

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sebagian besar luas wilayahnya merupakan perairan. Dan juga didukung dari aspek geografis negara Indonesia yang sangat strategis, dimana Indonesia diapit oleh dua benua dan dua samudra yaitu benua Australia dan benua Asia serta Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Ini sangat menguntungkan bagi masyarakat Indonesia terutama dalam sumberdaya alam bahari yang kaya akan berbagai jenis ikan dan tumbuhan laut serta terumbu karang yang menghiasinya (Anonymous, 2003).

Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia memiliki multi potensi baik ekonomi kelautan maupun potensi ekonomi kultural, jika di manfaatkan secara optimal dan dikelola secara profesional maka tidak menutup kemungkinan Indonesia bisa berdikari dan mengurangi ketergantungan kepada asing.

Ekosistem di perairan laut Indonesia tercatat sangat bervariasi, khusus ekosistem pesisir. Ekosistem-ekosistem ini menopang kehidupan sekianbanyak spesies, diantaranya juga menjadi rumah bagi sebagian besar terumbu karang yang luar biasa, yang ada di Asia. Terumbu karang di Indonesia ditemui sangat berlimpah di wilayah kepulauan bagian timur (meliputi Bali, Flores, Banda, dan Sulawesi namun juga terdapat di perairan Sumatera dan Jawa). Indonesia menopang tipe terumbu karang yang bervariasi, dan terumbu karang yang biasa

dijumpai sepanjang pesisir Sulawesi, Maluku Barat, dan Madura, adalah jenis terumbu karang tipe tepi dan penghalang (Arif Satria, 2009 : 143).

Dilihat dari penjabaran diatas dengan banyaknya terumbu karang yang ada di Indonesia khususnya di pulau Jawa pastinya banyak juga jenis-jenis ikan yang ada diperairan ini. Utamanya di perairan Madura yang juga termasuk daerah penghasil ikan yang cukup besar dari itu pastinya banyak juga pelaku usaha yang memanfaatkan potensi potensi dari hasil laut. Tidak luput pula seperti ukm yang saya tempati magang dan melakukan obserfasi yaitu UKM Poklahsar Bang Napeng yang juga ikut andil dalam memanfaatkan hasil laut.

Ikan merupakan salah satu hasil perikanan yang besar, dan banyak dihasilkan di Negara-Negara lain beserta juga di Indonesia. Dan ikan merupakan sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat. Ikan mudah didapat dengan harga yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Kandungan protein yang tinggi pada ikan dan kadar lemak yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Namun banyaknya manfaat yang ada pada ikan bertolak belakang dengan kondisi sumber daya laut saat ini, bayangkan saja, 48% stok ikan dunia sudah dieksploitasi penuh. 16% sudah mengalami gejala tangkap lebih (*overfishing*), dan 9% rusak. Artinya, 69% perikanan dunia dalam kondisi “lampu kuning”. Belum lagi, FAO menyebutkan angka 30% praktik penangkapan bersifat merusak (Arif Satria 2009 : 35).

Perairan di Madura yang memiliki potensi penghasil ikan dalam jumlah yang melimpah. Akan tetapi semakin banyak ikan yang di hasilkan akan berakibat pada ketidak efisienan dalam memasarkan ataupun penjualan. Dan pasti akan

mengalami penampungan ikan yang terlalu lama tidak dipungkiri akan terjadinya pembusukan jika tidak di tanggulangi dengan cara pengawetan atau sebagainya. Karana ikan merupakan bahan makanan yang cepat mengalami proses pembusukan dikarenakan kadar air yang tinggi. Kadar air yang tinggi adalah kondisi yang memberikan kesempatan bagi perkembangbiakan bakteri secara cepat. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki ikan dirasakan menghambat usaha pemasaran hasil perikanan dan tidak jarang menimbulkan kerugian besar, dari itu dibutuhkan strategi pemasaran yang signifikan dalam usaha perikanan.

Seperti diketahui bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang amat penting dalam operasional suatu bisnis. Tidak peduli apakah bisnis anda bergerak dalam sektor industri kecil, tingkat menengah, apalagi industri besar. Atau anda bergerak dalam bidang perdagangan besar, perdagangan eceran, pertokoan, atau mungkin pula anda bergerak dalam bidang penjualan jasa, transportasi, penginapan, biro perjalanan, kegiatan rekreasi, dan sebagainya, pemasaran menempati posisi utama (Dr. Buchari alma 2003 : 139)

Di madura khususnya di kabupaten sumenep banyak pelaku usaha di bidang pengolahan ataupun penjualan ikan karena di kabupaten sumenep memiliki wilayah perairan laut yang cukup luas dan juga penghasil ikan yang cukup besar. Salahsatunya UKM Poklahsar Bang Napeng yang ada di Desa Lobuk, Kecamatan Bluto, Kabupaten Sumenep, yang menjadi pelaku usaha yang memanfaatkan hasil laut khususnya pada ikan. Di UKM Poklahsar Bang Napeng ini melakukan jual beli ikan basah dan ikan kering yang langsung di salurkan kepada pelanggan.

Menghadapi persaingan di dalam mendapatkan pelanggan, UKM Poklahsar Bang Napeng di Kabupaten Sumenep menyadari tidaklah mudah tanpa ada sebuah tindakan nyata berupa bekerja keras dengan menggunakan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan, strategi merupakan kunci penting terhadap keberhasilan sebuah perusahaan dalam meraih pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut maka solusi atas kemungkinan permasalahan mengenai judul Tugas Akhir “Strategi Market Plan Dalam Pengembangan Usaha di UKM Poklahsar Bang Napeng”.

1.2 Permasalahan

Permasalahan belum menerapkan *Marketing Plan* dan Pemasaran yang baik:

- a. Bagaimana strategi *Marketing Plan* dalam pengembangan usaha di UKM Poklahsar Bang Napeng.
- b. Bagaimana menerapkan strategi *Marketing Plan* pada usaha di UKM Poklahsar Bang Napeng.

1.3 Tujuan

Tujuan yang diharapkan pada pelaksanaan study lapangan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui analisa marketing plan dalam pengembangan usaha di UMKM Poklahsar Bang Napeng.

2. Untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan dan cara menerapkan marketing plan pada usaha di UMKM Poklahsar Bang Napeng.

1.4 Manfaat

a. Manfaat Bagi Akademis

- Sebagai bahan study banding untuk penelitian selanjutnya
- Dapat digunakan sebagai dasar pengukuran kemampuan mahasiswa dalam dunia usaha, Praktis, dan Akademisi

b. Manfaat Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu informasi kepada perusahaan agar bisa memperhatikan faktor apa saja yang dapat menunjang kemajuan dan perkembangan perusahaan serta dapat meningkatkan perekonomian dilingkungan sekitar

c. Manfaat bagi Penulis

Dengan mengadakan penelitian langsung keperusahaan maka penulis berharap memperoleh :

- Pengalaman sebagai media berlatih untuk mengembangkan kemampuan/ wawasan dan disiplin ilmu dalam bidang pemasaran dan memberikan kesempatan untuk mengaktualisasikan diri dalam berperilaku profesional dalam lingkungan kerja.
- Sebagai bahan banding antara teori yang ada di buku dengan yang ada dilapangan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini di wilayah kabupaten Sumenep, Kecamatan Bluto, Desa Lobuk, yaitu pada UKM Poklahsar Bang Napeng untuk melihat penerapan strategi Marketing Plan untuk meningkatkan usaha jual beli ikan segar dan kering.