

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era sekarang ini, ikan hias mulai dilirik oleh berbagai kalangan untuk dibudidayakan terutama ikan air tawar. Perkembangan dunia agribisnis termasuk sektor perikanan air tawar yang kecepatannya sangat tinggi dari tahun ketahun, membuat para penghobi tidak lagi sekedar menjadi penggemar dan penikmat, namun juga ikut bermain meramaikan pasar ikan hias dengan budidaya sendiri.

Saat ini ada ratusan jenis ikan hias air tawar dari berbagai pelosok dunia keluar masuk Indonesia dan hampir 90%-nya merupakan ikan tropis. Ikan-ikan tersebut merupakan ikan lokal maupun introduksi. Indonesia memang sangat beruntung karena memiliki iklim tropis sehingga ada banyak jenis ikan hias yang dapat dibudidayakan. Tercatat di *BPEN (Badan Pengembangan Ekspor Nasional)* sampai tahun 1993 tidak kurang dari 30 – 40 juta ekor ikan hias pertahun atau senilai lebih dari US\$20 juta yang berhasil diekspor.

Peluang pasar terutama ekspor ikan ke berbagai negara seperti Asia, Amerika, Eropa, Timur Tengah dan Australia masih terbuka. Ini disebabkan Indonesia baru bisa mengisi 20% permintaan pasar ikan hias dunia dan

dengan sekitar 60 eksportir saat ini, masih terbuka peluang bagi lebih dari 30 eksportir untuk dapat mengisi kekurangan pasokan ikan hias dunia.

Iklim Indonesia yang tropis sangat cocok untuk budidaya berbagai jenis ikan hias dan memungkinkan dapat memproduksi sepanjang tahun, sumber daya alamnya pun mendukung yaitu banyaknya lahan. Demikian pula dengan banyaknya penduduk Indonesia masih memungkinkan masuknya banyak tenaga kerja dalam sektor ini.

Ikan hias air tawar merupakan komoditas perikanan air tawar yang saat ini banyak menghasilkan devisa. Nilai eksportnya sangat besar dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Setiap bulannya ada sekitar ratusan ribu ekor ikan hias air tawar diekspor ke mancanegara.

Melihat prospek yang menjanjikan tersebut, maka pemeliharaan ikan hias yang semula ditekuni para penghobi, kini juga sudah merupakan mata pencaharian banyak petani ikan. Hal ini disebabkan pembudidayaan ikan hias dapat memberikan nilai ekonomis walaupun hanya dilakukan di lahan sempit dengan jumlah yang terbatas.

Sejak Indonesia mengintegrasikan Papua 1 Mei 1963 dan sekarang masih merupakan wilayah bagian timur Indonesia dengan luas wilayah secara keseluruhan  $\pm 410.600 \text{ km}^2$  atau merupakan 21,99% dari luas Republik Indonesia. Lebih dari 75% wilayah Papua masih tertutup oleh hutan tropis yang basah dan lebat.

Selama ini, dataran dan pegunungan Papua hanya dikenal dengan kekayaan alamnya berupa pertambangan saja, akan tetapi dalam eksplorasi dan pemanfaatannya hanya sebagian kecil masyarakat yang menikmati kekayaan alamnya dari hasil pendapatan daerah, bahkan sebagian besar masyarakat Papua miskin diatas kekayaannya sendiri.

Namun, bila masyarakat Papua terfokus pada kekayaan alam berupa pertambangan saja tanpa melihat potensi sumber daya alam yang lain, maka masyarakat Papua akan menjadi penonton dan hidup dalam garis kemiskinan. Padahal, wilayah Papua sangat luas yang bukan hanya terdiri dari dataran dan pegunungan sebagai penghasil tambang. Namun bagian lain wilayah Papua terdiri dari dataran rendah dan berawa yang memiliki berbagai potensi sumber daya air tawar yang belum dikelola secara baik, dimana diantaranya adalah ikan Arwana / Arwana / Kaloso / Penyang (*Scleropages Jardini*) yang selama ini hanya dikenal berasal dari Kalimantan ternyata terdapat juga di Kabupaten Merauke Papua. Meskipun berbeda coraknya namun dapat dijadikan komoditi perikanan untuk meningkatkan pendapatan daerah.

Ikan Arwana Papua (*Scleropages Jardini*) ditemukan di sebelah utara sungai *Quensland*, selatan sungai *Australia* serta sebagian Papua bagian selatan. Tidak adanya perbedaan antara Jardini Australia dan Papua membuat ikan Arwana jardini sering disebut Arwana Papua serta dikenal sebagai ikan yang suka memakan di permukaan air dengan memburu ikan-

ikan kecil serta udang air tawar. Arwana ini dijuluki “Bucal Incubator” (Ahli Menetaskan Telor dalam Mulutnya).

Habitat ikan Arwana Papua yang terdapat di rawa-rawa dan sungai telah diperdagangkan sejak tahun 1986, meskipun demikian ikan Arwana Papua pada awalnya merupakan jenis ikan yang bebas diburu oleh masyarakat Papua dan diperdagangkan secara liar oleh cukup banyak pengusaha maka keberadaan para pengusaha atau pedagang ini perlu dihimpun dan dipersatukan dalam sebuah wadah yaitu Asosiasi Pengusaha Ikan Hias Merauke (*APIHIM*) yang terbentuk pada tahun 1999 di Kabupaten Merauke dan merupakan satu-satunya organisasi profesi dalam bidang ikan hias yang ada di Propinsi Papua.

Meski demikian, tidak semua perusahaan dapat dengan mudah mendirikan dan menjalankan usaha pengelolaan dan perdagangan ikan hias. Hal tersebut karena adanya Tim Teknis yang dibentuk Pemda Kabupaten Merauke melalui Keputusan Bupati Kabupaten Merauke No 134 tahun 2001 untuk musim penangkapan tahun 2000/2001 pada bulan September tahun 2001 dalam rangka identifikasi/evaluasi bagi pengusaha ikan hias Arwana Papua dengan tugas :

1. Melaksanakan survey identifikasi di lapangan terhadap para pengusaha yang akan melakukan usaha pengelolaan ikan hias Arwana Papua.
2. Melaksanakan evaluasi kelayakan usaha bagi para pengusaha.

3. Membuat laporan hasil kerja kepada Bupati Kabupaten Merauke.

Akan tetapi dalam pemanfaatan dan penangkapan ikan Arwana jika tidak dibatasi dikhawatirkan jumlahnya akan terus berkurang maka penetapan ikan Arwana Papua sebagai satwa buru yang harus dilindungi baru terjadi pada tahun 2001 melalui Keputusan Menteri Kehutanan No.2091/KPTS-11/2001 dimana dalam keputusan tersebut juga diatur mengenai cara penangkapan serta pemanfaatan ikan Arwana Papua yaitu melalui *kuota* oleh Direktur Jendral Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam yang meliputi lokasi dan jumlah yang dapat ditangkap setelah mendapat rekomendasi dari LIPPI sehingga ikan Arwana Papua dapat terjaga kelangsungan hidupnya. Hal tersebut mengingat bahwa sejak dimulainya pemanfaatan ikan Arwana sebagai ikan hias di Jepang tahun 1971, mendorong nilai ekonomis ikan Arwana tinggi karena selain harga jualnya yang tinggi, juga karena berkembangnya kabar bahwa ikan Arwana dipercaya membawa keberuntungan bagi pemiliknya.

Disisi lain, pengelolaan dan perdagangan ikan Arwana selama ini belum maksimal sebab keberadaan APIHIM sebagai satu-satunya organisasi yang menghimpun para pengusaha/pedagang ikan Arwana di Kabupaten Merauke masih dirasakan kurang berjalan sebagaimana mestinya baik karena APIHIM belum dapat membaca peluang dan potensi pasar ikan hias selama ini sehingga ikan Arwana Papua kalah bersaing dengan ikan Arwana

jenis lain. Disamping itu, APIHIM juga belum bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perdagangan ikan Arwana khususnya mengenai kestabilan harga baik harga beli dari pedagang di tingkat masyarakat penangkap maupun harga jual dari pedagang di tingkat eksportir. Selain itu, tidak adanya program pengembang biakan dan penangkaran ikan Arwana akan membuat ikan Arwana semakin menipis jumlahnya.

Berdasarkan data yang ada pada APIHIM, untuk periode tahun 2001-2002, jumlah pengiriman antar pulau berdasarkan kuota mencapai 496.854 ekor. Selain itu, tercatat bahwa permintaan ikan Arwana meningkat dengan rata-rata pengiriman 2 – 6 kali dalam satu bulan tiap perusahaan. Suatu jumlah yang cukup besar mengingat waktu penangkapan anakan ikan Arwana rata-rata hanya 4 bulan setiap musim dalam satu tahun yaitu antara bulan Desember, Januari, Februari dan Maret.

Terhimpunnya pedagang dalam APIHIM yang jumlahnya mencapai ±39, semakin menunjukkan betapa prospek ikan Arwana sangat menjanjikan baik untuk pendapatan bagi masyarakat penangkap ikan maupun bagi pedagang itu sendiri. Oleh karena kestabilan harga menjadi suatu hal yang sangat penting yang harus dilakukan sehingga ikan Arwana Papua akan mampu mempunyai daya jual yang tinggi dan mampu bersaing di pasar ikan hias.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul penelitian “*Analisis Strategi Pemasaran Arwana (Scleropaghes Jardini) Ditinjau Dari Pasar, Produk Dan Saluran Distribusi*” (*Studi Kasus Pada Asosiasi Pengusaha Ikan Hias Merauke*)



## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha ikan Arwana ditinjau dari segi pasar, produk dan saluran distribusi.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah ini dimaksudkan agar pembahasan yang dilakukan tidak menyimpang dari permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu agar masalah dalam penelitian ini tidak meluas maka penulis membatasi masalah pada strategi pemasaran yang mencakup strategi pasar, produk dan saluran distribusi yang dilakukan perusahaan. Pembatasan tersebut dimaksudkan untuk lebih mengkhususkan pembahasan sesuai dengan perumusan masalah.

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah jawaban dari pembahasan masalah penelitian tersebut. Adapun tujuan yang hendak diperoleh di dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran ikan Arwana dari segi pasar, produk dan saluran distribusi.



## 1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran dengan pembahasan dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan tinjauan umum yang memuat teori yang digunakan, kerangka pemikiran dan definisi operasional yang mendasari penyusunan skripsi ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian tentang obyek penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan metode pengumpulan data dan think analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat tentang gambaran umum perusahaan dan hasil analisis data serta pembahasannya

### **BAB V : PENUTUP**

Merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti.