

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Bisnis Budidaya Ikan Hias ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada peternak ikan hias di Desa Bendiljati Wetan Sumbergempol Tulungagung)” ini ditulis oleh Wiwin Purwati, NIM. 17402153010, pembimbing Dr. H. Mashudi, M. Pd.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena bahwa supplier yang memiliki pasar yang cukup jauh jaraknya seperti Bali, Jawa Barat, Jawa Tengah, awalnya para supplier menggunakan metode coba-coba dan nekat. Hal ini tentu masuk dalam kategori gharar, karena ada unsur ketidakpastian dan juga ada sedikit unsur gambling.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol? 2) Bagaimana strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol ditinjau dari etika bisnis Islam? 3) Kendala dalam strategi pemasaran budi daya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol ? 4) Solusi menghadapi kendala dalam strategi pemasaran budi daya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol? Tujuan dalam penulisan skripsi ini adalah 1) Mendeskripsikan strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol. 2) Mendeskripsikan strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol ditinjau dari etika bisnis Islam. 3) Mendeskripsikan Kendala dalam strategi pemasaran budi daya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol. 4) Mendeskripsikan solusi menghadapi kendala dalam strategi pemasaran budi daya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Penelitian ini dilaksanakan di desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, verifikasi. Pengecekan keabsahan temuan dengan cara perpanjang kehadiran, ketekunan pengamatan.

Hasil penelitian adalah produk yang dihasilkan/dijual dari desa Bendiljati Wetan ini adalah berbagai jenis ikan hias dengan berbagai macam ukuran, lokasi pengiriman/pasar yang dituju tidak hanya dalam pulau tetapi juga sampai luar pulau, penentuan harga jual adalah dua kali lipat dari harga beli di petani/pengepul, pengiriman dilakukan dengan menggunakan mobil pick up dan jasa pengiriman dengan pesawat terbang. Kendala yang sering di alami para supplier yaitu cuaca yang berubah dingin mengakibatkan ikan kena jamur dan ikan ikan menjadi mati. Kendala lain saat transportasi pesawat tidak jadi terbang. Solusi yang telah dilakukan para supplier untuk menghadapi kendala keadaan cuaca saat dingin dan kena penyakit jamur yaitu di beri obat sampai nanti kalo cuaca sudah kembali normal tidak dingin lagi, jadi selain di obati juga mampu bertahan sampai cuaca kembali normal. Untuk menghadapi masalah bagian pesawat yang tidak jadi terbang, 2 hari sebelum pengiriman harus boking dulu , harus di pastikan kira kira pesawatnya bener bener bisa terbang apa tidak.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Ikan Hias, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Thesis entitled “Marketing Strategy of Ornamental Fish Cultivation Business in terms of Islamic Business Ethics (Case Study of ornamental fish farmers in Bendiljati Wetan, Sumbergempol, Tulungagung)” was written by Wiwin Purwati, NIM. 17402153010, Advisor Dr. H. Mashudi, M. Pd.I

This research is motivated by the phenomenon that suppliers who have a market that is quite far away such as Bali, West Java, Central Java, initially the suppliers use trial and error methods. This certainly falls into the *gharar* category, because there is an element of uncertainty and there is also a little element of *gambling*.

The formulation of the problem were 1) What is the marketing strategy for ornamental fish farming in Bendiljati Wetan, Sumbergempol? 2) What is the marketing strategy for ornamental fish farming in Bendiljati Wetan, Sumbergempol in terms of Islamic business ethics? 3) What is constraints in the marketing strategy of ornamental fish cultivation in Bendiljati Wetan, Sumbergempol? 4) What is the solution to face obstacles in the marketing strategy of ornamental fish cultivation in Bendiljati Wetan, Sumbergempol? The purpose of this were: 1) To describe the marketing strategy of ornamental fish farming in Bendiljati Wetan, Sumbergempol. 2) To describe the marketing strategy of ornamental fish farming in Bendiljati Wetan, Sumbergempol in terms of Islamic business ethics. 3) To describe the obstacles in the marketing strategy of ornamental fish cultivation in Bendiljati Wetan, Sumbergempol. 4) To describe the solution to the obstacles in the marketing strategy of ornamental fish cultivation in Bendiljati Wetan, Sumbergempol.

This study used a qualitative approach with a type of field research. This research was conducted in the Bendiljati Wetan village, Sumbergempol, Tulungagung. The data used were primary data and secondary data. The technique of collecting data was by observation, interview and documentation. Data analysis techniques by means of data reduction, data presentation, verification. Check the validity of the findings by extending presence, observing perseverance.

The results of this research were the products from Bendiljati Wetan village were various types of ornamental fish with various sizes, delivery locations/markets that were targeted not only on the island but also outside the island, determining the selling price was double the purchase price in farmers/collectors, delivery was done by using a pick up car and shipping services by airplane. Constraints that were often experienced by suppliers, namely the weather that turns cold causes fish to get mold and fish become dead. and airplane transportation delayed. Solutions that had been made by suppliers to face the weather conditions when cold and subject to fungal disease, which was given medicine until later when the weather had returned to normal, it was not cold anymore, so it was also able to survive until the weather returns to normal. Then for the problem of parts of the plane that delayed, 2 days before shipping must be boking first, make sure the plane really could fly or not.

Keywords: Marketing Strategy, Ornamental Fish, Islamic Business Ethics