

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki perairan tawar yang sangat luas dan berpotensi besar untuk usaha budidaya berbagai jenis ikan air tawar. Sumber daya perairan Indonesia meliputi perairan umum (sungai, waduk, dan rawa), sawah (mina padi), dan kolam dengan total luas lahan 605.990 hektar. Perairan umum seluas 141.690 hektar, sawah (mina padi) seluas 88.500 hektar, dan perairan kolam seluas 375.800 hektar.

Kebutuhan ikan bagi masyarakat semakin penting, maka sangat wajar jika usaha perikanan air tawar harus dipacu untuk dikembangkan. Usaha tani dibidang perikanan air tawar memiliki prospek yang sangat baik karena sampai sekarang ikan konsumsi, baik berupa ikan segar maupun bentuk olahan, masih belum mencukupi kebutuhan konsumen. (Primyastanto, 2006)

Menurut Primyastanto (2005) dengan berlakunya otonomi daerah, dimana daerah diberikan wewenang yang luas, nyata, dan bertanggung jawab untuk mengatur dan memanfaatkan sumberdaya yang ada di daerah sendiri. Maka daerahpun dituntut untuk mempersiapkan diri dengan sumberdaya dan potensi yang ada didaerahnya. Sektor perikanan merupakan sektor yang mempunyai peluang yang cukup bagus untuk dikembangkan yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan daerah dan juga masyarakat.

Salah satu bidang dalam perikanan yang dapat dikembangkan adalah usaha budidaya ikan hias. Ikan hias sekarang ini bisa dibilang merupakan kebutuhan yang banyak dibutuhkan olah banyak masyarakat, karena keindahan dari ikan hias yang dapat membuat orang yang mengalami gangguan pikiran bisa sembuh. (Primyastanto, 2005)

Menurut Atmadjaja (2008) cupang hias (*Betta sp.*) merupakan ikan asli Asia Tenggara yang kini menjadi salah satu andalan ekspor Indonesia. Jenis ikan hias ini sering dijadikan ikan kontes diberbagai pameran maupun kontes ikan hias. Ikan cupang memiliki warna yang menarik, sisik ikan yang cemerlang, sirip yang indah, serta bentuk tubuh yang porposional dan menawan. Cupang hias tergolong ikan yang agresif, senang memamerkan ekor, sirip, dan keberaniannya.

Popularitas cupang hias sesungguhnya tidak pernah surut meskipun jenis-jenis ikan lain bermunculann. Klub-klub dan kelompok pecinta cupang hias bak jamur pada musim hujan. Seiring dengan semakin banyaknya pecinta cupang hias, kontes cupang pun semakin kerap diselenggarakan. Diantaranya Jakarta, tidak kurang dari 4 kelompok pecinta cupang hias selalu tampil silih berganti menjuarai ajang kontes, baik ditingkat lokal, nasional, maupun mancanegara. Cupang hias tidak pernah luput menghiasi majalah-majalah flora dan fauna dalam setiap penerbitannya.

Saat ini harga ikan cupang bervariasi, mulai dari Rp 5.000,00 per ekor hingga jutaan rupiah, tergantung pada kualitas, warna, jenis, dan ukurannya. Harga ini relative terjangkau untuk segala kalangan dan memungkinkan dimiliki, baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Popularitas cupang pun ditopang oleh kemudahan pemeliharaan dan pembudidayaannya. Para penghobis cupang hias sering mengawinsilangkan cupang agar dapat menghasilkan keturunan yang lebih baik untuk diikuti dalam kontes dan sebagai penghasilan tambahan.

Menurut Kasmir (2012), pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi

tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.

Menurut Rangkuti (2006) analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (strategic planner) harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisa situasi dan model yang populer untuk analisa situasi adalah analisa SWOT.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini bermaksud untuk mengetahui:

1. Bagaimana menentukan faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi strategi dan menentukan perencanaan strategi pemasaran yang tepat bagi usaha budidaya ikan cupang.
2. Bagaimana solusi dan alternatif yang bisa digunakan untuk strategi pemasaran.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui keadaan umum usaha.
2. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi perusahaan untuk perencanaan strategi pemasaran yang tepat bagi pengusaha ikan cupang.

1.4 Kegunaan Penelitian Tujuan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan suatu informasi kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi akademis dan peneliti, sebagai sumbangan pengembangan ilmu pengetahuan khusus mengenai ikan cupang hias.
2. Pemerintah. Sebagai salah satu bahan pertimbangan untuk menyusun kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan usaha kecil menengah.
3. Masyarakat pengusaha ikan cupang hias, sebagai pertimbangan dalam pengembangan usaha pemasaran ikan hias.