

**PENGARUH PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN HASIL TANGKAPAN IKAN PADA
PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI) DESA KRANJI KECAMATAN PACIRAN KABUPATEN
LAMONGAN**

Faisol Mas'ud dan Aries Premadi

Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan
Jl. Veteran No. 53 A Lamongan

ABSTRAK

Perikanan mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan nasional. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa faktor. Diantaranya adalah sekitar 2.453.638 orang nelayan dan 1.093.263 rumah tangga budidaya. Menggantungkan hidupnya dari kegiatan usaha perikanan. Adanya sumbangan devisa, yang jumlahnya cukup signifikan dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Mulai terpenuhinya kebutuhan sumber protein hewani bagi sebagian masyarakat. Terbukanya lapangan kerja bagi angkatan kerja baru, sehingga diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran dan adanya potensi perikanan yang dimiliki Indonesia (Dinas Kelautan dan Perikanan, 2006).

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemasaran terhadap penjualan hasil tangkapan Ikan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji di Kecamatan Paciran Kabupaten. Jenis data yang digunakan adalah Data Kualitatif dan Data Kuantitatif. Data Kualitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi baik secara lisan maupun tulisan yang antara lain berupa sejarah perusahaan dan penjelasan lain dan diperlukan lain dan diperlukan dalam penulisan sedangkan Data Kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung, diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

Berdasarkan perhitungan analisis dapat disimpulkan bahwa variabel pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan dan signifikan cukup berpengaruh terhadap variable yaitu Penjualan. Berdasarkan perhitungan, variable citra merek yaitu produk, harga, promosi dan distribusi secara nyata berpengaruh terhadap penjualan ikan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan dan terlihat variabel harga lebih dominan berpengaruh terhadap penjualan ikan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.

Keyword : *Pangkalan Pendaratan Ikan*

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam yang melimpah baik yang ada di darat maupun yang ada di laut. Sumberdaya dan tenaga yang dimiliki oleh masyarakat kita maupun modal yang sangat penting dalam mengembangkan usaha-usaha yang ada, terutama usaha di bidang perikanan.

Perikanan mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan nasional. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa faktor. Diantaranya adalah sekitar 2.453.638 orang nelayan dan 1.093.263 rumah tangga budidaya. Menggantungkan hidupnya dari kegiatan usaha perikanan. Adanya sumbangan devisa, yang jumlahnya cukup signifikan dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Mulai terpenuhinya kebutuhan sumber protein hewani bagi sebagian masyarakat. Terbukanya lapangan kerja bagi angkatan kerja baru, sehingga diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran dan adanya potensi perikanan yang dimiliki Indonesia (Dinas Kelautan dan Perikanan, 2006).

Dari berbagai penelitian, diperoleh data potensi lestari sumberdaya perikanan laut Indonesia sebesar 6,4 juta ton pertahun. Potensi tersebut terdiri dari ikan pelagis besar sebesar 1,65 juta ton pertahun. Ikan pelagis kecil sebesar 3,6 juta ton, ikan demersal sebesar 1,36 juta ton, ikan karang sebesar 145 ribu ton. Penangkapan yang diperbolehkan adalah 80 persen dari potensi lestari atau sekitar 5,12 juta ton per tahun (Dahuri 2002). Jika mengacu pada pemanfaatan potensi yang diperbolehkan (*Total Allowable Catch*) tersebut, berarti masih ada sekitar 20% untuk penambahan produksi hasil tangkapan (Nikujuluw 2002).

Upaya pencapaian pembangunan ekonomi sumber daya perikanan laut ke depan tidak terlepas dari tersedianya sarana dan prasarana yang memadai seperti halnya pangkalan pendaratan ikan tempat berlabuhnya dan bertambahnya kapal untuk melakukan bongkar muat hasil tangkapan ikan atau mengisi bahan pembekalan kegiatan penangkapan ikan. Selanjutnya Lubis (2002) mengemukakan bahwa Pangkalan Pendaratan Ikan ditujukan berlabuhnya perahu-perahu penangkapan ikan

tradisional atau perahu-perahu layar tanpa motor.

Pembangunan perikanan mempunyai arti yang sangat penting dan berperang strategis dalam mewujudkan perikanan yang maju dan efisien dan tangguh dalam rangka mendukung transformasi struktur perekonomian nasional. Pembangunan perikanan diarahkan untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup nelayan, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha serta memperluas pasar, baik pasar dalam negeri maupun luar negeri.

Sektor perikanan merupakan salah satu sektor pembangunan yang memiliki peranan yang cukup strategis dalam perekonomian nasional, bahkan sektor ini merupakan salah satu sektor penerimaan devisa negara yang penting. Pembangunan perikanan sebagai bagian dari pembangunan nasional, diarahkan untuk mendukung tercapainya tujuan dan cita-cita luhur bangsa Indonesia dalam mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Harapan untuk menjadikan sektor ini sebagai pendukung dalam pencapaian tujuan tersebut didasarkan pada potensi perikanan laut yang dimiliki.

Bidang perikanan merupakan harapan bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini sejalan dengan arah kebijakan yang mengembangkan system ketahanan pangan yang berbasis pada keragaman sumberdaya bahan pangan, kelembagaan dan budaya lokal dalam rangka menjamin tersedianya pangan dan nutrisi dalam jumlah dan mutu yang dibutuhkan pada tingkat harga yang terjangkau dalam memperhatikan peningkatan produksi pendapatan petani dan nelayan. Jadi arah kebijakan pembangunan perikanan lebih dibutuhkan pada peningkatan pendapatan nelayan.

Provinsi Jawa Timur memiliki areal perikanan yang cukup potensial baik perikanan darat dan perikanan laut serta didukung tersedianya sumber daya manusia yang relatif besar. Salah satu daerah di Propinsi Jawa Timur khususnya di Kbupaten Lamongan yang memiliki potensi pengembangan perikanan laut yang cukup besar adalah Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.

Permasalahan dan kendala lain yang masih banyak mempengaruhi kegiatan usaha perikanan di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan adalah menyangkut pengetahuan dan keterampilan nelayan yang masih kurang mengetahui tentang strategi pemasaran

sehingga tidak mengetahui harga yang sedang bersaing di pasar internasional untuk komoditas yang ditangkap, serta masalah yang terakhir terbatasnya permodalan. Dalam rangka mengatasi hal tersebut diperlukan pola kemitraan untuk membantu nelayan baik dari segi strategis pemasaran maupun dalam pengetahuan akses penjualan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Pemasaran Terhadap Penjualan Hasil Tangkapan Ikan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.

Materi dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data tertulis dengan melakukan observasi langsung dan melakukan wawancara dan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan penelitian. Cara tersebut dianggap cukup praktis bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan di Bulan Mei hingga Juni 2015.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan sebagai berikut :

1. Data Kualitatif
Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi baik secara lisan maupun tulisan yang antara lain berupa sejarah perusahaan dan penjelasan lain dan diperlukan lain dan diperlukan dalam penulisan.
2. Data Kuantitatif
Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung, diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

Sumber data yang digunakan sebagai berikut :

1. Data Primer
Yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari obyek penelitian, yaitu langsung menyebarkan kuesioner kepada responden terpilih.
2. Data Sekunder
Yaitu data yang berupa informasi tertulis maupun tidak tertulis yang diperoleh dari perusahaan, internet, majalah, koran, dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara
Komunikasi atau pembicaraan dua arah yang dilakukan oleh peneliti dan responden untuk menggali informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
2. Observasi
Pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis terhadap objek penelitian guna memperoleh bahan dan data-data yang diperlukan.
3. Kuesioner
Pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dibuat, dalam rangka memperoleh data dalam penelitian dimana kuesioner tersebut diajukan hal-hal yang relevan dan berkaitan dengan tujuan penelitian.
4. Studi Pustaka
Teknik pengumpulan data dengan menggunakan data melalui buku-buku, literatur-literatur, berbagai artikel yang dicari lewat website, majalah, maupun koran yang berkaitan dengan penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai, Ponggawa dan Pedagang yang ada di Pangkalan Pendaratan (PPI) Kranji. Metode dalam pengambilan sampel adalah *teknik nonprobability sampling* dengan cara *puposive sampling*. Pengambilan sampel dengan metode ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria tersebut adalah responden yang banyak mengetahui tentang distribusi ikan di Pangkalan Pendaratan (PPI) Kranji. Beberapa ahli mengemukakan bahwa penelitian dianggap baik jika jumlah sampel minimal 30 orang (Sugiyono,2007 Hal 40). Dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, peneliti 50 responden untuk penelitian ini. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin yang dikutip oleh Zeithaml (2000, Hal 160):

$$n = \frac{N}{1 + n(E)^2}$$

Dimana :

- n = ukuran sampel
 - N = ukuran populasi
 - E = nilai kritis / persentase kelonggaran (0,1)
- Jadi,

$$n = \frac{5000}{1 + 5000(0,1)^2}$$

n = 50 responden

Dari hasil perhitungan tersebut maka di ketahui besar sample yang di perlukan adalah 50 responden.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini dirancang menggunakan skala likert. Pada tiap nomor pertanyaan disediakan lima kotak jawaban, dimana tiap kotak jawaban diberi kategori. Responden diminta memilih salah satu kotak diantara lima kotak jawaban yang disediakan sesuai dengan penelitian dengan membutuhkan tanda (√). Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5, dengan kategori.

1. Sampai setuju/sangat bagus/sangat menarik/sangat tertarik/dan lain-lain dengan bobot 5.
2. Setuju/bagus/menarik/tertarik/dan lain-lain dengan bobot 4.
3. Biasa dengan bobot 3.

Pembahasan

Gambaran Umum Wilayah PPI Kranji

Pangkalan Pendaratan Ikan Kranji merupakan salah satu pangkalan pendaratan ikan di Kabupaten Lamongan disamping PPI Brondong. Pangkalan Pendaratan Ikan Kranji termasuk dalam Wilayah Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan dengan tipe pelabuhan D dalam klasifikasi Pelabuhan Perikanan.

Pembangunan sarana perikanan adalah merupakan salah satu peningkatan produksi dan efisiensi usaha yang mana bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup serta kesejahteraan nelayan. Usaha peningkatan produksi ini perlu ditunjang oleh pembangunan sarana dan prasarana perikanan dengan cara membangun pelabuhan perikanan atau pangkalan pendaratan yang dapat memberikan kemudahan bagi nelayan dalam kegiatan produksi pengolahan serta pemaaran.

Pangkalan Pendaratan ikan Kranji Paciran merupakan salah satu pusat pendaratan ikan di Provinsi Jawa Timur dengan fasilitas – fasilitas yang berfungsi dengan baik dan dapat dijangkau oleh kapal-kapal ikan dari berbagai tempat. Peranan pangkalan pendaratan ikan yang cukup penting dalam peningkatan kegiatan masyarakat nelayan dan peningkatan kegiatan produksi.

PPI Kranji adalah pusat pendaratan ikan yang merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) yang bertanggung jawab langsung dengan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Lamongan. PPI Kranji yang berfungsi sebagai tempat berlabuhnya atau bertambatnya perahu/kapal perikanan untuk mendaratkan hasil tangkapannya, serta memuat perbekalan kapal dan awak kapal perikanan serta sebagai basis kegiatan produksi, pemasaran dan pengolahan hasil laut serta tempat pembinaan masyarakat nelayan.

TPI Kranji merupakan terletak di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan dengan mempunyai batas wilayah adalah sebagai berikut

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Solokuro.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Brondong.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik

Pada tahun 2008, pemerintah pusat melalui Departemen Kelautan dan Perikanan mengeluarkan program Pengembangan Sistem Rantai Dingin (*Cool Chain System*) di berbagai daerah di Indonesia. Khusus Propinsi Jawa Timur, Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan mendapat kesempatan sebagai tempat pelaksanaan program pengembangan sistem rantai dingin dan merupakan sarana percontohan sistem rantai dingin (CCS) di Propinsi Jawa Timur.

Tujuan adanya usaha pengembangan Sistem Rantai Dingin dalam wilayah Kabupaten Lamongan adalah :

1. Untuk menekan tingkat kemunduran mutu ikan selama proses distribusi berlangsung
2. Meningkatkan mutu produk perikanan dan penyediaan bahan pangan protein hewani yang bergizi dalam rangka peningkatan kualitas Sumberdaya Manusia
3. Meningkatkan mutu dan jaminan keamanan bahan pangan asal ikan dalam rangka perlindungan konsumen
4. Meningkatkan mutu dan nilai tambah yang memiliki daya saing di pasar global
5. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat perikanan
6. Meningkatkan ekspor/devisa Negara

Karakteristik responden terdiri dari konsumen atau pelanggan yang membeli berbagai ikan di Pangkalan Pendaratan Ikan

(PPI) Kranji, penelitian ini secara garis besarnya meliputi karakteristik responden menurut jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan responden.

Data-data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan tabulasi silang, sehingga diperoleh gambaran secara menyeluruh dan terperinci jumlah total dari setiap item yang diteliti dan disusun menurut aliran baris dan kolom, sehingga akan mudah untuk diinterpretasikan secara kuantitatif.

Dalam pengolahan data kuesioner yang menunjukkan bahwa besarnya populasi sebesar 50 orang, sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 50 sampel, dengan metode penarikan sampel adalah Convenience Sampling, yaitu teknik sampling non probability, di mana penentuan unit-unit sampling berdasarkan subjektivitas peneliti. Responden dipilih karena berada di waktu dan tempat yang tepat.

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas maka untuk lebih jelasnya karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan serta pendapatan dapat diuraikan sebagai berikut :

1) *Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin*

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan tingkat proporsi responden yang berjenis kelamin laki-laki dan wanita. Untuk lebih jelasnya akan disajikan deskripsi profil responden menurut jenis kelamin yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	35	76
Perempuan	15	24
Jumlah	50	100

Sumber : Data diolah, tahun 2015

Berdasarkan table diatas yakni deskripsi profil responden yang berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 35 orang atau 76% dan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 15 orang atau 24%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang merupakan konsumen di Pelelangan Ikan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji adalah laki-Laki.

2) *Karakteristik responden berdasarkan Umur*

Dalam karakteristik responden berdasarkan umur, menunjukkan bahwa jumlah responden dalam pengambilan sampel ini didasari menurut umur responden yakni antara umur 16-25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun, 46-55 tahun dan lebih dari 55 tahun.

Berdasarkan karakteristik responden menurut umur, dapat disajikan melalui tabel berikut ini :

Table 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
17-25 tahun	5	6
26-35 tahun	5	6
36-45 tahun	7	14
46-55 tahun	33	74
Lebih dari 55 tahun	-	-
Jumlah	50	100

Sumber : Diolah tahun 2015

Dari table diatas yakni karakteristik responden pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji di Lamongan yang menunjukkan bahwa dari 50 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini maka didominasi oleh responden yang berumur antara 46-55 tahun yakni sebesar 33 orang atau 74%, hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen yang membeli ikan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji adalah konsumen yang berumur 46-55 tahun.

3) *Karakteristik Responden menurut Pendidikan*

Pengelompokan responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Table 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase (%)
SD	4	8
SMP	18	36
SMA	19	38
SARJANA	9	18
Jumlah	50	100

Berdasarkan tabel 4.8.3 yakni karakteristik responden menurut pendidikan, khususnya pada konsumen. Nampak bahwa dari 50 responden yang diteliti, maka didominasi oleh responden yang berpendidikan SMA sebesar 19 orang atau 38%, hal ini berarti bahwa sebagian besar tingkat pendidikan terakhir konsumen yang

membeli ikan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji adalah pendidikan SMA.

4) *Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan*

Pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat melalui tabel berikut ini

Table 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Pegawai	25	50
Ponggawa	25	30
Pedagang	10	20
Lain-lain	-	-
Jumlah	50	100

Sumber data : Diolah 2015

Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 50 orang responden, 25 orang atau 50% diantaranya merupakan pegawai, 15 orang atau 30% adalah ponggawa dan 10 orang atau 20 % adalah pedagang.

5) *Karakteristik berdasarkan pendapatan*

Pengelompokan responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Table 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tingkat pendapatan	Jumlah Respiden (orang)	Persentase (%)
Dibawah 1 juta	3	6
2 juta – 5 juta	19	38
> 5 juta	28	56
Jumlah	50	100

Sumber data : diolah 2015

Berdasarkan tabel 4.8.5 yakni karakteristik responden menurut pendapatan, yang menunjukkan bahwa dari 50 responden yang dikumpulkan, nampak bahwa sebagian besar pendapatan responden adalah diatas Rp. 5 juta yakni sebesar 28 orang atau 56%. Hal ini disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan atau konsumen yang membeli ikan di PPI Kranji adalah mempunyai pendapatan berkisar diata Rp. 5 juta.

Penentuan Range

Survei ini menggunakan skala Likert dengan bobot tertinggi di tiap pertanyaan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, maka :

$$Range = \frac{Skor\ tertinggi - Skor\ Terendah}{Range\ Skor}$$

Skor tertinggi : $50 \times 5 = 250$
 Skor terendah : $50 \times 1 = 50$
 Sehingga range untuk hasil survei yaitu :

$$\frac{250 - 50}{5} = 40$$

- 50 – 90 = Sangat rendah
- 91 – 130 = Rendah
- 131 – 170 = Cukup
- 171 – 210 = Tinggi
- 211 – 250 = Sangat tinggi

Deskripsi Variabel Bauran Pemasaran dan Perhitungan Skor

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator dan juga perhitungan

skor bagi variabel Bauran Pemasaran yang terbagi atas empat yaitu Produk (X1), Price (X2), Promotion (X3), dan Distribution (X4), dapat dilihat berikut ini :

1) *Deskripsi Variabel Product (X1)*

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel Product didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarakan pada responden. Variasi jawaban responden untuk variabel product dapat dilihat pada table berikut ini.

Table 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk (X1)

Pertanyaan	Jawaban Responden										Skor
	TS		KS		BI		S		SS		
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Konsumen mudah menemukan berbagai jenis ikan	-	-	9	18	5	10	30	50	6	12	183
Banyak stok ikan yang tersedia	-	-	5	10	12	24	28	56	5	10	183
Ikan yang ditawarkan masih sangat segar	-	-	8	16	10	20	22	44	10	20	184
Rata-rata											183

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan table diatas maka dapat diuraikan beberapa tanggapan responden terhadap variabel Product (X1) :

1. Ada indikator pertama yaitu konsumen mudah menemukan berbagai jenis ikan, sebanyak 6 orang atau 12% menjawab sangat setuju, 30 orang atau 60% menjawab setuju, 5 orang atau 10% menjawab biasa, dan 5 orang atau 10% menjawab kurang setuju.
2. Ada indikator kedua yaitu banyaknya stock ikan yang tersedia, sebanyak 5 orang atau 10% menjawab sangat setuju, 28 orang atau 56% menjawab setuju, 12 orang atau 24% menjawab biasa, dan 5 orang atau 10% menjawab kurang setuju.

3. ada indikator ketiga yaitu ikan yang ditawarkan masih sangat segar, 10 orang atau 20% menjawab sangat setuju, 22 orang 44% menjawab setuju, 10 orang atau 20% menjawab biasa, dan 8 orang atau 16% menjawab kurang setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel Product pada penjualan ikan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji sebesar 183 berada pada range keempat yaitu tinggi.

2) *Deskripsi Variabel Price (X2)*

Indikator-indikator dari variabel ini terbagi atas tiga yaitu, di mana hasilnya dapat kita lihat sebagai berikut :

Tabel 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Price (X2)

Pertanyaan	Jawaban Responden										Skor
	TS		KS		BI		S		SS		
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Penetapan harga beli dan harga jual bersaing			12	24	5	10	31	62	2	4	185
Harga yang terbilang murah dibanding harga yang ada di pasar tradisional	1	2	6	12	9	18	29	58	5	10	181

Potongan harga terjadi, tergantung banyaknya ikan yang dibeli oleh konsumen kepada pemasok			7	14	6	12	33	66	4	8	166
Rata-rata											177

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan tabel 4.8.7 maka dapat diuraikan beberapa tanggapan responden terhadap variabel Price (X2) :

1. Ada indikator pertama yaitu Penetapan harga beli dan harga jual bersaing, sebanyak 2 orang atau 4% menjawab sangat setuju, 31 orang atau 62% menjawab setuju, 5 orang atau 10% menjawab biasa, dan 12 orang atau 24% menjawab kurang setuju.
2. ada indikator kedua yaitu harga yang terbilang murah dibanding harga yang ada di pasar tradisional, 5 orang atau 10% menjawab sangat setuju, 29 orang atau 58% menjawab setuju, 9 orang atau 18% menjawab biasa, 6 orang atau 12% menjawab kurang setuju, dan 1 orang atau 2% menjawab tidak setuju.

3. ada indikator ketiga yaitu potongan harga terjadi, tergantung banyaknya ikan yang dibeli oleh konsumen kepada pemasok, sebanyak 4 orang atau 8% menjawab sangat setuju, 33 orang atau 66% menjawab setuju, 6 orang atau 12% menjawab biasa, dan 7 orang atau 14% menjawab kurang setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel Price sebesar 177 berada pada range keempat yaitu tinggi.

3) Deskripsi variabel Promotion (X3)

Indikator – indikator dari variabel ini terbagi atas tiga, di mana hasilnya dapat kita lihat sebagai berikut :

Table 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Promotion (X3)

Pertanyaan	Jawaban Responden										Skor
	TS		KS		BI		S		SS		
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Memberikan informasi mengenai jenis ikan, harga yang diperjualbelikan kepada konsumen	1	2	2	4	8	16	36	72	3	6	534
Memberikan informasi tentang terjadinya kenaikan harga jika hari raya atau hari libur			1	2	5	10	40	80	4	8	197
Memberikan informasi mengenai kurangnya jumlah hasil tangkapan ikan disebabkan karena perubahan musim					9	18	38	76	36	6	194
Rata-rata											193

Sumber : Data di olah 2015

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diuraikan beberapa tanggapan responden terhadap variabel Promotion (X3) :

1. Ada indikator pertama yaitu memberikan informasi mengenai jenis ikan, harga yang diperjualbelikan kepada konsumen, sebanyak 3 orang atau 6% menjawab sangat setuju, 36 orang atau 72% menjawab setuju, 8 orang atau 16% menjawab biasa, 2 orang atau 4% menjawab kurang setuju, dan 1 orang atau 2% menjawab tidak setuju.

2. ada indikator kedua yaitu memberikan informasi tentang terjadinya kenaikan harga jika hari raya atau hari libur, sebanyak 4 orang atau 8% menjawab sangat setuju, 40 orang atau 80% menjawab setuju, 5 orang atau 10% menjawab biasa, dan 1 orang atau 2% menjawab kurang setuju.

3. Ada indikator ketiga memberikan informasi mengenai kurangnya jumlah hasil tangkapan ikan disebabkan karena perubahan musim, sebanyak 3 orang atau 6% menjawab sangat

setuju, 38 orang atau 78% menjawab setuju, dan 9 orang atau 18% menjawab biasa.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel Promotion sebesar 193 berada pada range kelima yaitu sangat tinggi.

Tabel 9 Tanggapan responden Terhadap Variabel Place (X4)

Pertanyaan	Jawaban Responden										Skor
	TS		KS		BI		S		SS		
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Lokasi pasar yang jelas			3	6	7	14	31	62	9	18	196
Kenyamanan dan keamanan pasar saat konsumen berada di pasar			1	2	13	26	28	56	8	16	193
Kebersihan tempat (Pasar) saat menjual berbagai jenis ikan			3	6	18	36	25	50	4	8	180
Rata-rata											190

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan table 9 maka dapat diuraikan beberapa tanggapan responden variabel Place (X4)

1. Ada indikator pertama yaitu Lokasi pasar yang jelas, sebanyak 9 orang atau 18% menjawab sangat setuju, 31 orang atau 62 % menjawab setuju, 7 orang atau 14% menjawab biasa dan 6 orang atau 12% menjawab kurang setuju.
2. Ada indikator kedua yaitu Kenyamanan dan keamanan pasar saat konsumen berada di Pasar, sebanyak 8 orang atau 16% menjawab sangat setuju, 28 orang atau 56% menjawab setujum 13 orang atau 26% menjawab biasa, dan 1 orang atau 2% menjawab kurang setuju.
3. Ada indikator ketiga yaitu Kebersihan tempat (Pasar) saat menjual berbagai jenis ikan,

4) *Deskripsi variabel berdasarkan Place (X4)*

Indikator-indikator dari variabel ini terbagi atas tiga yaitu, di mana hasilnya dapat kita lihat sebagai berikut :

sebanyak 4 orang atau 8% menjawab sangat setuju, 25 orang atau 50% menjawab setuju, 18 orang atau 36% menjawab biasa, dan 3 orang atau 6% menjawab kurang setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel Place sebesar 190 berada pada range keempat yaitu tinggi.

5 . *Deskripsi Variabel Penjualan dan Perhitungan Skor*

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, maka salah satu faktor yang perlu diperhatikan adalah bauran pemasaran karena dalam bauran pemasaran mempengaruhi penjualan, seperti halnya dengan penjualan hasil tangkapan ikan di PPI Kranji, berikut adalah tanggapan responden mengenai penjualan ikan di PPI Kranji.

Table 10 Tanggapan Responden Untuk Variabel Penjualan

Pertanyaan	Jawaban Responden										Skor
	TS		KS		BI		S		SS		
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Variabel produk dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan			1	2	9	18	37	74	3	6	192
Variabel harga dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan			2	4	11	22	33	66	4	8	189
Variabel promosi dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan			3	6	10	20	33	66	4	8	188
Variabel distribusi agar dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan			3	6	9	18	34	64	4	8	185
Rata-rata											188

Sumber : Data di olah 2015

Berdasarkan tabel 4.8.10 maka dapat diuraikan jawaban responden mengenai variabel penjualan (Y):

1. Pertanyaan pertama yaitu variabel produk dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan, sebanyak 3 orang atau 6% menjawab sangat setuju, 37 orang atau 74% menjawab setuju, 9 orang atau 18% menjawab biasa, dan 1 orang atau 2% menjawab kurang setuju.
2. Pertanyaan kedua yaitu variabel harga dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan, sebanyak 4 orang atau 8% menjawab sangat setuju, 33 orang atau 66% menjawab setuju, 11 orang atau 22% menjawab biasa, dan 2 orang atau 4% menjawab kurang setuju.
3. Pertanyaan ketiga yaitu variabel promosi dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan, sebanyak 4 orang atau 8% menjawab sangat setuju, 33 orang atau 66% menjawab setuju, 10 orang atau 20% menjawab biasa, dan 3 orang atau 6% menjawab kurang setuju.
4. Pertanyaan keempat yaitu variabel distribusi dapat meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan, sebanyak 4 orang atau 8% menjawab sangat setuju, 34 orang atau 68% menjawab setuju, 9 orang atau 18% menjawab biasa, dan 3 orang atau 6% menjawab kurang setuju.

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan analisis dapat disimpulkan bahwa variabel pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan dan signifikan cukup berpengaruh terhadap variabel yaitu Penjualan.

Berdasarkan perhitungan, variabel citra merek yaitu produk, harga, promosi dan distribusi secara nyata berpengaruh terhadap penjualan ikan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan dan terlihat variabel harga lebih dominan berpengaruh terhadap penjualan ikan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, cetakan keenam edisi revisi, Bandung : Alfabeta
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta
- Assauri, Sofyan. 2008. *manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan kesembilan, Jakarta: Raja

- Grafindo persada
- Chandra, Gregerius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*, edit pertama. Cetakan pertama, Yogyakarta: Andi Offset
- Dinas Kelautan, dan Perikanan .2006. *laporan dinas kelautan dan perikanan*. Makassar
- Kotler, Philip. 1995. *Principles of Marketing, Analysis, Planning and Control*. Terjemahan Herajati Purwoto dan Jaka Wesana, edisi ke dua, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000 . *Manajemen Pemasaran*. Edisi millenium, Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002 . *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, jilid 1 dan II, Jakarta: Erlangga
- Kotler , Philip. Dan Kevin, L.K .2007. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Benyamin Molan, edisi Kedua Belas Jilid 1, Cetakan Kedua, Jakarta : PT Indeks
- Lamb, Charles.W, Joseph F. Hair dan MC Daniel. *Pemasaran (Judul asli:Marketing)*, Edisi Pertama, penerjemah David Octavia, Jakarta : PT Salemba Emban Patria
- Marlom H.B Mcdonal. 1999. *Marketing Plants that Work*, Jakarta: Erlangga
- Nikijuluw VPH. 2002. *Rezim Pengelolaan Sumber daya perikanan kerjasama P3R*, Jakarta : Pustaka Cidesindo
- PPI Paotere. 2008. *Laporan Tinjauan Hasil Kegiatan Operasional Makassar*
- Swastha, B. dan I. Sukotjo . 1995. *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Winardi. 1989. *Srategi Pemasaran (Marketing Strategy)*, Bandung : Mandar Maju,