

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. 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 kesalah pahaman.
- 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 bak untuk 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
  - (a) Tidak adanya transportasi umum adalah salah satu factor 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 taxi.
  - (b) 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

(a) 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.

(b) Area parkir yang luas dan bangunan pelelangan yang besar Salah satu faktor pendukung di Depo Pemasaran Ikan. Aera parkir yang luas digunakan untuk para konsumen dapat memarkirkan kendaraannya tanpa ada perasaan khawatir tidak mendapatkan parkir.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan rekomendasi/saran yang berkaitan dengan Kepemimpinan dan Optimalisasi Depo Pemasaran Ikan Guna Menjalankan Usaha Perikanan sebagai berikut:

1. Perlunya komunikasi, pengawasan, pengarahan, dan pengambilan keputusan lebih optimal, dikarenakan semua itu akan menjadi faktor untuk menoptimalkan depo pemasaran ikan.

2. Perlunya transportasi umum untuk menjangkau Depo Pemasaran Ikan, dikarekan membuat akses masyarakat ke Depo Pemasaran Ikan lebih efisien.
3. Perlunya penyuluhan kepada para Sumber Daya Manusia di Depo Pemasaran ikan agar dapat menjaga kehygienisan Ikan Di Depo Pemasaran Ikan.
4. Perlunya promosi pada Depo Pemasaran Ikan, agar para masyarakat lebih tertarik untuk membeli ikan di Depo Pemasaran Ikan.

