri dari produk, tempat, harga dan promosi dengan produk berupa bibit ikan kerapu macan; pada prinsipnya berjalan dengan baik dimana harga bibit dijual dengan harga 7.500/ekor, tempat/ saluran distribusi dilakukan dengan cara langsung ke konsumen dan promosi yang dilakukan yaitu melalui Balai Karantina Ikan Pengendalian Mutu, Dinas Perikanan dan Kelautan, serta melalui pelanggan tetap maupun musiman, (2). Kendala – kendala yang dihadapi UD. Bali Sukses Mandiri adalah Iklim/ cuaca yang sering berubah yang bisa menyebabkan ikan menjadi stress dan banyak menyebabkan kematian, naiknya tarif dasar listrik yang menyebabkan biaya produksi membengkak, terbatasnya akses informasi pasar untuk menjangkau konsumen yang lebih besar dan luas, apabila pada musim hujan kualitas air laut akan menjadi keruh; petani ikan akan sulit untuk mengolahnya supaya berguna untuk perkembangbiakan bibit ikan kerapu macan, peranan pemerintah dalam hal modal, promosi sangat kurang, promosi yang sangat kurang maksimal yang sebagian besar masih mengandalkan informasi dari pelanggan tetap maupun musiman.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Pemasaran bibit ikan kerapu macan pada UD. Bali Sukses Mandiri Desa Sanggalangit, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng dapat dikemukakan saran sebagai berikut: (1). UD. Bali Sukses Mandiri Sebaiknya Mempersiapkan tenaga produksi dengan memberikan pelatihan – pelatihan khusus dalam memelihara bibit ikan kerapu supaya berkualitas bagus dan sehat, (2). UD. Bali Sukses Mandiri perlu memberikan harga kusus dengan pertimbangan bahwa konsumen menjadi pelanggan setia (3). UD. Bali Sukses Mandiri perlu memperluas tempat – tempat pemasaran bibit ikan kerapu macan di wilayah domestik maupun internasional. Supaya konsumen mengetahui keberadaan produk tersebut dengan cara memberikan informasi dan akses pasar, (4). Pemerintah Kabupaten Buleleng hendaknya lebih meningkatkan partisipasinya dalam meningkatkan produksibibit ikan kerapu macan terutama dalam hal kualitas, modal, serta promosi pemasarannya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Djaslim Saladin. 2003. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Kotler dan Philip.1993. *Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jakarta : PT Prehallindi.
- Kuntjojo. 2009. *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri
- Riduwan dan akdon, 2008. *Rumus dan data dalam analisis statistika*. Bandung: Alfabeta

- Sedana, G. and N. Dasi Astawa. 2016. *Panca Datu Partnership in Support of Inclusive Business for Coffee Development: The Case of Ngada District, Province of Nusa Tenggara Timur, Indonesia*. *Asian Journal of Agriculture and Development*, 2016, vol. 13, issue 2, 75-88.
- Setyiosari, Punaji. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Malang: Kencana Prenada Media Group.
- Anonim. 2014. *Subdit .Informasi. Usaha. Dan. Promosi. Direktorat. Usaha. Budidaya. Direktorat. Jenderal. Perikanan Budidaya*.
- Vinsensius. 2013. *Budidaya Kerapu dan Bandeng*. Buleleng: Dokumen Upaya Pengelolaan Lingkungan dan Upaya Pemantauan Lingkungan.