

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budidaya perikanan berkontribusi dalam ketahanan pangan, menciptakan lapangan kerja dan pendapatan, serta sumber devisa bagi negara. Ekonomi Kalimantan Barat mengalami pertumbuhan dilihat dari data Pertumbuhan Ekonomi Triwulan III 2022 dengan pertumbuhan tertinggi dialami oleh lapangan usaha salah satunya yaitu sektor perikanan sebesar 2,84 persen (BPS, 2022). Budidaya perikanan saat ini berkembang dengan cepat seiring dengan perkembangan teknologi yang juga terus meningkat. Daerah yang mengalami peningkatan produksi perikanan budidaya di Kalimantan Barat salah satunya yaitu Kabupaten Kayong Utara dengan potensi unggulan yaitu budidaya kolam dengan luas 6.500 ha, sedangkan budidaya tambak 5.700 ha, sungai 2.500 ha dan rawa 142 ha (BPS, 2021). Secara umum peningkatan produksi perikanan budidaya kolam di Kabupaten Kayong Utara dipengaruhi oleh bertambahnya potensi luas lahan yang tidak hanya bergantung pada lahan konvensional yang ada, tetapi juga dapat memanfaatkan lahan-lahan yang selama ini dianggap tidak ideal untuk budidaya perikanan. Beberapa metode seperti penggunaan kolam terpal, drum dan bioflok untuk budidaya ikan di lahan-lahan gersang dan tandus serta lahan sempit merupakan inovasi cerdas dalam budidaya perikanan (Putri et al., 2019).

Permasalahan budidaya perikanan di Kabupaten Kayong Utara yaitu rendahnya akses pemasaran (BPS, 2021) ditunjukkan melalui data angka konsumsi ikan di Kabupaten Kayong Utara sebesar 53,49 Kg/Kapita sedangkan jumlah produksi perikanan budidaya sebesar 321,51 (ton) pada tahun 2020 (Dinas Kelautan dan Perikanan Prov. Kalbar, 2020). Mengingat komoditi perikanan memiliki karakteristik yang khas yaitu mudah rusak, tidak seragam, musiman dan lain sebagainya, maka pemasaran hasil perikanan pada umumnya sulit dilakukan. Lemahnya kinerja pemasaran, kurangnya penerapan konsep dari manajemen, peran lembaga yang relatif lemah dan kurangnya peran media komunikasi pemesanan sebagai *market share* menyebabkan rendahnya kualitas sumberdaya manusia (Jasmani, 2019), serta ketersediaan infrastruktur yang terbatas sehingga

mempengaruhi daya serap pasar (Andi, 2018). Tujuan peningkatan pengetahuan dan keterampilan adalah untuk menjangkau pasar lebih luas agar terjadi peningkatan pemasaran.

Rendahnya pengetahuan dan keterampilan pembudidaya menjadi latar belakang masalah pemasaran ikan (Wardah & Rahayu, 2021). Sebab belum tersedianya lembaga kemitraan untuk bekerjasama dalam meningkatkan pasar (Asiati & Nawawi, 2017), kurangnya inovasi dalam melakukan pemasaran ikan (Prawoto et al., 2018), tidak adanya penampung hasil perikanan budidaya dalam skala besar sehingga pembudidaya ikan banyak mengalami kerugian karena penjualan ikannya tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan (Wardah, 2021). Melihat permasalahan pembudidaya, pentingnya sinergi antar para pelaku usaha budidaya, serta dukungan penuh dari pihak pemerintah atau dinas terkait serta masyarakat (Triswiyana et al., 2022)

Besarnya peluang usaha perikanan membuat pelaku usaha berupaya mengembangkan usahanya. Upaya pengembangan ini memerlukan pengetahuan dan keterampilan merancang strategi khususnya dalam pemasaran agar menarik minat konsumen serta menambah akses pasar (Muninggar, 2020). Konsep pemasaran mengoptimalkan orientasi pasar dilakukan untuk mencapai kinerja pemasaran yang stabil sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan, selain itu inovasi juga berpengaruh terhadap kinerja pemasaran baik dari sisi pengembangan produk maupun dari sisi proses secara berlanjut (Mustika et al., 2019). Oleh sebab itu perlu dilakukan upaya pembenahan terhadap kendala tersebut dengan merumuskan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran pada pembudidaya ikan dengan pendekatan pengetahuan mencakup *people*, *process* dan *technology* (Bernardin, 1993) dan pendekatan keterampilan yang mencakup *human skill*, *technical skill* dan *conceptual skill* (Robert, 1974), serta pedoman pemasaran perikanan budidaya yang tepat (Kotler, 2009). Pedoman tersebut dilakukan agar terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan terkait pemasaran, usaha budidaya yang dilakukan efisien serta meningkatkan efisiensi sumber daya manusia.

Implikasi penelitian yaitu mengetahui peningkatan dan keterampilan mana yang memiliki nilai *lverage* tertinggi kemudian dilakukan pembenahan terhadap

atribut kritis sehingga dapat membantu pembudidaya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran. Pengetahuan dan keterampilan sangat penting dalam kegiatan budidaya perikanan hal ini berkaitan dengan ketepatan dalam pemasaran sehingga dapat mengurangi kerugian dan meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu rumusan masalah tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pengetahuan dan keterampilan pemasaran perikanan budidaya dalam melakukan budidayanya sehingga pembudidaya wilayah lokal mengalami perkembangan. Manfaat jangka panjang yaitu tercapainya kebutuhan pangan dan gizi dan pendapatan daerah mengalami peningkatan serta dapat menurunkan angka pengangguran melalui penyerapan tenaga kerja.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran pada pembudidaya ikan di Kabupaten Kayong Utara?

C. Tujuan Penelitian

Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran pada pembudidaya ikan di Kabupaten Kayong Utara