

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasaka merupakan salah satu dari 20 desa dan kelurahan di Wilayah Kecamatan Sibulue yang terletak \pm 7 Km dengan jarak tempuh sekitar 15 menit dari ibukota kecamatan dan \pm 22 Km dari ibukota Kabupaten Bone dengan waktu sekitar 60 menit. Wilayah Desa Pasaka dapat dilalui melalui jalur darat dengan menggunakan kendaraan roda dua dan roda empat. Secara otoritatif, wilayah Desa Pasaka dibagi menjadi empat dusun, yaitu Dusun Pasaka, Polewali, Batulepang, dan Appakireng. Pada umumnya pemanfaatan wilayah Desa Pasaka sebagian besar untuk persawahan, peternakan, ladang, dan perikanan.

Pembangunan di Indonesia sebagian didominasi oleh sektor perikanan. Sektor perikanan yang banyak digeluti masyarakat pedesaan yang tinggal di sekitar daerah perairan/kelautan adalah budidaya ikan. Salah satu masalah yang sedang dirasakan oleh para pembudidaya ikan adalah rendahnya posisi tawar-menawar di pasar yang patut diwaspadai, sehingga sangat mempengaruhi tinggi rendahnya penjualan budidaya ikan.¹

Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone yang masyarakatnya bergelut di sektor perikanan budidaya ikan bandeng tidak lepas dari permasalahan-permasalahan seperti yang dikemukakan di atas, sehingga para pembudidaya ikan bandeng harus lebih meningkatkan kegiatan pemasarannya dalam upaya menjaga kelangsungan usaha. Sesuai observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, diketahui

¹D. Iwan Riswandi dan Wawan Oktariza, "Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng dan Ikan Tongkol di DKI Jakarta", *Jurnal Sains Terapan*, Vol. 5, No. 1, 2015, h. 61.

bahwa pembudidaya ikan bandeng di Desa Pasaka melakukan kegiatan pemasaran dengan cara memasarkan langsung ikan bandeng di pasar-pasar terdekat.

Pemasaran merupakan proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen. Pemasaran produk budidaya ikan bandeng di Desa Pasaka belum dipasarkan ke pasar-pasar luar wilayah, dikarenakan harga produk terlalu mahal dan saluran distribusi pun tidak memadai, sehingga konsumen diluar wilayah tidak dapat menjangkau produk-produk yang ditawarkan. Hal tersebut menyebabkan produk budidaya ikan bandeng hanya dapat dibeli oleh kalangan tertentu saja atau kalangan dalam wilayah tertentu saja. Untuk meningkatkan penjualan yang maksimal maka pembudidaya ikan bandeng di Desa Pasaka harus melakukan sistem penawaran produk yang efisien dengan menggunakan strategi-strategi pemasaran yang ada.

Strategi pemasaran merupakan metode yang dilakukan untuk membuat pembeli agar tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan.² Dalam merancang strategi pemasaran, hal yang harus diperhatikan adalah mengadakan penilaian kepada pesaing. Setiap perusahaan harus secara konsisten mengevaluasi loyalitas konsumen dengan membandingkan nilai yang diberikan dari produk, harga, promosi, dan distribusi atas pesaing. Suatu strategi pemasaran yang efektif dapat dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran dengan cara meningkatkan kualitas produk, menerapkan kebijakan harga yang bersaing, meningkatkan kegiatan promosi, dan memperluas jangkauan distribusi.

Islam memerintahkan umatnya untuk bekerja untuk dapat memenuhi segala kebutuhan hidupnya, sehingga dalam bekerja ditekankan pada hasil yang akan

²Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista", *Journal Economic*, Vol. 3, No. 1, Juni 2017, h. 84-85.

dicapai dan tentunya menghindari hal-hal yang dilarang dalam Islam, sebagaimana firman Allah swt. dalam QS Al-Jumu'ah/62:10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (10)

Terjemahannya:

“Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi. Carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”.³

Bertolak dari ayat di atas, jika dikaitkan dengan aktivitas pemasaran maka akan lebih mengarah pada suatu aktivitas yang berupaya dalam pencapaian sasaran pemasaran sebagaimana yang dicita-citakan, dan apapun yang direncanakan, berhasil atau tidak, sudah merupakan ketentuan dari Allah swt.

Berkaitan dengan strategi pemasaran syariah, maka hal-hal yang dilakukan dalam memasarkan produk harus sesuai dengan syariat Islam. Strategi pemasaran syariah harus memperhatikan aspek-aspek bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi.⁴ Berkaitan dengan produk yang dipasarkan, maka harus memenuhi ketentuan halal atau terhindar dari unsur haram. Dalam menyampaikan produk kepada pembeli, pemasar harus langsung memperhatikan keadaan produk tersebut. Berkaitan dengan harga, maka harga yang ditetapkan adalah harga yang wajar, terhindar dari unsur *riba*, serta tidak memanipulasi harga. Berkaitan dengan saluran distribusi, maka harus menghindari tindakan-tindakan yang mendominasi pasar dengan cara mengatur harga

³Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Cet. I; Solo: Zamrud, 2014), h. 554.

⁴Rika Paujiah, dkk., “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian”, *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 1, No. 2, Januari 2020, h. 147-150.

semaunya. Berkaitan dengan promosi, maka dalam penyampaian produk-produk dipasaran harus berlaku jujur.

Pendapatan adalah komponen utama bagi keluarga. Sumber pendapatan utama masyarakat di Desa Pasaka sebagian masih tergantung pada pembudidayaan ikan bandeng. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup sebagian besar masyarakat benar-benar bergantung pada sektor ini. Sehingga dari usaha budidaya ikan bandeng ini diharapkan dapat memenuhi nafkah keluarga masyarakat setempat di desa tersebut.

Sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan keluarga pada pembudidaya ikan bandeng di Desa Pasaka, maka perlu meningkatkan hasil penjualan ikan bandeng tersebut. Penjualan akan meningkat jika dibarengi dengan strategi pemasaran yang efektif guna mengenalkan produk-produk yang ditawarkan yang tentunya sesuai dengan nilai-nilai syariah. Permasalahannya adalah, sejauh mana masyarakat pembudidaya ikan bandeng di Desa Pasaka melakukan strategi pemasaran dalam penjualan ikan bandeng berdasarkan nilai-nilai syariah. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti mencoba mengkaji dengan melihatnya sebagai sebuah proposisi dengan mengangkat judul “Analisis Strategi Pemasaran pada Penjualan Ikan Bandeng dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone Menurut Perspektif Ekonomi Islam”.

B. Rumusan Masalah

Bertolak dari uraian-uraian yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pada penjualan ikan bandeng dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone menurut perspektif ekonomi Islam?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran pada penjualan ikan bandeng di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Bertolak dari permasalahan di atas, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada penjualan ikan bandeng dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone menurut perspektif ekonomi Islam.
- b. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran pada penjualan ikan bandeng untuk meningkatkan pendapatan keluarga di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara ilmiah, hasil dari penelitian ini diharapkan memberi sumbangan pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dalam dunia akademis khususnya bagi Program Studi Perbankan Syariah terkait strategi pemasaran syariah, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang yang sejenis.
- b. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharap memberikan sumbangan pengetahuan bagi individu, pemerintah, serta pihak-pihak terkait lainnya

sebagai bahan rujukan dalam melakukan upaya pengembangan pengelolaan ikan bandeng di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga pelaku usaha ikan bandeng.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Pembatasan lingkup penelitian diperlukan agar dapat memfokuskan arah penelitian sehingga tidak terlalu melebar dan berbelit-belit. Dalam pembatasan lingkup penelitian ini sejauh mungkin masalah penelitian dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada sumber, khususnya pelaku usaha ikan bandeng di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone.
2. Objek penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran syariah dalam penjualan ikan bandeng dengan tujuan akhir membangun pendapatan keluarga di Desa Pasaka Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone.

E. Sistematika Penulisan

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

2. Bab II Kajian Pustaka

Bab ini diuraikan beberapa penelitian terdahulu, lalu kemudian menjelaskan teori-teori yang mendukung penelitian yang meliputi konsep tentang strategi pemasaran dan konsep tentang peningkatan pendapatan keluarga, serta kerangka pikir penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini dijelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini dijelaskan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data penelitian, penyajian data, analisis serta pembahasan hasil penelitian.

5. Bab V Penutup

Bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian, memberikan saran-saran yang bersifat membangun dan konstruktif yang terkait dengan penelitian, serta implikasi dari hasil penelitian.