

Manajemen Plaza Ikan Tuban dalam Upaya Mendorong Pedagang Ikan untuk Meningkatkan Omset Penjualan

Tuban Fish Plaza Management in an Effort to Encourage Fish Traders to Increase Sales Turnover

Yuyun Suprapti

Program Studi Ilmu Perikanan, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, Indonesia

Penulis Korespondensi: Yuyun Suprapti | **Email:** yuyunsuprapti80@gmail.com

Diterima (*Received*): 14 Juli 2021 Direvisi (*Revised*): 20 Agustus 2021 Diterima untuk Publikasi (*Accepted*): 5 September 2021

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Manajemen Plaza Ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omset penjualan. Penyediaan fasilitas-fasilitas yang memadai dan diperlukan pedagang merupakan faktor yang mendorong dalam upaya peningkatan omset penjualan. Fasilitas yang disediakan antara lain fasilitas freezer, kulkas, promosi yang efektif ditempat sasaran, meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan harga jual, memberikan pinjaman modal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengambilan data menggunakan kuisioner. Analisa data menggunakan likert yaitu metode kualitatif yang diubah menjadi angka. Dari hasil pertanyaan kuisioner tentang bagaimana manajemen plaza ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omset penjualan. fasilitas freezer, kulkas, promosi yang efektif ditempat sasaran, meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan harga jual, memberikan pinjaman modal, rata-rata responden menjawab setuju, sehingga ada kerjasama antara pihak manajemen dan pedagang ikan.

Kata Kunci: Plaza Ikan, Fasilitas, Omset Penjualan, Ekonomi Masyarakat Pesisir, Tuban

ABSTRACT

This research is to find out how the Fish Plaza Management encourages fish traders to increase sales turnover. The provision of adequate and necessary facilities for traders is a driving factor in efforts to increase sales turnover. The facilities provided include freezer, refrigerator facilities, effective promotions at targeted locations, improving product quality to increase selling prices, providing capital loans. The method used is descriptive qualitative with data collection using a questionnaire. Analysis of the data using Likert is a qualitative method that is converted into numbers. From the results of the questionnaire questions about how fish plaza management encourages fish traders to increase sales turnover. freezer facilities, refrigerators, effective promotions at targeted locations, improving product quality to increase selling prices, providing capital loans, the average respondent answered agree, so there is cooperation between management and fish traders.

Keywords: Fish Plaza, Facility, Sales Turnover, Coastal Community Economy, Tuban

© Author(s) 2021. This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0).

1. Pendahuluan

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu propinsi yang memiliki potensi sumberdaya perikanan melimpah. Kabupaten Tuban terdapat di bagian utara propinsi Jawa Timur, memiliki daerah perkampungan nelayan sepanjang 65 Km mulai dari Kecamatan Bancar hingga Kecamatan Palang. Wilayah tersebut mempunyai karakteristik biofisik, social, ekonomi dan budaya yang beragam, dengan banyak potensi sumberdaya perikanan laut maupun budidaya air payau. Masyarakat di sekitar wilayah pesisir memanfaatkan sumberdaya laut sebagai sumber mata pencaharian utama dengan menjadi nelayan dan pedagang ikan. dikemas secara modern dan mengintegrasikannya dengan penjualan ikan segar, ikan asap dan berbagai olahan ikan. Dengan konsep integrasi tersebut di harapkan dapat bermuara pada peningkatan ekonomi pada nelayan

Tuban, khususnya yang berada di Kelurahan Karang Sari dan sekitarnya, karena Tuban memiliki potensi perikanan yang besar akan tetapi belum di iringi dengan kesejahteraan nelayannya. Plaza ikan sebagai wadah perekonomian bagi pedagang-pedagang ikan diharapkan mampu bisa meningkatkan pendapatan sehingga manajemen Plaza ikan memberikan fasilitas bagi pedagang yang ada disana.

2. Data dan Metodologi

Penelitian ini bersifat Penelitian Sosial Kualitatif, yang bertujuan membuat gambaran dan lukisan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai peran plaza ikan dalam memberi nilai tambah ekonomi pada produk ikan (Fitriana, 2012)

Metodologi penelitian menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Sugiono (2008) menyatakan bahwa metode deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Mencari fakta dengan interpretasi yang tepat

a. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Fitriana, (2012), adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Metode kuesioner merupakan hal yang pokok untuk mengumpulkan data. Pada Penelitian ini jumlah responden sebanyak 30 orang yaitu 20 responden pedagang ikan asap, pedagang Ikan segar 5 orang dan pedagang ikan olahan 5 orang. Hasil kuesioner tersebut akan terjelma dalam angka-angka, tabel-tabel, analisa statistic dan uraian serta kesimpulan hasil penelitian. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survey, dan memperoleh informasi dengan reliabilitas validitas setinggi mungkin.

2. Indikator-indikator dalam kuisisioner dijabarkan menjadi sejumlah pernyataan sehingga diperoleh data kualitatif. Data ini akan diubah menjadi bentuk kuantitatif dengan pendekatan analisis statistic. Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuisisioner penelitian ini adalah teknik skala Likert. Penggunaan skala Likert menurut Sugiyono (2013) adalah skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

3. Data sekunder dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan literatur-literatur, penerbitan serta infomasi-informasi tertulis baik yang berasal dari internet yang berhubungan dengan topik penelitian untuk memperoleh data sekunder.

b. Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Bintang (2015), data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan antara lain pendapatan penjual ikan, motivasi relokasi, fasilitas yang diberikan Plaza Ikan

2. Data Sekunder

Menurut Sugiono (2008), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen antara lain data pengurus Plaza Ikan, jumlah pedagang ikan yang berjualan di Plaza Ikan.

b. Analisa Data

Dalam metode pengambilan data dapat dikaji melalui 3 langkah, adapun langkah yang dapat dilakukan yaitu :

menganalisis mulai dari mengumpulkan berbagai sumber data, kemudian memilah data-data tersebut sesuai dengan focus penelitian. Menentukan data-data yang akan dijadikan rujukan maka selanjutnya menjelaskan tujuan kedua mengenai bagaimana peran plaza ikan dalam menambah nilai ekonomi produk ikan dalam hal ini pedagang ikan segar, ikan asap dan juga olahan menjadi sumber informasi selain dari Dinas Perikanan dan Peternakan sebagai pemegang kebijakan. Memberikan makna terkait dengan konsep penelitian yang diperoleh untuk dapat ditarik kesimpulan dan memberikan makna terhadap konsep penelitian tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omset penjualan” dengan sub pertanyaan “Menyediakan fasilitas freezer”.

3 responden menjawab SS (Sangat Setuju)

2 responden menjawab S (Setuju)

5 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

20 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 5 responden atau 16,7% yang menjawab setuju (2 responden) dan sangat setuju (3 responden), 25 responden atau 83,3% yang menjawab tidak setuju (5 responden) sangat tidak setuju (20 responden). Jumlah responden pedagang ikan yang peneliti ambil sebanyak 30 orang terdiri dari 20 responden pedagang ikan asap, 5 responden pedagang ikan segar dan 5 responden pedagang ikan kering/olahan. Prosentase dari masing-masing responden tidak sama sehingga pada pertanyaan Plaza Ikan menyediakan fasilitas freezer, hanya responden pedagang ikan segar yang merasakan fasilitas freezer sehingga pedagang ikan asap dan ikan kering/olahan menjawab sangat tidak setuju.

Ikan segar membutuhkan es batu sebagai pengawet untuk menghambat pembusukan merupakan cara mudah bagi pedagang. Plaza Ikan menyediakan es batu, freezer sebagai media penyimpanan ikan agar tidak cepat membusuk, dengan mekanisme jika ikan tidak habis terjual maka ikan akan disimpan di freezer untuk dijual hari berikutnya.

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omset penjualan” dengan sub pertanyaan “Menyediakan fasilitas kulkas”.

3 responden menjawab SS (Sangat Setuju)

2 responden menjawab S (Setuju)

10 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

15 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 5 responden atau 16,7% yang menjawab setuju (2 responden) dan sangat

setuju (3 responden), 25 responden atau 83,3% yang menjawab tidak setuju (10 responden) sangat tidak setuju (15 responden).

Lemari pendingin atau lebih familiarnya kulkas, merupakan salah satu sarana dan prasarana yang dibutuhkan bagi pedagang ikan asap. Kulkas digunakan menyimpan ikan asap ketika ikan asap tidak habis terjual dan diasap kembali sebelum di pasarkan. Dari jumlah responden yang menyatakan tidak setuju yaitu 25 responden, hal ini dikarenakan ikan yang tidak habis terjual akan dijual dini hari ke pasar Tuban, sehingga ikan asap yang di pasarkan di Plaza Ikan dalam kondisi baru. Sedangkan responden yang menyatakan setuju berjumlah 5 responden, hal ini dikarenakan mereka tidak memiliki alternative penjualan apabila ikan asap yang mereka jual tidak habis, sehingga fasilitas lemari pendingin sangat membantu dalam menjaga daya awet ikan asap.

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omzet penjualan” dengan sub pertanyaan “Promosi yang efektif di tempat sasaran”.

- 1 responden menjawab SS (Sangat Setuju)
- 3 responden menjawab S (Setuju)
- 7 responden menjawab R (Ragu-Ragu)
- 12 responden menjawab TS (Tidak Setuju)
- 6 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 5 responden atau 16,7% yang menjawab setuju (3 responden) dan sangat setuju (2 responden), 25 responden atau 83,3% yang menjawab ragu-ragu (7 responden) tidak setuju (12 responden) sangat tidak setuju (6 responden).

Lokasi Plaza Ikan yang strategis sangat memungkinkan bagi konsumen mengunjunginya baik sebagai tujuan utama maupun singgah dalam perjalanan. Ikan asap merupakan salah satu produk unggulan Tuban yang selama ini pemasaran dilakukan di sepanjang jalur pantura. Dengan di dirikannya Plaza Ikan yang menjadi sentra perdagangan produk ikan, hal ini menjadikan sarana promosi yang efektif ditempat sasaran. Dalam satu komunitas penjual produk perikanan Tuban. Dari 5 responden yang setuju dengan pernyataan ini, setelah peneliti amati merupakan pedagang ikan yang sudah memiliki pelanggan tetap dengan variasi dagangan ikan yang banyak, hal ini berpengaruh pada omzet penjualan, sedangkan 25 responden menjawab tidak setuju dikarenakan persaingan antar pedagang yang sangat kuat, sehingga selisih harga sedikit saja konsumen bisa memilih pedagang yang dianggap lebih murah.

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omzet penjualan” dengan sub pertanyaan “Meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan harga jual”.

- 5 responden menjawab SS (Sangat Setuju)
- 4 responden menjawab S (Setuju)
- 2 responden menjawab R (Ragu-Ragu)

14 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

5 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 9 responden atau 30% yang menjawab setuju (4 responden) dan sangat setuju (5 responden), 21 responden atau 70% yang menjawab ragu-ragu (2 responden) tidak setuju (14 responden) sangat tidak setuju (5 responden).

Persaingan dagang yang ketat, salah satu upaya yang bisa dilakukan pedagang adalah meningkatkan kualitas produk dalam rangka meningkatkan harga jual. Apabila strategi ini dilakukan maka masing-masing pedagang memiliki keunikan barang dagangan meskipun barang yang dijual jenisnya sama. Strategi ini sudah dilakukan 9 responden dari 30 responden. Strategi sederhana yang mereka lakukan adalah ikan yang dijual setiap hari selalu dalam kondisi segar baik itu ikan segar maupun ikan asap, mereka memiliki prinsip bahwa ikan saat konsumen puas dengan barang dagangan kita maka mereka akan kembali lagi, sehingga ikan yang tidak bisa habis pada saat itu akan dijual keliling maupun dijual dipasar pada dini hari.

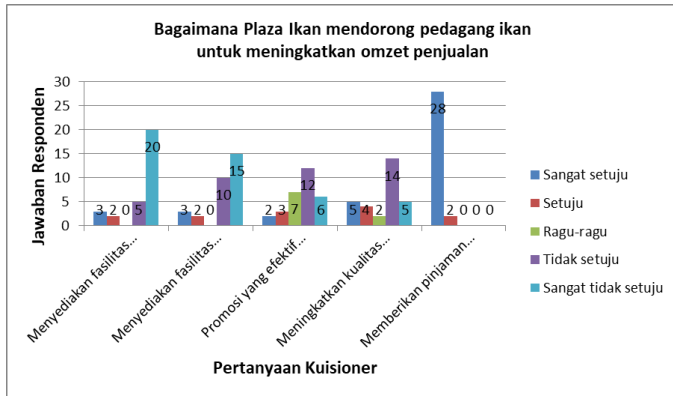
Dari 21 responden yang menyatakan tidak setuju, apabila mereka harus menyediakan ikan dalam kondisi fresh setiap hari, maka akan rugi karena modal awal belum kembali akan tetapi harus kulakan lagi untuk menyediakan yang fresh. Maka cara yang mereka lakukan agar tidak banyak merugi dengan memperpanjang jam dagang lebih malam dan menyimpan kembali ikan yang tidak laku terjual untuk dipasarkan kembali, dan dilakukan berulang ulang tanpa melihat kualitas ikan.

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omzet penjualan” dengan sub pertanyaan “Memberikan pinjaman modal”.

- 28 responden menjawab SS (Sangat Setuju)
- 2 responden menjawab S (Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 30 responden atau 100% setuju, menjawab setuju (2 responden) dan sangat setuju (28 responden).

Manajemen Plaza Ikan selain menyediakan fasilitas juga memberikan pinjaman modal bagi semua pedagang ikan yang menempati lokasi Plaza. Baik pedagang ikan asap, ikan segar dan juga olahan ikan. Besaran modal yang diberikan sama setiap pedagang yaitu 1.000.000 yang bisa dicicil setiap hari maupun setiap minggu. Manajemen menyediakan jasa pengambilan cicilan yang datang ke area jualan sehingga pedagang tidak perlu antri membayar. Dari 30 responden semua mengambil pinjaman tersebut dengan alasan tanpa bunga, sehingga bisa membantu tambahan modal kulakan bahan dasar.



Gambar 1. Diagram rekapitulasi kuisisioner

4. Kesimpulan

Plaza ikan mendorong pedagang ikan untuk meningkatkan omzet penjualan hal ini di dukung dengan menyediakan fasilitas freezer, menyediakan fasilitas kulkas, Promosi yang efektif di tempat sasaran dan memberikan pinjaman modal, responden rata-rata menjawab setuju sedangkan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan harga jual, dari pertanyaan ini rata-rata responden menjawab tidak setuju.

5. Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dalam artikel ini (*The authors declare no competing interest*).

6. Referensi

Ahmad, Zaini.,Taylor, Dennis. 2009. Commitment to Independence by Internal Auditor; the effects of role ambiguity and role conflict.

Antyadika. B. E, 2012. *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery&Café Semarang)*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Bintang. 2015."Skripsi S1 Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjung Pinang Dahuri, R. 2004. *Membangun Indonesia yang Maju, Makmur dan Mandiri Melalui Pembangunan Maritim*. Makalah disampaikan pada Temu Nasional Visi dan Misi Maritim Indonesia dari Sudut Pandang Politik, Jakarta, 18 Februari 2004.

Buchari Alma, 2012. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Burhan, Bungin. 2015. *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group. Jakarta.

Fitriana, Ria dan Nastasha Staceg. 2012. *The Role of Woman in The Fisherys Sector of Pantar Island, Indonesia dalam Asian Fisheries Science Special Issue, vol. 255*. Australia: Charles Darwin University.

Junianto, 2010. *Penyakit utama Kakao dan Pengendalian Buku Pintar Budidaya Kakao*. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Agromedia Pustaka: Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Benyamin