

## PLAZA IKAN SEBAGAI SENTRA PERDAGANGAN IKAN ASAP DI KABUPATEN TUBAN

Yuyun Suprapti<sup>1\*</sup>, Miftachul Munir<sup>2</sup>, Muhammad Zaenuddin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Perikanan, Universitas PGRI Ronggolawe

\*Email: yuyunsuprapti80@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Plaza Ikan memberikan tempat jualan yang representatif dan nyaman. Pesisir merupakan daerah yang sarat akan potensi perikanan. Namun demikian pada dasarnya masyarakat pesisir atau masyarakat nelayan identik dengan kemiskinan yang sampai saat ini menjadi fenomena klasik pesisir. Salah satu upaya Pemerintah Kabupaten Tuban dalam meningkatkan nilai tambah produk ikan adalah mendirikan Plaza ikan. Plaza ikan merupakan tempat pelelangan ikan terpadu yang dikemas secara modern dan mengintegrasikannya dengan penjualan ikan segar, ikan asap dan berbagai olahan ikan. Dengan konsep integrasi tersebut di harapkan meningkatkan perekonomian nelayan Tuban. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan pengumpulan data dengan teknik wawancara dan kuisioner. Dari 30 responden yang menjawab lokasi mudah dijangkau terdapat 21 responden sangat setuju, 9 responden setuju. Lokasi terjangkau dari jalan umum, 19 responden sangat setuju, 2 responden setuju, 5 responden ragu-ragu, 4 responden tidak setuju, Lokasi dekat dengan bahan baku, 17 responden sangat setuju, 4 responden setuju, 3 responden ragu-ragu, 6 responden tidak setuju. Bisa menaikkan harga, 10 responden sangat setuju, 4 responden setuju, 2 responden ragu-ragu, 5 responden tidak setuju, 5 responden sangat tidak setuju.

**Kata Kunci:** Plaza Ikan; Sentra Perdagangan; Ikan Asap.

### PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi 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, sosial, 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.

Salah satu upaya Pemerintah Kabupaten Tuban dalam meningkatkan nilai tambah produk ikan adalah mendirikan Plaza ikan. Plaza ikan merupakan tempat pelelangan ikan terpadu yang 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.

Berdasarkan pemaparan di atas maka perlu diadakan penelitian tentang “**Plaza Ikan sebagai Sentra Perdagangan Ikan Asap di Kabupaten Tuban**”

### METODE PENELITIAN

#### a. Jenis Penelitian

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 [1].

#### b. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Sugiono 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 [2]. Mencari fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah

(sebagai lawannya adalah eksperimen). Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

#### c. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Fitriana, dkk [1] adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut[11]:

1. Metode kuesioner merupakan hal yang pokok untuk mengumpulkan data. 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 adalah skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social [2].
3. Dokumentasi dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan literature-literatur, penerbitan serta infomasi-informasi tertulis baik yang berasal dari internet yang berhubungan dengan topik penelitian untuk memperoleh data sekunder.

#### d. Teknik Pengambilan *Sampling*

Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan Prosedur *Purposif*, yang merupakan salah satu strategi menentukan informan yang paling umum di dalam penelitian kualitatif, yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian[3].

#### e. Jenis Data

##### 1. Data Primer

Menurut Bintang [3], data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan.

##### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiono [2], data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen.

#### f. Analisa Data

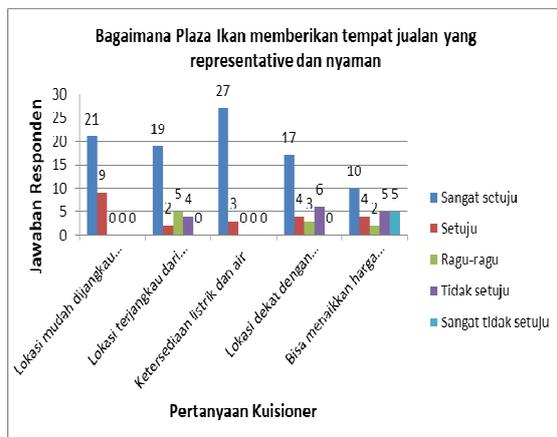
Analisis kualitatif dikembangkan dalam penelitian ini dengan memahami persoalan secara komprehensif dan konsep empati sebagai pendekatan. Pendekatan empati berupa memahami permasalahan penelitian dari perspektif pelaku. Dalam metode pengambilan data dapat dikaji melalui 3 langkah, adapun langkah yang dapat dilakukan yaitu :

1. Menganalisis mulai dari mengumpulkan berbagai sumber data, kemudian memilah data-data tersebut sesuai dengan focus penelitian.
2. 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.
3. Memberikan makna terkait dengan konsep penelitian yang diperoleh untuk dapat ditarik kesimpulan dan memberikan makna terhadap konsep penelitian tersebut.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil Penelitian jumlah responden di Plaza Ikan berjumlah 30 responden, pengambilan responden berdasarkan jumlah total responden yang ada di Plaza Ikan, menurut informasi dari pengelola Plaza Ikan, pedagang yang terdaftar di lapangan sejumlah 30 pedagang ikan asap, 10 pedagang ikan segar dan 5 pedagang ikan kering. Semenjak pandemi covid 19 jumlah pedagang berkurang dikarenakan sepi pengunjung, hal ini menyebabkan kerugian sehingga sebagian pedagang tidak berjualan di Plaza Ikan dan

melakukan aktifitas yang lain. Pada Gambar 1 disajikan data hasil jawaban responden.



Gambar 1. Data Hasil Responden  
 Sumber : Hasil Penelitian 2020

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan memberikan tempat jualan yang representative dan nyaman” dengan sub pertanyaan “Lokasi mudah dijangkau oleh konsumen”. 21 responden menjawab SS (Sangat Setuju)

9 responden menjawab S (Setuju)

0 responden menjawab RG (Ragu-Ragu)

0 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

0 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 30 responden atau 30% yang menjawab setuju (9 responden) dan sangat setuju (21 responden), dengan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas pedagang menganggap bahwa lokasi yang mereka tempati saat ini mudah dijangkau oleh konsumen. Salah satu konsep marketing mix adalah *place* yang terkait dengan pemilihan lokasi usaha. Menurut Kotler *place* merupakan segala sesuatu yang menunjukkan berbagai kegiatan untuk membuat produk agar mudah diperoleh oleh pelanggan dan selalu tersedia bagi pelanggan. Apabila berada dalam kondisi usaha yang memiliki persaingan ketat, factor pemilihan lokasi menjadi komponen utama yang penting agar usaha yang dijalankan juga dapat bersaing secara efektif, maka perlu adanya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Relokasi pedagang ikan asap, segar dan kering ke Plaza Ikan merupakan langkah yang tepat dalam upaya menciptakan sentra perdagangan, hanya saja belum adanya standarisasi harga akhirnya terbentuklah persaingan tidak sempurna antar pedagang.

Pada kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan memberikan tempat jualan yang representative dan nyaman” dengan sub pertanyaan “Lokasi terjangkau dari jalan umum”

19 responden menjawab SS (Sangat Setuju)

2 responden menjawab S (Setuju)

5 responden menjawab RG (Ragu-Ragu)

4 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

0 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data diatas terdapat 21 responden atau 21% yang menjawab setuju (2 responden) dan sangat setuju (19 responden), dari hasil diatas terbukti bahwa pemilihan lokasi yang tepat serta mudah dijangkau dari jalan umum menjadi faktor utama dalam berdagang, mengingat konsumen bisa fokus dalam mencari barang yang di inginkan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono [4] adanya pengaruh antara lingkungan bisnis dengan keberhasilan usaha, yaitu lingkungan bisnis merupakan variabel keberhasilan usaha yang penting yang harus dipertimbangkan secara cermat oleh pemilik usaha dalam memilih lokasi usahanya. Pemilihan lokasi dalam berdagang merupakan salah satu strategi dalam usaha, teori lokasi menjadi sangat penting dalam analisis ekonomi karena pemilihan lokasi yang tepat akan dapat memberikan penghematan cukup besar dalam ongkos angkut dan biaya produksi sehingga mendorong terjadinya efisiensi baik dalam bidang produksi maupun pemasaran.

Dari pertanyaan kuisisioner “ Bagaimana Plaza Ikan memberikan tempat jualan yang representative dan nyamam” dengan sub pertanyaan “Ketersediaan listrik dan air”.

27 responden menjawab SS (Sangat Setuju)

3 responden menjawab S (Setuju)

0 responden menjawab RG (Ragu-Ragu)

0 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

0 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 30 responden atau 30% yang menjawab setuju (3 responden) dan sangat setuju (27 responden). Listrik dan air merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang yang mempunyai usaha khususnya usaha perikanan. Manajemen Plaza Ikan memberikan fasilitas listrik dan air secara gratis bagi setiap pedagang ikan yang ada disana, baik pedagang ikan segar, ikan asap maupun ikan kering. Fasilitas listrik sangat membantu para pedagang di saat mereka berdagang sampai malam hari, demikian juga

fasilitas air, air sangat diperlukan bagi pedagang ikan segar dimana sebagian konsumen membeli ikan dan minta untuk dipotong bahwa dibersihkan isi perutnya maka adanya fasilitas air yang melimpah sangat membantu pedagang. Keadaan ini berbanding terbalik ketika mereka masih berdagang di pinggir jalan, untuk mendapatkan aliran listrik ke lokasi dagang mereka harus mengeluarkan biaya tambahan demikian juga untuk air, mereka harus membawa air dari rumah untuk dibawa ke lokasi jualan.

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan memberikan tempat jualan yang representative dan nyaman” dengan sub pertanyaan “Lokasi dekat dengan bahan baku”.

17 responden menjawab SS (Sangat Setuju)

4 responden menjawab S (Setuju)

3 responden menjawab RG (Ragu-Ragu)

6 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

0 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 21 responden atau 21% yang menjawab setuju (4 responden) dan sangat setuju (17 responden), 9 responden atau 9% yang menjawab ragu-ragu (3 responden) dan tidak setuju (6 responden). Dari hasil data diatas menunjukkan bahwa ketika suatu usaha dibuka maka kedekatan dengan bahan baku menjadi salah satu factor yang menjadi alasan. Plaza Ikan di dirikan di dekat pantai dimana bertepatan dengan lokasi penangkapan ikan, pendirian Plaza Ikan ini sudah melalui pertimbangan yang matang berkenaan dengan bahan baku ikan. Dari 17 responden yang menjawab sangat setuju, rata-rata mereka mengambil dari pemasok ikan yang datang ke lokasi, dengan asumsi bahwa ikan ambil hari ini besok baru bayar atau bayar ketika pengambilan berikutnya dengan catatan tidak bisa menawar dan memilih besar kecilnya ikan. Sedangkan responden yang menjawab setuju sebanyak 3 responden, ini berasumsi bahwa ketika bahan baku dari pemasok ke lokasi mereka akan mengambil dan bisa memilih serta menawar karena pedagang berani membayar secara kontan ikan-ikan tersebut. Bagi 6 responden menjawab ragu-ragu, pedagang tipe ini mendapatkan bahan baku bisa langsung dari pemasok atau kulakan sendiri ke tempat lain, jadi tidak ada keterikatan dengan pihak pemasok. Jika harga di pemasok tinggi maka pedagang dengan jawaban ragu-ragu ini akan kulakan ke tempat lain yang harga di bawah harga pemasok.

Menurut Astriyanto [5] cara pemilihan lokasi yang lebih pragmatis menggunakan tiga langkah sebagai berikut : Pertama, memilih wilayah (daerah) secara umum. Ada lima factor sebagai dasar yaitu (1) dekat dengan pasar, (2) dekat dengan bahan baku, (3) tersedianya fasilitas pengangkutan, (4) terjaminnya pelayanan umum seperti penerangan listrik, air, bahan bakar dan (5) kondisi iklim dan lingkungan yang menyenangkan. Dengan adanya fasilitas yang disediakan pihak Plaza Ikan maka kenyamanan bagi setiap pedagang bisa terwujud.

Dari pertanyaan kuisisioner “Bagaimana Plaza Ikan memberikan tempat jualan yang representative dan nyaman” dengan sub pertanyaan “Bisa Menaikkan Harga Jual”.

10 responden menjawab SS (Sangat Setuju)

4 responden menjawab S (Setuju)

2 responden menjawab RG (Ragu-Ragu)

5 responden menjawab TS (Tidak Setuju)

5 responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan data tersebut terdapat 14 responden atau 14% yang menjawab setuju (4 responden) dan sangat setuju (10 responden), 12 responden atau 12% yang menjawab ragu-ragu (2 responden) tidak setuju (5 responden) dan sangat tidak setuju (5 responden). Pemilihan lokasi yang strategis dalam membuka usaha dengan harapan bisa menaikkan harga jual termasuk salah satu tujuan usaha, hal ini berbanding lurus dengan harga sewa yang lebih mahal.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga jual bisa dinaikkan dengan diimbangi kualitas barang, sehingga konsumen bisa mendapatkan kepuasan meskipun harga tinggi. Konsumen yang datang ke Plaza Ikan dari berbagai kalangan, rata-rata pembeli adalah orang-orang yang melintas dari Semarang-Surabaya, kesempatan ini dimanfaatkan pedagang untuk menawarkan harga setinggi mungkin.

Pedagang dan pembeli di Plaza Ikan akan berjumlah banyak pada libur akhir pekan yaitu hari sabtu dan minggu, dimana Tuban merupakan Kota yang banyak terdapat destinasi wisata, sehingga akan menarik pembeli untuk berwisata sekaligus belanja ikan. Pada akhir pekan pendapatan pedagang meningkat dibandingkan hari-hari biasanya, meskipun persaingan antar pedagang begitu kuat dan

belum ada standarisasi harga yang mengakibatkan persaingan tidak sempurna terjadi antar pedagang. Setiap usaha tidak lepas dari peningkatan dan penurunan volume penjualan. Meskipun demikian baik menurun ataupun meningkatnya volume penjualan yang dihadapi harus dapat segera diatasi, sehingga segala sesuatunya dapat berjalan sesuai harapan. Volume penjualan yang mengalami penurunan dapat disebabkan oleh selera konsumen yang terus berubah, harga bahan baku yg terus naik pada musim baratan dan persaingan usaha yang semakin kompetitif [6].

## KESIMPULAN

Plaza Ikan di dirikan sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan pedagang ikan yang direlokasi dari pinggir jalan sepanjang jalur pantura. Manajemen Plaza Ikan memberikan fasilitas yang dapat mempermudah pedagang ikan dalam memasarkan dagangan. Dari 30 responden yang menjawab lokasi mudah dijangkau terdapat 21 responden sangat setuju, 9 responden setuju. Lokasi terjangkau dari jalan umum, 19 responden sangat setuju, 2 responden setuju, 5 responden ragu-ragu, 4 responden tidak setuju, Lokasi dekat dengan bahan baku, 17 responden sangat setuju, 4 responden setuju, 3 responden ragu-ragu, 6 responden tidak setuju. Bisa menaikkan harga, 10 responden sangat setuju, 4 responden setuju, 2 responden ragu-ragu, 5 responden tidak setuju, 5 responden sangat tidak setuju.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.*
- [2] Sugiyono, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif* hal-18: Metode Penelitian Alfabeta, Bandung.
- [3] 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.
- [4] Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa.* Malang: Bayumedia Publishing.
- [5] Astriyanto, T. 2010. "Analisis Lokasi Usaha Sektor Informal Bidang Perdagangan dan Jasa di Lingkungan Kampus Universitas Negeri Semarang Kecamatan Gunungpati Kota Semarang" (Semarang Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2010).
- [6] 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.