ANALISIS KEBERDAYAAN POKDAKAN "IKAN HIAS" DALAM MENJALANKAN FUNGSI PEMASARAN
(Studi Kasus di Desa Punjul, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur)

ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh :
NIKO SETYA WIDADA
NIM. 125080400111094

FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016

ANALISIS KEBERDAYAAN POKDAKAN "IKAN HIAS" DALAM MENJALANKAN FUNGSI PEMASARAN
(Studi Kasus di Desa Punjul, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur)

ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan di
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Oleh :
NIKO SETYA WIDADA
NIM. 125080400111094

FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

ARTIKEL SKRIPSI

ANALISIS KEBERDAYAAN POKDAKAN "IKAN HIAS" DALAM MENJALANKAN FUNGSI PEMASARAN

(Studi Kasus di Desa Punjul, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur)

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan di
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Oleh :
NIKO SETYA WIDADA
NIM. 125080400111094

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

(Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP)
NIP. 19660604 199002 2 001
Tanggal:
12 AUG 2016

Dosen Pembimbing II

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal:
12 AUG 2016

Mengetahui,
Ketua Jurusan

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal: 12 AUG 2016

ANALISIS KEBERDAYAAN POKDAKAN "IKAN HIAS" DALAM MENJALANKAN FUNGSI PEMASARAN
(Studi Kasus di Desa Punjul, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur)

(Niko Setya Widada[1], Harsuko Riniwati[2] dan Nuddin Harahab[3])

[1)] *Mahasiswa SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya, Malang*
[2)] *Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya, Malang*
[3)] *Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya, Malang*

ABSTRAK

Tujuan dari berdirinya suatu kelompok adalah untuk menyejahterakan anggota kelompok tersebut. POKDAKAN "Ikan Hias" adalah kelompok yang terdiri dari beberapa pembudidaya ikan hias di Desa Punjul. Fenomena yang beredar di masyarakat tentang sulitnya memasarkan ikan hias tidak terjadi pada kelompok ini. Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi terkait dengan keberdayaan POKDAKAN "Ikan Hias" dari tingkat kesejahteraan, akses, partisipasi dan pengambilan keputusan terhadap sumberdaya dan fungsi pemasaran, serta kesadaran kritis akan masalah yang dihadapi. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data adalah data kualitatif, sedangkan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan cara observasi, wawancara dan studi pustaka. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*. Dalam penelitian ini diperoleh 13 orang informan. Analisa data menggunakan teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, pengambilan kesimpulan dan verifikasi data. Hasil dari penelitian ini menjelaskan tentang tingkat kesejahteraan POKDAKAN "Ikan Hias" berdasarkan ketentuan BKKBN, dapat diketahui bahwa POKDAKAN "Ikan Hias" berada pada tingkat Keluarga Sejahtera II. Tingkat keberdayaan POKDAKAN "Ikan Hias" ditinjau dari bentuk akses, partisipasi dan pengambilan keputusan terhadap sumberdaya dan fungsi pemasaran didominasi oleh pihak pengelola, sedangkan keberdayaan pihak anggota dinilai rendah. Dari tingkat kesadaran kritis, POKDAKAN "Ikan Hias" mampu mengatasi permasalahan yang timbul serta menciptakan inovasi terbaru dalam kegiatan budidaya ikan hias.

Kata kunci : Kelompok pembudidaya, ikan hias, strategi pemasaran, keberdayaan

THE ANALYSIS OF EMPOWERMENT POKDAKAN "IKAN HIAS" IN MARKETING FUNCTION
(Study in Punjul, Plosoklaten, Kediri, East Java)

(Niko Setya Widada[1], Harsuko Riniwati[2] dan Nuddin Harahab[3])

[1)] *Student of SEPK, FPIK, Brawijaya University, Malang*
[2)] *Lecture of SEPK, FPIK, Brawijaya University, Malang*
[3)] *Lecture of SEPK, FPIK, Brawijaya University, Malang*

ABSTRACT

The goal of establishing a group is to make the members of the group prosperous. POKDAKAN "Ikan Hias" is a group that consists of fish farmers in Punjul village. Phenomenon that occurred in this society about difficulties to marketing the ornamental fish is not happened in this group. The goal of this research is to get the information of the empowerment method of POKDAKAN "Ikan Hias" from prosperity class, access, participation, control about resource and function of marketing also critical awareness about problem that occurred. This research is qualitative descriptive. The type of data is qualitative, whereas the sources of the data are primary and secondary. The method of collecting is observations, interviews, and literary approaches. Sampling method is using snowball samplin, obtained numbers of informants are thirteen people. Data analyzing method is using data collection, data reduction, data display, taking conclusion and verification. The result of research is explain about the empowerment class of POKDAKAN "Ikan Hias" according to BKKBN parameter, it shows that POKDAKAN "Ikan Hias" categorized in Keluarga Sejahtera II class. The class of POKDAKAN "Ikan Hias" empowerment review from access, participation, control about resource and functions of marketing dominated by manager, whereas the power of the members is less considered. From critical awareness, POKDAKAN "Ikan Hias" is capable of overcoming the problems that occures creating latest innovation in cultivating ornamental fish activity.

Keyword : group farmers, ornamental fish, marketing strategy, empowerment

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang ingin tetap dapat melangsungkan hidupnya untuk berkembang dan memperoleh keuntungan dalam waktu yang panjang, maka pemasaran menjadi salah satu kegiatan yang tidak boleh diabaikan. Menurut Shinta (2011), pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Fungsi pemasaran adalah aktivitas yang dijalankan pada bisnis yang terlibat di dalam menggerakkan barang atau jasa dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Menurut Sudiyono (2002), fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran bermacam–macam, pada prinsipnya terdapat tiga fungsi pemasaran, yaitu: fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi penyedia fasilitas. Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian. Fungsi fisik meliputi pengangkutan dan penyimpanan. Sedangkan fungsi penyedia fasilitas ini meliputi standarisasi, penanggungan resiko, informasi harga dan penyedia dana.

Menurut Paul *et. al. dalam* Riniwati (2011), *empowerment* adalah proses berlakunya kewenangan dan tanggung jawab individu pada level yang lebih rendah dalam hirarki organisasi. Artinya pemberdayaan dilakukan antara atasan terhadap bawahan termasuk dalam hirarki level manajemen misalnya antara *top manager* dengan *middle manager* dan *lower manager*.

Menurut Riniwati (2011), konsep pemberdayaan seringkali digunakan dalam konteks kemampuan meningkatkan ekonomi individu yang merupakan level dasar dari hubungan secara hierarkhi lima variabel pemberdayaan. Variabel pemberdayaan tersebut secara berturut–turut mulai dari dasar adalah kesejahteraan, akses, partisipasi, penyadaran (kesadaran kritis akan permasalahan yang dihadapi) dan pengambilan keputusan.

Kelompok Pembudidaya Ikan (POKDAKAN) "Ikan Hias" merupakan sebuah kelompok pembudidaya ikan hias yang berdiri pada tanggal 7 Juli 2013. Kelompok ini berpusat di Desa Punjul 001/001, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Kelompok ini beranggotakan dari beberapa pembudidaya ikan hias yang ada di Desa Punjul. Pada kegiatan pemasaran, POKDAKAN "Ikan Hias" dapat menjalankan fungsi–fungsi pemasaran dengan baik, hal ini terbukti karena POKDAKAN mampu memasarkan ikan hias secara luas kepada konsumen.

Fenomena yang beredar di masyarakat tentang sulitnya memasarkan ikan hias yang dialami oleh beberapa pembudidaya, tidak terjadi pada pembudidaya ikan hias di Desa Punjul, karena dengan terbentuknya POKDAKAN "Ikan Hias" ini para pembudidaya merasa sangat terbantu pada kegiatan budidaya terutama pada kegiatan pemasaran.

Tulisan ini bertujuan untuk menggali informasi terkait dengan keberdayaan POKDAKAN "Ikan Hias" dari tingkat kesejahteraan, akses, partisipasidan pengambilan keputusan terhadap

sumberdayadan fungsi-fungsi pemasaran serta kesadaran kritis akan masalah yang dihadapi.

METODE PENELITIAN

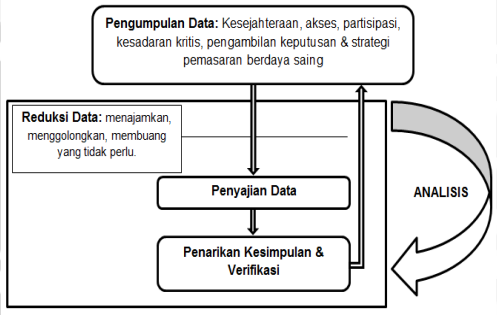
Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2016 di POKDAKAN "Ikan Hias" yang berada di Desa Punjul, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jenis data adalah data kualitatif, sedangkan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan cara observasi, wawancara dan studi pustaka.

Dalam penelitian ini tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat yang lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sedangkan untuk sampel pada penelitian kualitatif, sampel bukan dinamakan responden tetapi narasumber atau partisipan.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* sendiri merupakan teknik pengambilan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dua orang dianggap belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang berikan oleh dua orang sebelumnya sehingga jumlah sampel akan semakin banyak.

Analisa data menggunakan teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, pengambilan kesimpulan dan verifikasi data. Dalam penelitian ini analisis deskriptif kualitatif dapat dilihat pada gambar.



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kesejahteraan POKDAKAN "Ikan Hias"

Untuk mengetahui tingkat kesejahteraan POKDAKAN "Ikan Hias", maka peneliti menentukan indikator diantaranya adalah penampilan, rumah, kendaraan, konsumsi, sumber pendapatan, tabungan, hutang, tingkat pendidikan, kesehatan, arisan, rekreasi dan ibadah. Berdasarkan kegiatan lapang berupa observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

No.	Nama	Keterangan
1.	Bejo Suryadi	Keluarga Sejahtera III
2.	Ahmadi	Keluarga Sejahtera II
3.	Harsigit	Keluarga Sejahtera II
4.	Handono	Keluarga Sejahtera II
5.	Maryanto	Keluarga Sejahtera II
6.	Arifin Rabowo	Keluarga Sejahtera III
7.	Hisbah	Keluarga Sejahtera II
8.	Rekso Hadi P.	Keluarga Sejahtera II
9.	Moh. Baidhowi	Keluarga Sejahtera III
10.	Eko Wahyudi	Keluarga Sejahtera II
11.	Suto	Keluarga Sejahtera II
12.	Kabul	Keluarga Sejahtera I
13.	Doel	Keluarga Sejahtera I

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas anggota POKDAKAN "Ikan Hias" tergolong ke dalam Keluarga Sejahtera II, hanya sebagian

yang tergolong Keluarga Sejahtera III. Keluarga sejahtera II adalah kategori diatas keluarga pra sejahtera dan keluarga sejahtera I. Diatas keluarga sejahtera II masih ada kategori keluarga yang lebih sejahtera lagi, yaitu keluarga sejahtera III dan III plus. Posisi keluarga sejahtera II yang dimiliki oleh anggota POKDAKAN "Ikan Hias" termasuk kategori menengah. Kelompok ini mampu menyejahterakan anggota dengan menyediakan modal awal untuk budidaya berupa benih dan pakan, menyediakan fasilitas (sarana dan prasarana) untuk kegiatan budidaya dan membantu memasarkan ikan hias kepada konsumen.

2. Akses, Partisipasi dan Pengambilan Keputusan POKDAKAN "Ikan Hias"

Untuk mengetahui keberdayaan POKDAKAN "Ikan Hias" dari variabel akses, partisipasi dan pengambilan keputusan, maka ditinjau dari dua aspek, yaitu terhadap sumberdaya dan terhadap fungsi pemasaran.

Sumberdaya adalah suatu nilai potensi yang dimiliki oleh suatu materi atau unsur tertentu dalam kehidupan. Dalam penelitian ini ada tiga sumberdaya yaitu sumberdaya alam, manusia dan buatan. Sumberdaya alam berupa tanah, air dan ikan hias. Sumberdaya manusia berupa AD/ ART, tenaga kerja dan gaji/ pendapatan. Sumberdaya buatan berupa modal, peralatan, pelatihan, teknologi dan peluang pasar.

Fungsi pemasaran adalah aktivitas yang dijalankan pada bisnis yang terlibat dalam menggerakkan barang atau jasa dari produsen hingga sampai ke tangan para konsumen(Sudiyono, 2002).

Menurut Firdaus (2009), terdapat tiga fungsi pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi Pertukaran, dimana terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan.
2. Fungsi Fisis, yaitu meliputi : fungsi pengangkutan, fungsi penyimpanan dan fungsi pemrosesan.
3. Fungsi Penyediaan Sarana, meliputi informasi pasar, penanggunan risiko, pengumpulan, komunikasi, standardisasi, penyortiran dan pembiayaan.

Dalam penelitan ini untuk mengetahui tingkat keberdayaan POKDAKAN "Ikan Hias" maka peneliti menentukan beberapa indikator berdasarkan uraian diatas, indikator tersebut diantaranya adalah: pada fungsi pertukaran yaitu penjualan, pada fungsi fisis yaitu pengangkutan dan penyimpanan dan pada fungsi penyedia fasilitas yaitu informasi pasar, penanggungan resiko, standarisasi/ grading dan pembiayaan. Hasil penelitian ini mengenai keberdayaan POKDAKAN "Ikan Hias" dari variabel akses, partisipasi dan pengambilan keputusan terhadap sumberdaya dan terhadap fungsi pemasaran sebagai berikut:

Akses

- Terhadap Sumberdaya

Sumberdaya		Pengelola	Anggota
		Akses	Akses
Alam	Tanah	Tinggi	Tinggi
	Air	Tinggi	Tinggi
	Ikan hias	Tinggi	Tinggi
Manusia	AD/ ART	Tinggi	Tinggi
	Tenaga Kerja	Tinggi	Tinggi
	Gaji/ Pendapatan	Tinggi	Tinggi
Buatan	Modal	Tinggi	Tinggi
	Peralatan	Tinggi	Tinggi
	Pelatihan	Tinggi	Tinggi
	Teknologi	Tinggi	Tinggi
	Peluang pasar	Tinggi	Rendah

- Terhadap Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran		Pengelola	Anggota
		Akses	Akses
Perukaran Fisik	Penjualan	Tinggi	Rendah
	Pengangkutan	Tinggi	Tinggi
	Penyimpanan	Tinggi	Tinggi
Penyeia Fasilitas	Informasi pasar	Tinggi	Rendah
	Penanggungan resiko	Tinggi	Tinggi
	Standarisasi & Grading	Tinggi	Tinggi
	Pembiayaan	Tinggi	Rendah

Dari dua tabel mengenai akses diatas, dapat disimpulkan bahwa keberdayaan antara pengelola dan anggota dilihat dari aksesnya terhadap sumberdaya dan fungsi pemasaran lebih didominasi oleh pengelola, terutama mengenai akses terhadap pasar. Ujung dari suatu bisnis adalah pemasaran, jika tidak ada akses terhadap pasar maka tidak akan bisa bagi perusahaan untuk memasarkan produk/ jasanya. Dengan demikian adanya POKDAKAN "Ikan Hias" sangat membantu para pembudidaya ikan hias dari yang semula tidak berdaya dalam memasarkan ikan hias menjadi lebih berdaya.

Partisipasi

- Terhadap Sumberdaya

Sumberdaya		Pengelola	Anggota
		Partisipasi	Partisipasi
Alam	Tanah	Tinggi	Tinggi
	Air	Tinggi	Tinggi
	Ikan hias	Tinggi	Tinggi
Manusia	AD/ ART	Tinggi	Rendah
	Tenaga Kerja	Tinggi	Rendah
	Gaji/ Pendapatan	Tinggi	Tinggi
Buatan	Modal	Tinggi	Tinggi
	Peralatan	Tinggi	Rendah
	Pelatihan	Tinggi	Tinggi
	Teknologi	Tinggi	Rendah
	Peluang pasar	Tinggi	Rendah

- Terhadap Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran		Pengelola	Anggota
		Partisipasi	Partisipasi
Per-tukaran Fisik	Penjualan	Tinggi	Rendah
	Pengangkutan	Tinggi	Tinggi
	Penyimpanan	Tinggi	Rendah
Penyedia Fasilitas	Informasi pasar	Tinggi	Rendah
	Penanggungan resiko	Tinggi	Tinggi
	Standarisasi & Grading	Tinggi	Tinggi
	Pembiayaan	Tinggi	Rendah

Dari dua tabel partisipasi diatas, dapat disimpulkan bahwa keberdayaan antara pengelola dan anggota dilihat dari partisipasinya dalam mengelola dan memanfaatkan sumberdaya dan fungsi pemasaran lebih didominasi oleh pengelola. Dalam mengelola dan memanfaatkan sumberdaya, pada kegiatan penentuan AD/ ART, pengadaan tenaga kerja dan peralatan budidaya, pemanfaatan teknologi dan peluang pasar akses anggota dinilai rendah. Sedangkan dalam menjalankan fungsi pemasaran, partisipasi anggota dinilai rendah pada kegiatan penjualan, penyimpanan, informasi pasar dan pembiayaan.

Pengambilan Keputusan

- Terhadap Sumberdaya

Sumberdaya		Pengelola	Anggota
		Kontrol	Kontrol
Alam	Tanah	Tinggi	Tinggi
	Air	Tinggi	Tinggi
	Ikan hias	Tinggi	Tinggi
Manusia	AD/ ART	Tinggi	Rendah
	Tenaga Kerja	Tinggi	Rendah
	Gaji/ Pendapatan	Tinggi	Rendah
Buatan	Modal	Tinggi	Rendah
	Peralatan	Tinggi	Rendah
	Pelatihan	Tinggi	Tinggi
	Teknologi	Tinggi	Rendah
	Peluang pasar	Tinggi	Rendah

- Terhadap Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran		Pengelola	Anggota
		Kontrol	Kontrol
Per-tukaran	Penjualan	Tinggi	Rendah
Fisik	Pengangkutan	Tinggi	Rendah
	Penyimpanan	Tinggi	Rendah
Penyedia Fasilitas	Informasi pasar	Tinggi	Rendah
	Penanggungan resiko	Tinggi	Rendah
	Standarisasi & Grading	Tinggi	Rendah
	Pembiayaan	Tinggi	Rendah

Dari dua tabel mengenai pengambilan keputusan diatas, dapat disimpulkan bahwa keberdayaan antara pengelola dan anggota dilihat dari pengambilan keputusan terhadap sumberdaya dan fungsi pemasaran lebih didominasi oleh pengelola. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa keberdayaan anggota dinilai sangat rendah dan adanya ketergantungan yang tinggi anggota terfadap pengelola.

3. Kesadaran Kritis POKDAKAN "Ikan Hias"

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa ada tiga masalah utama yang dihadapi oleh POKDAKAN "Ikan Hias", diantaranya adalah:

a. Perluasan daerah pemasaran kurang maksimal. Kurang maksimalnya dalam perluasan daerah pemasaran dikarenakan pada kegiatan promosi hanya menggunakan handphone maupun mendatangi pedagang-pedagang untuk menawarkan ikan hiasnya saja.
b. Permintaan yang tidak merata. Permintaan yang tidak merata dapat diartikan bahwa pada suatu hari POKDAKAN "Ikan Hias" menerima banyak permintaan dari konsumen, namun pada hari berikutnya jumlah permintaan dari konsumen sangat sedikit.
c. Kurangnya pengendalian kualitas atau mutu ikan hias. Kurangnya pengendalian kualitas atau mutu ikan hias akan menyebabkan keraguan pada konsumen yang akan membeli ikan hiasnya.

4. Proposisi

Ketersediaan sumberdaya alam (khusunya potensi perikanan) dengan kesejahteraan para pembudidaya ikan di Indonesia, dapat dikatakan bahwa para pembudidaya belum bisa memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia dengan optimal. Hal ini dibuktikan dengan kesejahteraan para pembudidaya masih berada pada tingkat keluarga sejahtera II. Seharusnya dengan potensi perikanan yang melimpah, tingkat kesejahteraan para pembudidaya ikan di Indonesia berada pada tingkat keluarga sejahtera III atau bahkan pada tingkat keluarga sejahtera III plus.

Mayoritas keberdayaan antara pengelola dan anggota mengenai akses (khususnya pada peluang pasar) dalam suatu kelompok usaha atau organisasi di Indonesia lebih didominasi oleh pengelola. Hal ini dapat dibuktikan dengan tidak adanya peluang anggota untuk mengakses pasar. Dari segi partisipasi dalam menjalankan fungsi pemasaran dalam suatu kelompok usaha yang ada di Indonesia lebih didominasi oleh pengelola.Hal ini dapat dibuktikan dengan kurangnya peran serta anggota dalam mencari informasi dan peluang pasar. Keberdayaan antara pengelola dan anggota mengenai pengambilan keputusan suatau kelompok usaha yang ada di Indonesia dalam menjalankan fungsi pemasaran juga

didominasi oleh pengelola. Pengambilan keputusan anggota masih rendah, dibuktikan dengan tidak adanya peran serta anggota dalam mengambil keputusan untuk menentukan kemana produk akan dipasarkan.

Tingkat kesadaran kritis suatu kelompok dapat dilihat dari keberhasilan suatu kelompok tersebut dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi dan kemampuan menciptakan inovasi-inovasi terbaru untuk menjadi lebih maju. Jika suatu kelompok berhasil mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi, maka tingkat kesadaran kritis kelompok tersebut dapat dikatakan baik, begitu pula sebaliknya.

Dari beberapa uraian diatas, maka didapatkan proposisi sebagai berikut:

a. Kualitas sumberdaya manusia berupa pendidikan dan ketrampilan akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan yang dimiliki. Adanya sarana prasarana juga sangat menunjang seseorang untuk menuju tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi, seperti diantaranya memiliki informasi yang luas, komunikasi yang bagus dan teknologi yang dimiliki.
b. Adanya kelompok usaha akan membantu sesorang yang pada mulanya kurang berdaya menjadi lebih berdaya. Dapat diambil contoh dalam penelitian ini, dengan adanya POKDAKAN "Ikan Hias" maka akan membantu para pembudidaya di Desa Punjul untuk memasarkan ikan hias jika bergabung dengan kelompok tersebut.
c. Seseorang yang mempunyai kesadaran kritis tinggi, maka akan mempermudah untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi. Kesadaran kritis sangat penting dimiliki oleh seseorang, selain untuk mempermudah mengatasi tiap-tiap masalah yang sedang dihadapi, kesadaran kritis juga berperan untuk menjadi lebih maju.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat kesejahteraan POKDAKAN "Ikan Hias" dapat digolongkan kedalam keluarga sejahtera II. Keluarga sejahtera II adalah kategori diatas keluarga pra sejahtera dan keluarga sejahtera I. Diatas keluarga sejahtera II masih ada kategori keluarga yang lebih sejahtera lagi, yaitu keluarga sejahtera III dan III plus. Posisi keluarga sejahtera II yang dimiliki oleh anggota POKDAKAN "Ikan Hias" termasuk kategori menengah. Kualitas sumberdaya manusia berupa pendidikan dan ketrampilan serta sarana dan prasarana penunjang, akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan yang dimiliki.
2. Tingkat keberdayaan POKDAKAN "Ikan Hias" dilihat dari bentuk akses, partisipasi dan pengambilan keputusan terhadap sumberdaya dan fungsi-fungsi pemasaran didominasi oleh pihak pengelola. Sedangkan keberdayaan pihak anggota dinilai rendah dan masih kurang. Adanya kelompok usaha akan membantu sesorang yang pada mulanya kurang berdaya menjadi lebih berdaya.
3. Tingkat kesadaran kritis dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi pada POKDAKAN "Ikan Hias" baik dari pihak pengelola maupun anggota dapat dikatakan baik. Seseorang yang mempunyai kesadaran kritis tinggi, maka

akan mempermudah untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis akan memberikansaran sebagai berikut:

1. Dilihat dari kontribusi yang didapatkan dari usaha budidaya ikan hias ini terhadap pendapatan rumah tangga, maka usaha ini sebaiknya dikembangkan lagi sehingga pendapatan yang diperoleh akan lebih besar dan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar juga terhadap pendapatan rumah tangga.
2. Sebaiknya tingkat keberdayaan anggota POKDAKAN "Ikan Hias" terhadap sumberdaya dan fungsi-fungsi pemasaran lebih ditingkatkan.
3. Sebaiknya POKDAKAN "Ikan Hias" lebih memperhatikan lagi tentang kualitas ikan hias yang akan dijual kepada para konsumen.
4. Adanya kegiatan pembukuan dan pelaporan secara transparan dari hasil penjualan ikan hias sangat penting dilakukan.
5. Dalam kegiatan promosi sebaiknya tidak hanya dilakukan menggunakan handphonesaja, peran media sosial seperti web, facebook, instagram dan lain-lain juga akan sangat membantu dalam kegiatan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Firdaus, Muhammad. 2009. **Manajemen Agribisnis**. PT Bumi Aksara, Jakarta.

Riniwati, Harsuko. 2011. **Mendongkrak Motivasi dan Kinerja**. UB Press, Malang.

Shinta, Agustina. 2011. **Manajemen Pemasaran**. UB Press, Malang.

Sudiyono, A. 2002. **Pemasaran Pertanian**. Penerbit Universitas Muhammadiyah, Malang.

Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)**. Alfabeta. Bandung.