

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Objek Penelitian

1. Profil PT. Fajar Samodra Abadi

a. Sejarah dan Perkembangan PT. Fajar Samodra Abadi Tulungagung

Berdiri pada 17 juni 2017 di Tulungagung Jawa Timur, yang memulai usaha sebagai suplier ikan konsumsi. Hingga kini mulai merambah pasar yang lebih besar dengan menjadi salah satu perusahaan pengelola hasil perikanan.

Tulungagung sebagai tempat kedudukan perusahaan ini merupakan salah satu pusat perikanan budidaya di Indonesia, khususnya untuk komoditas ikan patin, gurami, dan lele. Sehingga berdirinya perusahaan ini di pusat tersedianya bahan baku produk perikanan memberikan keuntungan tersendiri yaitu bisa terjaminnya kesegaran produk, selain itu ketersediaan bahan baku juga merupakan keunggulan dari PT. Fajar Samodra Abadi. Disamping itu ketatnya persaingan menjadikan PT Fajar Samodra Abadi memiliki strategi dan inovasi – inovasi untuk keberlangsungan usahanya dalam melawan pesaingnya.

PT. Fajar Samodra Abadi Tulungagung termasuk pengusaha ikan konsumsi yang besar karena di dalam penjualannya yang cukup luas yang terjadi transaksi antara usaha ikan dan para pelanggan untuk diolah

serta di buat olahan makanan yang terbuat dari bahan ikan seperti bakso ikan, sosis ikan ataupun di jual langsung ke konsumen

PT. Fajar Samodra Abadi juga sangat peduli terhadap para pembudidaya kecil di Tulungagung dengan membangun jaringan kemitraan dengan para petani sehingga memberi kepastian pada mereka terkait permodalan pakan, harga ikan dan pengambilan sehingga dengan sistem kemitraan yang dibangun harga ikan akan terjaga dari fluktuasi yang terlalu tinggi. Hal ini juga memberikan dampak positif terhadap PT. Fajar Samodra Abadi, yaitu kepastian mengenai kualitas dan kuantitas bahan baku serta proses quality control yang tidak terbatas di pabrik pengolahan, tetapi dari hulu ke hilir mulai dari budidaya hingga pengolahan.

b. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

Sejak didirikan PT. Fajar Samodra Abadi bermaksud untuk mensejahterakan karyawan, mitra kerja dan masyarakat sekitar sehingga dapat murunkan tingkat pengangguran dan dapat menunjukkan diri sebagai suplier ikan segar berkualitas tinggi

PT. Fajar Samodra Abadi juga sangat peduli terhadap para pembudidaya kecil di Tulungagung dengan membangun jaringan kemitraan dengan para petani sehingga memberi kepastian pada mereka terkait permodalan pakan, harga ikan dan pengambilan sehingga dengan sistem kemitraan yang dibangun harga ikan akan terjaga dari fluktuasi yang terlalu tinggi. Hal ini juga memberikan dampak positif terhadap

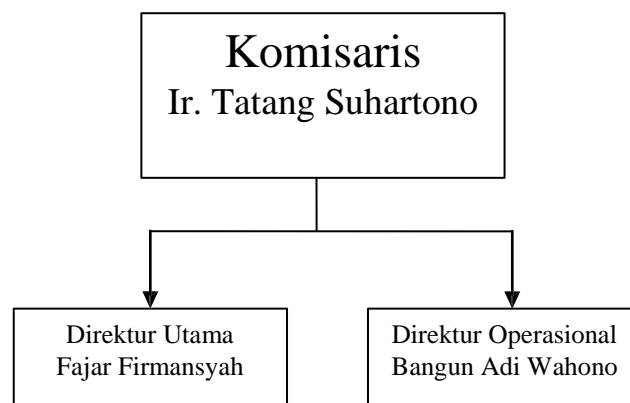
PT. Fajar Samodra Abadi, yaitu kepastian mengenai kualitas dan kuantitas bahan baku serta proses quality control yang tidak terbatas di pabrik pengolahan

PT. Fajar Samodra Abadi menyadari bahwa pentingnya tujuan bagi suatu organisasi, karena tujuan itu sendiri yang menjadikan pemersatu dalam sebuah organisasi, oleh karena itu mereka membuat tujuan yang mampu mendefinisikan organisasi mereka dalam lingkungannya

c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada di PT. Fajar Samodra Abadi sangat sederhana, dimana Bpk. Ir. Tatang Suhartono M.Si sebagai pimpinan perusahaan yang mengawasi serta bertanggung jawab akan kelangsungan perusahaan dan menghitung segala pemasukan dan pengeluaran perusahaan yang dibantu oleh beberapa karyawannya.

Berikut bagan struktur organisasi PT. Fajar Samodra Abadi:



Kabupaten Tulungagung karena memiliki banyak pengusaha budidaya ikan dan pesisir pantai yang luas menjadikan ikan menjadi sebuah komoditas yang diperjual belikan dengan ramai. Dari data dinas kelautan dan perikanan Tulungagung mencatat beberapa ikan ikan tawar yang menjadi produk unggulan hasil budidaya meliputi Gurame, Patin, Lele dan Nila serta ikan laut yang menjadi hasil produksi tangkap Kabupaten Tulungagung, yaitu:¹

d. Deskripsi Narasumber Penelitian

Semua narasumber dalam penelitian ini tidak merasa keberatan untuk diwawancara guna mendapatkan tujuan penelitian, adapun narasumber penelitian ini adalah:

1) Bapak H. Yanto

Bapak H. Yanto yang beralamat di Desa Tanggung merupakan salah satu pelaku usaha ikan konsumsi yang tertua menjalani usaha ini dengan memiliki gudang pendingin dengan kapasitas 15 Ton, beliau sudah menggeluti usaha ini sejak lama dan umur beliau sekarang sudah mencapai 62 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan konsumsi seperti Gurami, lele, dan ikan Patin. Nila dan lain-lain pada masa masih belum ramai sampai sekarang. Selama melakukan proses wawancara dengan bapak H Yanto beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

¹ WWW.DKP.Tulungagung.go.id., diakses pada tanggal 30 Juni 2019

2) Bapak Suryani

Bapak Suryani yang beralamat di Desa Gesikan Kecamatan Tanggunggunung merupakan salah satu mitra pt dengan memiliki gudang pendingin dengan kapasitas 10 ton. Beliau menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 2005 dan umur beliau sekarang 35 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan konsumsi seperti Gurami, lele, dan ikan Patin, Nila dan lain-lain. Selama melakukan proses wawancara dengan bapak Suryani beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan, beliau sangat ramah dan tidak segan-segan untuk melakukan wawancara.

3) Bapak Irul

Bapak Irul yang beralamat di Dusun Kalianyar Desa Ngunggahan Kecamatan Tanggunung merupakan salah satu pelaku usaha ikan konsumsi dengan kapasitas gudang pendingin yang dimilikinya 16 Ton, disebutkan oleh beliau bahwa menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 2015 dan umur beliau sekarang sudah mencapai 33 tahun, ikan yang dijual merupakan jenis ikan Beku dari luar daerah Tulungagung seperti Salem yang biasa diimpor dari Jepang atau Taiwan berbeda dengan para pelaku usaha lain gudang yang digunakan oleh Bapak Irul merupakan box kontener dengan mesin pendingin, Selama melakukan proses wawancara dengan bapak Irul merupakan narasumber yang baik beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

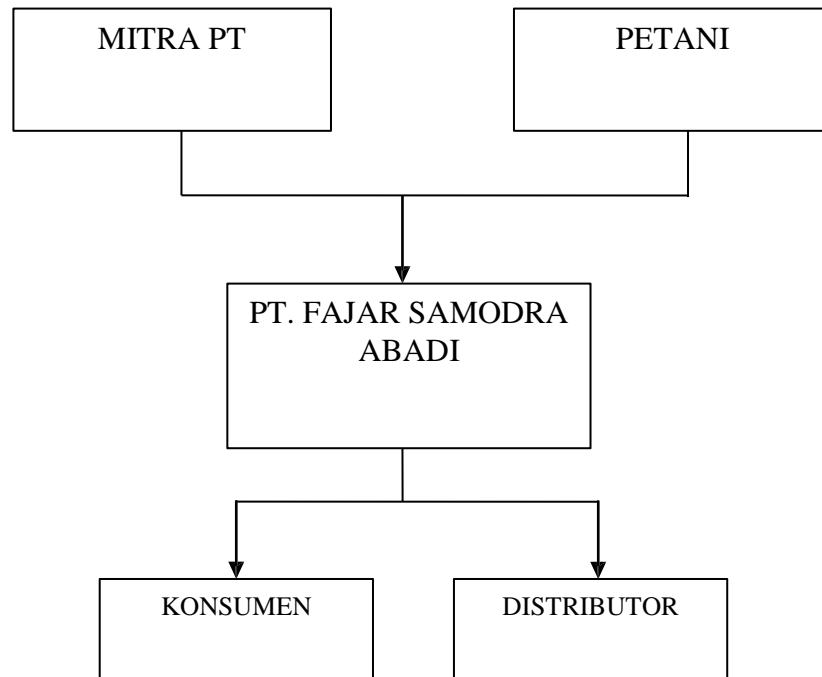
4) Bapak Bangun

Bapak Bangun selaku bagian operasional PT. Fajar Samodra Abadi merupakan salah satu pelaku usaha ikan konsumsi dengan memiliki gudang pendingin dengan kapasitas 15 ton. Beliau menggeluti usaha ini sejak 2017 dan umur beliau sekarang 26 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan konsumsi seperti Gurami, lele, dan ikan Patin. Selama melakukan proses wawancara dengan bapak Bangun beliau merupakan narasumber yang baik, beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan, beliau sangat ramah dan tidak segan-segan untuk melakukan wawancara.

e. Peran Usaha Ikan Konsumsi

Peran dan rantai skema perdagangan ikan dalam usaha perdagangan ikan meliputi sebagai berikut:

Gambar 1.1
Mekanisme perdagangan ikan di PT. Fajar Samodra Abadi Tulungagung



Dari gambar di atas dapat dijabarkan bahwa pelaku usaha usaha ikan konsumsi berperan sebagai penyalur maupun tengkulak dan mendistribusikannya kepada para konsumen maupun masyarakat.

Deskripsi Data Strategi Persaingan Bisnis Ikan Konsumsi PT. Fajar Samudra Abadi Tulungagung

a. Data Jumlah Penyaluran ikan PT. Fajar Samudra Abadi Tulungagung

Tulungagung - Trenggalek				
Tanggal	Kolam	Harga	Bobot	Jumlah
4/23/2019	Bu Khoir	Rp12.500	1092	Rp13.650.000
4/24/2019	Bu Rois	Rp12.500	1078	Rp13.475.000

9		0		0
4/25/2019	Bu Khoir	Rp12.500	724	Rp9.050.000
4/26/2019	Bu Rois	Rp12.500	326	Rp4.075.000
4/27/2019	Bu Khusnul	Rp12.500	256	Rp3.200.000
4/28/2019	Pak Suprih	Rp12.500	384	Rp4.800.000
4/29/2019	Pak Dahli	Rp12.500	434	Rp5.425.000
4/30/2019	Pak Din	Rp12.500	77	Rp962.500
5/1/2019	Pak Irsanto	Rp12.500	918	Rp11.475.000
5/2/2019	Pak Heru (Lurah) - Diljati	Rp12.500	1008	Rp12.600.000
5/3/2019	Pak To – Sambidoplang	Rp13.000	1074	Rp13.962.000
5/4/2019	Pak To – Sambidoplang	Rp13.000	1036	Rp13.468.000
5/6/2019	Pak To – Sambidoplang	Rp13.000	1025	Rp13.325.000
5/7/2019	Pak Kembar	Rp13.000	650	Rp8.450.000
5/7/2019	Pak Yanto	Rp13.000	303	Rp3.939.000
5/7/2019	Pak Mail	Rp13.000	193	Rp2.509.000
5/8/2019	Pak Benok / Talkah	Rp13.000	1171	Rp15.223.000
5/9/2019	Pak Benok / Talkah	Rp13.000	1059	Rp13.767.000
5/13/2019	Pak Benok / Talkah	Rp13.000	1064	Rp13.832.000
5/14/2019	Pak To – Sambidoplang	Rp13.000	1034	Rp13.442.000
5/15/2019	Pak To – Sambidoplang	Rp13.000	1019	Rp13.247.000
5/17/2019	Pak Benok / Talkah	Rp13.000	245	Rp3.185.000
5/17/2019	Pak Benik / Pak Roji	Rp13.000	811	Rp10.543.000
5/22/2019	Pak Donik – Diljati	Rp13.000	1008	Rp13.104.000

5/23/2019	Pak Anis - Sambirobyong	Rp13.00 0	987	Rp12.831.00 0
6/11/2019	Pak Ridwan *W5*	Rp13.00 0	1000	Rp13.000.00 0
6/12/2019	Pak Ridwan *W5*	Rp13.00 0	796	Rp10.348.00 0
6/12/2019	Pak Endik *W5*	Rp13.00 0	204	Rp2.652.000
6/13/2019	Pak Endik *W5*	Rp13.00 0	948	Rp12.324.00 0
6/13/2019	Pak Sepri *W5*	Rp13.00 0	500	Rp6.500.000
6/14/2019	Pak Sepri *W5*	Rp13.00 0	812	Rp10.556.00 0
6/14/2019	GROWPAL A4 *W5*	Rp13.00 0	1150	Rp14.950.00 0
6/15/2019	GROWPAL C6 *W5*	Rp13.00 0	1040	Rp13.520.00 0
6/18/2019	Growpal C6+A4 *W5*	Rp13.00 0	1500	Rp19.500.00 0
6/19/2019	Pak Heru - Balesono *W5*	Rp13.00 0	1508	Rp19.604.00 0
6/20/2019	Pak Heru - Balesono *W5*	Rp13.00 0	2000	Rp26.000.00 0
6/21/2019	Pak Heru - Balesono *W5*	Rp13.00 0	2006	Rp26.078.00 0
6/25/2019	Pak Muhajir - Glotan (W5)	Rp13.00 0	1450	Rp18.850.00 0
6/26/2019	Pak Muhajir - Glotan (W5)	Rp13.00 0	1510	Rp19.630.00 0
6/27/2019	Pak Sepri - Glotan (W5)	Rp13.00 0	1073	Rp13.949.00 0
6/27/2019	Pak Muhajir - Glotan (W5)	Rp13.00 0	680	Rp8.840.000
6/28/2019	Pak Suryani - Gempolan (W5)	Rp13.00 0	1558	Rp20.254.00 0
7/1/2019	Pak Suryani - Gempolan (W5)	Rp13.00 0	2005	Rp26.065.00 0
7/2/2019	Pak Suryani - Gempolan (W5)	Rp13.00 0	2001	Rp26.013.00 0
7/3/2019	Pak Sis - Gempolan (W5)	Rp13.00 0	2101	Rp27.313.00 0
7/3/2019	Pak Suryani - Gempolan (W5)	Rp13.00 0	911	Rp11.843.00 0
7/4/2019	Pak Supangat -	Rp13.00	1000	Rp13.000.00

	Kendalbulur (W5)	0		0
7/5/2019	Pak Supangat - Kendalbulur (W5)	Rp13.00 0	1509	Rp19.617.00 0
7/6/2019	Pak Sulis - Panjerejo (W5)	Rp13.00 0	2000	Rp26.000.00 0
7/8/2019	Bu Sumarti - Panjerejo (W5)	Rp13.00 0	1770	Rp23.010.00 0
7/8/2019	Pak Sulis - Panjerejo (W5)	Rp13.00 0	234	Rp3.042.000
7/9/2019	Growpal - Kauman A4 (W5)	Rp13.00 0	1513	Rp19.669.00 0
7/10/2019	Bu Musrikah - Aryojeding (W5)	Rp13.00 0	412	Rp5.356.000
7/10/2019	Pak Sulis - Panjerejo (W5)	Rp13.00 0	642	Rp8.346.000
7/11/2019	Pak Ridwan (Mas Fuan) - Glotan (W5)	Rp13.00 0	1000	Rp13.000.00 0
7/12/2019	Pak Mail - Diljati (W5)	Rp13.00 0	1033	Rp13.429.00 0
22/7/2019	Mbah Pangat - Kendalbulur (W5)	Rp13.00 0	676	Rp8.788.000
22/7/2019	Pak Suryani - Gesikan (W5)	Rp13.00 0	930	Rp12.090.00 0
23/7/2019	Growpal - Kauman (W5)	Rp13.00 0	1518	Rp19.734.00 0
24/7/2019	Pak Anis - Sambirobyong (W5)	Rp13.50 0	1431	Rp19.318.50 0
24/7/2019	Bu Rois - Diljati Wetan (W5)	Rp13.50 0	600	Rp8.100.000
25/7/2019	Pak Harun - Doroampel (W5)	Rp13.50 0	776	Rp10.476.00 0
25/7/2019	Pak Men - Diljati (W5)	Rp13.50 0	605	Rp8.167.500
25/7/2019	Pak Nur - Boyolangu (W5)	Rp13.50 0	139	Rp1.876.500
13/8/2019	Pak Nur - Purwodadi (W5)	Rp14.50 0	1750	Rp25.375.00 0
15/8/2019	Growpal - Kauman (W5)	Rp14.00 0	1000	Rp14.000.00 0
16/8/2019	Pak Hudi - Ngranti (W5)	Rp14.00 0	1639	Rp22.946.00 0
19/8/2019	Mas Fuan (pak Ridwan) - Glotan (W5)	Rp14.50 0	1012	Rp14.674.00 0
20/8/2019	Pak Ridwan - Glotan (W5)	Rp14.50 0	842	Rp12.209.00 0

21/8/2019	Pak Basuni (sulis) - Karangsono (W5)	Rp15.00 0	3000	Rp45.000.00 0
22/8/2019	Pak Basuni (sulis) - Karangsono (W5)	Rp15.00 0	1112	Rp16.680.00 0
22/8/2019	Bu Sumarti (sulis) - Panjerejo (W5)	Rp15.00 0	318	Rp4.770.000
22/8/2019	Pak Sulis - Panjerejo (W5)	Rp15.00 0	1582	Rp23.730.00 0
28/8/2019	Pak Kabib - Pakel (W5)	Rp15.00 0	2691	Rp40.365.00 0
29/8/2019	Mas Fuan (pak Ridwan) - Glotan (W5)	Rp14.50 0	989	Rp14.340.50 0
29/8/2019	Pak Ridwan - Glotan (W5)	Rp14.50 0	707	Rp10.251.50 0
30/8/2019	Mas Fuan (pak Ridwan) - Glotan (W5)	Rp14.50 0	1097	Rp15.906.50 0
3/9/2019	Pak Karni - Wates (W5)	Rp14.50 0	3012	Rp43.674.00 0
5/9/2019	Growpall (C3) - Kauman (W5)	Rp14.50 0	1165	Rp16.892.50 0
5/9/2019	Pak Muhajir - Glotan (W5)	Rp14.50 0	196	Rp2.842.000
6/9/2019	Pak Ridwan (Nehan) - Glotan (W5)	Rp14.50 0	1006	Rp14.587.00 0
12/9/2019	Pak Ridwan (Nehan) - Glotan (W5)	Rp14.50 0	2853	Rp41.368.50 0
13/9/2019	Pak Ridwan - Glotan (W5)	Rp14.50 0	2013	Rp29.188.50 0
16/9/2019	Pak Sepri - Glotan (W5)	Rp14.50 0	2000	Rp29.000.00 0
20/9/2019	Pak Jamik - Diljati (W5)	Rp14.50 0	1517	Rp21.996.50 0
20/9/2019	Pak Sepri - Glotan (W5)	Rp14.50 0	507	Rp7.351.500
21/9/2019	Pak Muarif - Tanggung (W5)	Rp15.00 0	1023	Rp15.345.00 0
23/9/2019	Pak Khusnah - Pulosari (W5)	Rp14.50 0	2020	Rp29.290.00 0
25/9/2019	Pak Khusnah - Pulosari (W5)	Rp14.50 0	1279	Rp18.545.50 0
26/9/2019	Pak Dadi - Diljati (w5)	Rp14.50 0	2060	Rp29.870.00 0
4/10/2019	Pak Suryani - Gesikan (W5)	Rp14.50 0	2014	Rp29.203.00 0
5/10/2019	Pak Suryani - Gesikan	Rp14.50	1193	Rp17.298.50

9	(W5)	0		0
7/10/2019	Pak Sepri - Glotan (W5)	Rp14.500	2050	Rp29.725.000
8/10/2019	Mbah Pangat - Kendalbulur (W5)	Rp14.500	1990	Rp28.855.000

B. Paparan Data Penelitian

1. Faktor-faktor yang Mendasari Persaingan Usaha Ikan Konsumsi di PT. Fajar Samodra Abadi Tulungagung

Pengusaha ikan konsumsi merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam menyediakan kebutuhan ikan segar kepada konsumen dan para pedagang yang menjual ikan kepada masyarakat atau langsung kepada konsumen. Untuk menjaga kelangsungan usaha maka diperlukan sebuah manajemen usaha yang baik. Manajemen merupakan suatu proses kegiatan yang tersinergi guna mencapai sebuah tujuan. Para usaha menggunakan manajemen perdagangan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Dalam sebuah pasar faktor persaingan merupakan hal yang wajar terjadi adapun faktor yang mendasari persaingan para usaha ikan konsumsi di pasar ikan adalah:

- a. Penurunan kualitas Ikan Secara Alami Manajemen menjaga kualitas produk yang dilakukan oleh pengusaha usaha ikan adalah mengupayakan agar ikan yang dijualnya cepat terjual dan dengan keadaan beku atau dingin karena jika terlalu lama di gudang pendingin maka kualitas barang akan menurun dan mempengaruhi harga karena jika ikan yang kualitasnya buruk tidak dapat dijual dengan harga yang mahal dan permintaan akan menjadi menurun.

Bapak Bangun mengungkapkan bahwa dalam usaha menjaga menjaga kualitas barang, beliau mengatakan:

“Jika ikan datang langsung diupayakan terjual karena mengirimkan langsung ke Surabaya atau Jakarta kalau lama tersimpan di gudang kualitasnya akan berkurang.”²

Kemudian diungkapkan pula oleh bapak Kusir tentang pengelolaan persediaan ikan, beliau mengungkapkan:

“Persediaan ikan yang ada biar tidak terjadi penurunan harga karena penurunan kualitas diupayakan agar ikan langsung terjual agar tidak merugi, soal pembukuan masih sederhana menggunakan manajemen pribadi”³

Dari uraian diatas maka dengan mengupayakan ikan cepat terjual maka tidak ada timbunan ikan di gudang hal ini menjadikan kualitas ikan tidak menurun dan harga sesuai kualitasnya. Dengan cepat lakunya ikan yang dijual maka resiko kerugian bisa diminimalisir karena penjualan yang tidak ada kendala dan semakin menguntungkan. Dengan setiap hari terjadi transaksi jual beli maka menjadi keuntungan bagi pelaku usaha karena keuangan terus berputar.

Kemudian, jika ada resiko ikan yang tidak terjual bapak Bangun mengungkapkan bahwa sebagai berikut:

“Agar ikan kualitasnya tetap terjaga maka usahanya yaitu dibekukan dan diberi tambahan es. Karena jika ikan selalu dengan keadaan beku maka kualitas akan tetap terjaga agar menang kualitas dengan memakai termoking karena jika hanya memakai boks ikan kurang maksimal.”⁴

Hal serupa diungkapkan oleh bapak Kusir beliau mengungkapkan bahwa:

² Wawancara dengan dengan Bapak Bangun. Pada tanggal 27 Desember 2019

³ Wawancara dengan dengan bapak Kusir, Pada tanggal 27 Desember 2019

⁴ Wawancara dengan bapak Bangun selaku direktur perusahaan. Pada tanggal 28 Desember 2019 di rumah bapak Bangun

“Ada dua alternatif yaitu pertama saat dipasarkan di pasar itu diberi es biar kualitas tetap terjaga dan kedua dibekukan di gudang pendingin agar tetap beku jadi ikan bisa tahan lama”.⁵

Sehingga pengusaha usaha ikan konsumsi dalam meminimalisir resiko kerugian karena adanya ikan yang tidak terjual adalah dengan pemberian es pada saat pemasaran dan disimpan dalam gudang pendingin untuk dibekukan, hal ini membuat ikan tidak cepat busuk sehingga kualitas ikan akan tetap terjaga.

b. Menjaga Ketersediaan Karena Penurunan Kuantitas Ikan Secara Alami

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen di pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Pengusaha usaha ikan konsumsi dalam menjaga ketersediaan produk melakukan usaha membuka jaringan keberbagai wilayah untuk pengambilan bahan baku karena jika tidak ada barang yang dijual maka usaha tidak berjalan dengan lancar dan pelanggan akan mencari ikan sesuai kebutuhannya.

Hal ini diungkapkan oleh bapak Bangun selaku direktur perusahaan sebagai berikut:

“Upayanya adalah dengan membuka jaringan yang lebih luas untuk pemasaran usaha. Seperti contoh jika ikan keluar maka dipasarkan ke luar daerah hingga melebar ke luar wilayah Jawa Bali bahkan ke pulau lain. Juga harus mengerti musim-musim ikan di berbagai wilayah karena beda wilayah beda.”⁶

Kemudian bapak Irul juga mengungkapkan bahwa:

“Mengambil dari mitra PT merupakan ikan yang dibekukan yang kebanyakan didatangkan daerah sekitar yang sehingga dapat mencukupi permintaan”.⁷

⁵ Wawancara dengan bapak Kusir..., Pada tanggal 15 Juni 2017

⁶ Wawancara dengan Bapak Bangun..., Pada Tanggal 27 Desember 2019

⁷ Wawancara dengan Bapak Irul..., Pada Tanggal 27 Desember 2019

Dari pernyataan di atas menunjukkan bahwa ketersediaan barang merupakan hal yang vital, jika ketersediaan kosong maka penjualan akan menurun dan kalah ramai dengan pengusaha lainnya dan bahkan dapat menghentikan aktifitas penjualan sebab tidak adanya stok. Karena barang dagangan merupakan sebuah hal yang sangat diperlukan dalam sebuah perdagangan. Usaha agar ketersediaan barang dagangan berupa ikan segar yang dilakukan meliputi:

Pertama, dengan membuka jaringan ke berbagai wilayah di Jawa dan Bali sehingga tidak tergantung pada satu wilayah saja, wilayah tersebut. Jika dulu usaha ikan konsumsi di pasar ikan hanya menggantungkan ketersediaan ikan dari hasil budidaya pada saat musim panen ikan di sekitar Kabupaten Tulungagung seperti di Pantai Popoh, Pantai Prigi dan lain- lain. Sekarang setiap hari dapat menyediakan ketersediaan produk dengan mendatangkan dari berbagai wilayah dengan jaringan yang telah ada. Para pengusaha usaha ikan yang mempunyai barang dagangan yang selalu ada setiap hari maka menjadi primadona tersendiri bagi para pelanggan. Sehingga hal ini wajar menjadikan para pengusaha ikan konsumsi berlomba-lomba dalam menyediakan barang dagangan kepada para pelanggannya dengan memberikan banyak variasi jenis ikan untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Diungkapkan oleh Bapak Lamuji yang bekerja sebagai pedagang ikan eceran, beliau mengungkapkan:

“Bagi saya para usaha ikan di sini sangat penting bagi saya karena jika tidak ada stok ikan maka saya dan para penjual ikan lainnya akan menganggur karena tidak ada barang untuk dijual. Jadi nasib kami tergantung pada ketersediaan ikan yang di jual ini sebagai mata pencaharian.”⁸

Dari pernyataan di atas menjelaskan bahwa ketersediaan produk bukan hanya penting bagi para pelaku usaha besar usaha ikan namun juga penting bagi pedagang ikan kecil yang menjadikan berjualan ikan sebagai mata pencaharian. Dengan adanya jaringan ke berbagai wilayah yang membuat selalu adanya ikan yang dapat dijual di pasar menjadi primadona tersendiri dan dapat menjadi keunggulan kompetitif untuk para pelaku usaha ikan konsumsi.

Kedua, pelaku usaha ikan konsumsi untuk menjaga kelangsungan usaha juga harus mengerti tentang adanya siklus musim ikan dan jenisnya.⁹ Hal ini didapat dengan pengalaman yang sudah lama diraih. Musim ikan yang terjadi di pesisir Pantai Tulungagung dan sekitarnya terjadi pada Bulan Juli sampai dengan Januari. Dengan memahami siklus dan pola jumlah tangkap ikan maka pengusaha ikan konsumsi mempunyai pandangan dalam mengelola ketersediaan produk untuk diperdagangkan.

c. Keuangan dan Pengembangan Usaha

Bisnis yang baik merupakan bisnis yang dapat tumbuh atau berkembang ke arah yang lebih maju dengan baik dan besar, dengan berkembangnya sebuah usaha maka pertumbuhan laba juga semakin

⁸ Wawancara dengan Bapak Lamuji selaku pedagang ikan. Pada Pada tanggal 28 Desember 2019 di rumah bapak Lamuji

⁹ Wawancara dengan dengan Bapak Bangun..., Pada tanggal 27 Desember 2019

besar. Dalam sebuah bisnis kepercayaan antara usaha dengan para pedagang kecil juga penting, kepercayaan ini tidak hanya sebatas masalah kualitas ikan tetapi juga dengan masalah pembayaran. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Lamuji sebagai berikut:

“Saya suka mengambil ikan disini dikarenakan kualitas dan kesediaan barangnya bagus dan banyak, karena saya sudah jadi langganan disana jadinya enak pembayaran bisa dilakukan dikemudian hari tidak tergantung dengan modal yang saya punya.”¹⁰

Kemudian bapak Bangun menambahkan upaya dalam pengembangan usahanya adalah:

“Upaya dalam pengembangan usaha menurut saya dengan menambah pelanggan serta penambahan gudang pendingin agar jumlah ikan yang dijual dapat banyak”.¹¹

Kemudian bapak Suryani mengungkapkan bahwa

“Upayanya adalah penambahan gudang pendingin tetapi terkendala oleh modal dan berusaha dengan menjaga kualitas ikan dengan baik”.¹²

Dari pernyataan singkat diatas menjelaskan bahwa upaya dalam pengembangan usaha meliputi menambah jalinan jaringan komunikasi dengan banyak pelaku pengusaha ikan dan berusaha untuk menarik banyak pelanggan serta penambahan gudang pendingin agar dapat menampung dan menjual dengan jumlah yang lebih besar. Perkembangan usaha penting bagi sebuah bisnis dengan adanya perkembangan usaha maka tidak tertinggal oleh pengusaha lain bahkan dapat mengungguli para pesaing.

¹⁰ Wawancara dengan bapak Lamuji..., Pada tanggal 28 Desember 2019

¹¹ Wawancara dengan bapak Bangun..., Pada Tanggal 27 Desember 2019

¹² Wawancara dengan bapak Suryani..., Pada tanggal 25 Desember 2019

d. Persaingan Antar Usaha yang Semakin Banyak

Semakin banyaknya pelaku usaha khususnya di bidang perdagangan ikan membuat tingkat persaingan menjadi lebih besar, hal ini berpengaruh pada jumlah tingkat penjualan yang dicapai karena jumlah daya beli masyarakat atau daya jual di pasar sama hal ini membuat pelaku usaha harus punya inisiatif manajemen usaha yang baik dan mengetahui semua unsur-unsur yang berkaitan dengan penjualan guna kelangsungan usaha dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Sebagai pelaku usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan hasil penjualan yang tinggi merupakan faktor yang menjadi tujuan dari berdirinya usaha.

Dengan penjualan yang tinggi maka laba yang didapat juga tinggi pula pada umumnya faktor yang menjadi pendorong sebuah penjualan meliputi harga, produk dan pelayanan. Pelaku usaha ikan konsumsi mengungkapkan terkait dengan faktor pendorong yang diungkapkan oleh Bpk. Bangun, beliau mengungkapkan:

“Faktor pendorong yang utama adalah kualitas barang dan harga yang murah, kalau barang bagus dan harganya murah pasti menjadi incaran para pedagang dan cepat habis karenaambilnya kwintalan bahkan ada orang yang ambil 1 ton, soal pelayanan yang sama dengan lainnya yaitu barang tidak mengharuskan bayar cash pada pelanggan.”¹³

Untuk pelayanan kami memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memilih sesukanya dan bisa diganti atau menitipkan barang maksudnya jika ikan dibeli hari ini bisa dititipkan di gudang untuk diambil besok. Serta bapak Yanto juga mengungkapkan terkait dengan

¹³ Wawancara dengan Bpk. Bangun, Pada tanggal 15 Desember 2019

faktor yang menjadi pendorong dalam penjualan, beliau mengungkapkan bahwa:

“Harus mempunyai pengalaman sendiri masalah urusan dagang, semakin banyak jenis dan jumlah ikan yang dijual semakin banyak pula yang menawar harga, soal harga itu tergantung kualitas barang.”¹⁴

Serta bapak Kasiran selaku salah satu pedagang yang mengambil barang mengungkapkan bahwa:

“Yang membuat tertarik untuk membeli ikan yaitu harga ikan dan kualitas yang bagus. Jika harga murah dan kualitas bagus maka pastinya menguntungkan bagi saya karena akan dijual lagi. Soalnya saya mengambil ikan tidak tetap pada satu usaha ikan saja tetapi kepada mereka yang memberikan harga yang murah dengan kualitas yang bagus. Kalo ada pasti itu jadi rebutan oleh para pedagang.”¹⁵

Dari beberapa paparan di atas yang diungkapkan oleh para pelaku usaha usaha ikan konsumsi dapat diambil sebuah penjelasan bahwa ada beberapa faktor pendorong penjualan dalam usahanya, faktor-faktor tersebut di antaranya adalah:

1) Harga

Harga merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh para konsumen saat melakukan transaksi tawar menawar jual beli. Pasar yang sempurna adalah sebuah pasar yang memberikan harga yang tercipta dari hasil tawar menawar. Pelaku usaha ikan yang memberikan harga yang lebih ringan kepada konsumen maka akan mendorong jumlah penjualannya dan sebaliknya pelaku

¹⁴ Wawancara dengan bapak Yanto..., Pada tanggal 25 Desember 2019

¹⁵ Wawancara dengan bapak Kasiran..., Pada tanggal 28 Desember 2019

usaha yang memberikan harga yang tinggi maka dapat mengurangi jumlah penjualannya.

2) Produk

Produk merupakan sebuah inti dari perdagangan, produk yang berkualitas menjadi sebuah pendorong penjualan hal ini karena dengan kualitas yang bagus maka akan lebih diminati oleh para konsumen pemakai dimana ikan yang berkualitas pasti rasanya lebih nikmat saat dikonsumsi sehingga menjaga mutu ikan yang dijual menjadi sebuah faktor pendorong penjualan, serta dengan memberikan variasi jenis ikan yang beragam kepada konsumen/pedagang ikan juga merupakan faktor pendorong penjualan hal ini karena dengan banyaknya jenis variasi ikan maka konsumen akan dimanjakan dengan pilihan yang sesuai selera konsumen.

3) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan menentukan sebuah hasil penjualan karena pelayanan menjadi salah satu unsur yang menjadikan persaingan. Pedagang yang memberikan pelayanan yang bagus menjadi sebuah daya tarik kepada konsumen. Setiap usaha pasti ada hambatan atau kendala di dalamnya hal itu menjadikan sebuah resiko yang dapat mengurangi laba bahkan dapat merugikan hal ini juga dialami oleh pelaku usaha ikan konsumsi.

Persaingan merupakan kondisi *real* yang dihadapi setiap orang di masa sekarang, dalam dunia bisnis seorang pelaku usaha tampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Dengan kata lain aktivitas bersaing dalam bisnis antara pedagang satu dengan pedagang yang lain tidak dapat dihindarkan. Hambatan dalam menjalankan usaha usaha konsumsi terjadi karena adanya faktor internal atau faktor yang terjadi karena kondisi dalam pengelolaan sendiri dan faktor eksternal atau faktor yang terjadi karena kondisi di luar pengelolaan usaha. Hambatan-hambatan dalam usaha ini diungkapkan oleh bapak Irul sebagai berikut:

“Faktor penghambat pada keuangan karena untuk kenyamanan pelanggan pembayarannya tidak tunai pelanggan mengambil ikan hari ini pembayarannya besok, sehingga jika ada pelanggan yang susah bayar harus pake uang sendiri untuk modal ambil stok ikan lagi, dari segi persaingan yang utama adalah persaingan kualitas barang dan untuk menjaga kualitas barang ikan harus tetap dingin jadi perlu menggunakan termo king dan penambahan biaya pula jadi kalo ikan bagus dan harga murah pelanggan akan datang dan harga ikan itu tidak mementu maka jika rugi ditahan persaingan banyak berusaha semaksimal mungkin mengatasi persaingan harus sabar biar tidak merugi kalau dari produk substitusi tidak ada masalah karena kami menjual pada penjual yang membutuhkan persediaan ikan.”¹⁶

Kemudian hal lain juga diungkapkan oleh bapak Bangun, beliau mengungkapkan bahwa:

“Faktor penghambat utama adalah masalah keuangan, kalau tentang persaingan saya rasa persaingan sehat-sehat saja karena selalu mengikuti keadaan pasar dan kesetersediaan barang kalau stock terlalu banyak ya harga jualnya tidak bisa tinggi karena kalau ikan tidak laku malah akan rugi. Ya solusinya harus pintar-pintar menarik dan menyediakan barang yang layak jual karena persaingan semakin ketat

¹⁶ Wawancara dengan bapak Irul..., Pada tanggal 25 Desember 2019

disebabkan karena semakin banyak yang memakai pabrik/gudang pendingin.”¹⁷

Dari uraian di atas yang menjadi penghambat para pelaku usaha usaha ikan konsumsi berupa:

a) Keuangan Usaha

Keuangan usaha merupakan faktor internal yang penting dalam setiap usaha dengan pengelolaan keuangan yang baik sebuah usaha dapat mampu bertahan. Pelaku usaha ikan konsumsi melakukan penjualan dengan menerapkan sistem jual berupa tidak harus membayar secara langsung hal ini menjadi sebuah usaha untuk meningkatkan pelayanan guna kenyamanan pelanggan dengan begitu pelanggan tidak terkendala modal, namun dengan melakukan sistem penjualan ini maka resiko juga semakin besar pula sebab jika pelanggan tidak tertib membayar maka keuangan usaha akan terkendala guna pembayaran berupa gaji pekerja, biaya operasional dan modal usaha.

b) Kualitas dan Harga Barang

Kualitas yang bagus menjadi daya tarik tersendiri bagi penjual. Sehingga pelaku usaha selalu mengupayakan agar kualitas barang yang dijual selalu baik. Karena jika kualitas barang menurun maka harga juga menurun dan konsumen akan lebih memilih mengambil kepada usaha ikan yang tetap menjaga kualitas barang yang dijualnya. Sehingga penurunan kualitas produk

¹⁷ Wawancara dengan bapak Bangun..., pada tanggal 26 Desember 2019

merupakan sebuah hambatan yang terjadi secara alami dalam usaha ini.

c) Faktor Konsumen

Konsumen merupakan faktor yang penting dalam setiap usaha karena konsumen merupakan pemakai hasil akhir dari setiap hasil usaha perusahaan atau pelaku usaha. Disebutkan diatas bahwa masyarakat masih menjaga sebuah tradisi masing-masing sehingga dalam acara tertentu mengkonsumsi ikan masih belum menjadi sebuah budaya contoh dalam acara hajatan seperti malaman dalam bulan Romadhon dan musim nikah yang laku merupakan bahan lauk pauk berupa ayam dan daging.

Ayam dan daging merupakan sebuah produk substitusi dari ikan yang sama-sama sebagai lauk pauk sebagai konsumen sehingga pada saat terjadi budaya tertentu pada masyarakat yang didominasi dengan mengkonsumsi daging atau ayam menyebabkan penjualan ikan berkurang. Sehingga dalam upaya pengelolaan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis meliputi dengan menjaga kualitas dan ketersediaan produk serta pengembangan usaha merupakan sebuah strategi persaingan.

Hal ini membuat pengusaha yang dapat menjaga ketersediaan barang dan kualitas barang dagangan serta dapat mengembangkan usahanya mendapatkan keunggulan kompetitif dari pesaing bisnis

hal ini menjadi primadona tersendiri oleh para pelanggan dan konsumen. Kemudian dengan memahami faktor penghambat dan pendorong penjualan sehingga menjadi bekal dalam menghadapi persaingan.

2. Strategi Pemasaran Ikan Konsumsi di PT. Fajar Samodra Abadi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Pengusaha usaha ikan konsumsi di PT. Fajar Samodra Abadi dalam aktivitas perdagangan tidak terlepas dari persaingan bisnis. Persaingan dalam bisnis merupakan hal yang terjadi, begitu pula dengan persaingan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kabupaten Tulungagung. Dalam melakukan persaingan bisnis diperlukannya strategi pemasaran yang bagus hal ini berguna untuk menjaga hasil penjualan dan mencapai tujuan usaha.

Dari informasi dan pengamatan yang penulis lakukan, strategi pemasaran ikan konsumsi di pasar Ikan dalam menghadapi persaingan bisnis yang terjadi di pasar strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha ikan konsumsi adalah dengan tujuan agar usahanya selalu mampu bertahan dan meningkatkan hasil penjualan. Persaingan yang terjadi meliputi:

a. Persaingan tempat (*Place*)

Tempat merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat vital. Karena dengan adanya tempat usaha yang bersih dan nyaman

menjadikan nilai tambah tersendiri bagi pelaku usaha ikan di konsumsi seperti yang dikemukakan oleh bapak Bangun sebagai berikut:

“Selain kualitas dan pelayanan ikan yang terus saya tingkatkan, juga kebersihan dan keadaan tempat usaha. Karena ditempat saya pembeli langsung membeli di gudang, ngambil ikan juga milih sendiri di gudang. Kalau tempatnya kotor dan semrawut nanti bisa-bisa pembeli pada kabur, kan mereka liat langsung tempat penyimpanannya.”¹⁸

Dapat disimpulkan bahwa tempat (*place*) merupakan salah satu strategi pemasaran yang pokok karena tempat membangun *mindset* pembeli ketika pertama kali ingin menentukan penjual yang akan ditujunya.

b. Persaingan Harga (*Price*)

Harga merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam usaha jual beli. Di pasar perbedaan harga merupakan hal yang wajar terjadi antara pedagang. Dalam menyikapinya Bapak Bangun selaku pengusaha mengungkapkan bahwa:

“Soal persaingan harga ya mengikuti keadaan di pasar karena ikan harus bisa terjual kalau sekiranya terlalu merugi ya ikan ditahan dulu di dalam gudang pendingin soalnya harga di pasar itu karena tawar menawar jadi kalo sekiranya merugi ikan di tahan dulu biar pelanggan ambil ikan lain. Intinya harus sabar biar tidak merugi soalnya sudah biasa harga di pasar itu naik turun.”¹⁹

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak Suryani, beliau mengungkapkan bahwa,

“Kalo itu tergantung dengan kualitas barangnya sehingga harus pintar-pintar menyediakan barang yang murah dengan kualitas yang bagus kalo tidak seperti itu kalah harga dengan yang lain.”²⁰

¹⁸ Wawancara dengan bapak Bangun..., Pada tanggal 27 Desember 2019

¹⁹ Wawancara dengan Bangun..., Pada tanggal 26 Desember 2019

²⁰ Wawancara dengan Bapak Suryani..., Pada tanggal 26 Desember 2019

Kemudian bapak Kusir juga mengungkapkan terkait dengan perbedaan harga:

“Terkait perbedaan harga itu tergantung dari kualitas barangnya jadi ya itu tadi harus pintar-pintar menjaga kualitas barang dengan cara mengirimkan ke Surabaya, Jakarta maupun daerah lain kondisi ikan harus tetap dingin dan di gudang harus tetap beku tetapi pastinya itu perlu penambahan biaya juga.”²¹

Jadi uraian diatas maka menjelaskan bahwa perbedaan harga merupakan hal yang wajar terjadi karena adanya perbedaan kualitas barang. Sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang yang sama para pelaku usaha ikan menyikapinya dengan mengikuti keadaan di pasar dengan cara harga ditentukan dengan tawar menawar dengan pertimbangan kualitas barang yang dijualnya, dengan usaha menjaga kualitas barang agar tidak merugi. Jika dirasa perbedaan harga terlalu jauh maka usahanya adalah dengan menahan ikan di gudang pendingin hal ini dilakukan karena agar tidak terlalu merugi dengan keadaan pasar, hal ini juga dikarenakan harga beli yang berubah-ubah sehingga kemampuan mendapatkan ikan yang murah dengan kualitas yang bagus menjadi sebuah jalan dalam kelancaran usaha sebagai usaha ikan.

c. Persaingan Produk (*Product*)

Persaingan produk ditentukan oleh dua faktor, yaitu kuantitas dan kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas merupakan tingkat baik buruknya suatu produk yang dijual kepada konsumen. Produk

²¹ Wawancara dengan Bapak Kusir..., Pada tanggal 27 Desember 2019

berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci keberhasilan Jepang di pasar-pasar dunia. Banyak perusahaan sekarang yang menyadari pentingnya persaingan dalam kualitas.²² Sedangkan kuantitas merupakan keadaan banyak atau sedikit suatu produk yang dijual kepada konsumen. Hal ini juga dilakukan oleh distributor ikan konsumsi dengan menjaga kualitas dan kuantitasn agar ikan selalu dalam keadaan yang bagus dan layak jual dan layak konsumsi. Ikan yang berkualitas adalah ikan yang segar hal ini merupakan keinginan oleh para konsumen.

Dalam usaha menjaga kualitas ikan agar tetap segar para pengusaha usaha ikan konsumsi melakukan beberapa hal seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suryani sebagai berikut:

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak Kusir, beliau mengungkapkan bahwa:

”Ada dua alternatif yaitu pertama saat dipasarkan di pasar itu diberi es biar kualitas tetap terjaga dan kedua dibekukan di gudang pendingin agar tetap beku jadi ikan bisa tahan lama”.²³

Dari pernyataan di atas upaya dalam menjaga kualitas ikan ada dua alternatifnya, yaitu: 1) Pemberian Es, pemberian es saat pemasaran di pasar hal ini agar ikan tetap terlihat segar dan tidak berubah baik warna dan bau. 2) Disimpan dalam gudang pendingin, penyimpanan di gudang pendingin bertujuan agar ikan dapat beku sehingga bisa tahan lama. Sehingga dengan cara didinginkan yang

²² A Dale Timpe, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Gramedia, 1990), hal 38

²³ Wawancara dengan bapak kusir..., Pada tanggal 27 Desember 2019

secara manual diberi es yang sudah di giling dan diolah dalam gudang pendingin dengan suhu beku. Hal ini menjadikan ikan tetap berkualitas namun juga menyebabkan penambahan biaya yang meliputi biaya operasional, biaya pembelian es dan biaya operasional gudang yang meliputi biaya perawatan dan biaya listrik. Dengan kualitas yang bagus maka harga akan selalu bagus pula. Kualitas dan harga merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh para konsumen pada saat membeli ikan.

Persaingan yang terjadi di Pasar Ikan Tanggunung yaitu para pelaku usaha usaha ikan berlomba-lomba memberikan kualitas dan kuantitas yang sesuai oleh para konsumen. Biasanya ikan dengan kualitas baik banyak peminatnya sehingga harus diimbangi dengan peningkatan jumlah ikan yang tersedia.

d. Persaingan Pelayanan dan Promosi

Pelayanan merupakan sebuah upaya yang diperlukan untuk dapat dirasakan oleh konsumen. Pelayanan merupakan salah satu unsur dari sebuah persaingan. Bpk. Bangun selaku pengusaha usaha ikan mengungkapkan bahwa;

“Soal pelayanan ya sama dengan lainnya yaitu barang tidak mengharuskan bayar cash pada pelanggan”.²⁴

²⁴ Wawancara dengan Bpk. bangun..., pada tanggal 27 Desember 2019

Beserta kutipan di atas maka dapat diambil penjelasan bahwa Pelayanan yang diberikan pelaku usaha usaha ikan konsumsi diantaranya yaitu:

- 1) Memberikan proses tawar menawar kepada para pelanggan hal ini bertujuan agar tercipta harga yang adil sehingga tidak ada yang dirugikan.
- 2) Memberikan cara pembayaran yang tidak tunai harus dibayar saat hari transaksi atau memberikan hutang bayar kepada konsumen, hal ini menjadi daya tarik bagi pelanggan karena pelanggan tidak diberatkan dengan biaya modal sehingga pedagang kecil tidak terkendala pada modal.
- 3) Menjaga hubungan baik dan kepercayaan kepada pelanggan dengan cara mengerti kebutuhan para pelanggan dan menghargai para pelanggan dengan cara sopan santun dan bersahabat jika ada ikan yang bagus dan murah tidak segan-segan menghubungi pelanggan. Menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan memilih ikan yang sesuai keinginan dan jika dirasa ikan jauh tidak sesuai harapan maka dapat ditukarkan di gudang dan penyediaan timbangan di pasar maupun di gudang hal ini dimaksudkan jika pengambil langsung di gudang para pelanggan dapat mengetahui berat yang sebenarnya pada ikan yang dipilihnya.

Hal serupa juga dikemukakan oleh bapak Lamuji selaku pelanggan, beliau mengungkapkan:

“Kalo di pasar ya promosinya beda sama di toko atau minimarket gitu mas, Kalo disini promosinya kalo ada barang bagus pelanggan gitu langsung dihubungi mau pesan apa tidak, soalnya kalo tidak seperti itu nanti bisa tidak kebagian soalnya banyak yang cari kalo barang bagus, apalagi kalau harganya murah yaitu dalam hitungan sudah ludes mas.”²⁵

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa para usaha dalam melakukan promosi menggunakan metode langsung, yaitu dengan cara menghubungi satu persatu pelanggan tetap di masing-masing usaha. Hal ini juga dapat membuat para pelanggan menjadi merasa istimewa dikarenakan mereka diperlakukan dengan baik, hal tersebut diharapkan agar para pelanggan menjadi semakin loyal.

3. Strategi Pemasaran Usaha Ikan Konsumsi di PT. Fajar Samodra Abadi Tulungagung Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Dalam menjalankan usahanya guna menghadapi persaingan sesuai dengan hasil wawancara diatas meliputi upaya dalam mengelola usaha. Kemudian strategi dalam memberikan kualitas dan harga produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau konsumen, serta memberikan pelayanan yang bagus kepada pelanggan atau konsumen.

Bapak Bangun mengungkapkan bahwa upaya yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik kepada pelanggan, pemasok dan pedagang lain.

Beliau mengungkapkan bahwa;

“Menjaga kepercayaan, karena jika ikan ternyata jelek bisa dikembalikan, tidak membedakan pelanggan besar maupun kecil yang

²⁵ Wawancara dengan bapak Lamuji..., pada tanggal 27 Desember 2019

penting sesuai harga, menghutangi ikan dengan sabar.dan sabar dalam persaingan.”²⁶

Kemudian bapak Kusir juga menambahkan;

“Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pedagang lain dengan upaya bersikap baik, sopan, jujur dan bersahabat”.²⁷

Dari pernyataan singkat diatas menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi antara pengusaha usaha ikan konsumsi terjalin secara sehat dengan menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, pemasok dan pedagang lainnya. Dalam observasi peneliti lakukan pada para pengusaha usaha ikan konsumsi di Tulungagung setiap pelaku usaha usaha saat terjadi transaksi penjualan baik di pasar maupun di gudang penidinding pengusaha usaha ikan menyiapkan sebuah timbangan elektrik hal ini merupakan pelayanan guna kenyamanan untuk para pelanggan atau konsumen. Dengan adanya timbangan elektrik maka keakuratan berat lebih terjamin dan lebih cepat sehingga tidak ada yang merasa dicurangi dalam proses transaksi.

C. Temuan Penelitian

Pelaksanaa penelitian yang dilakukan pada para pelaku usaha ikan konsumsi di PT. Fajar Samodra Abadi Tulungagung menemukan beberapa temuan kasus sebagai berikut: Usaha ikan konsumsi dalam menjalankan usaha mengalami adanya faktor-faktor yang mendasari persaingan guna mendapatkan keunggulan kompetitif dalam pemasaran. Meliputi adanya penurunan kualitas ikan secara alami, menjaga ketersediaan karena penurunan kuantitas ikan secara alami, keuangan dan pengembangan usaha, serta persaingan antar usaha

²⁶ Wawancara dengan bapak Yanto..., pada tanggal 22 Desember 2019

²⁷ Wawancara dengan bapak Kusir..., pada tanggal 27 Desember 2019

yang semakin banyak. Usaha dalam menjaga persediaan produk yaitu dengan membuka jaringan keberbagai wilayah yang banyak terdapat ikan yang dibutuhkan. Serta memberikan kualitas barang yang berkualitas dengan menjaga mutu barang dengan cara mendinginkan ikan dengan pemberian es maupun disimpan dalam gudang pendingin, dengan hasil ikan yang tetap berkualitas maka harga tetap tinggi.

Upaya pengembangan usaha salah satunya dengan menambah gudang pendingin, dengan adanya gudang pendingin persaingan harga bukan menjadi hal yang dapat merugikan karena jika ikan tidak terjual maka dapat ditimbun di gudang pendingin dan dikeluarkan jika harga sudah stabil. Para usaha ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis menggunakan beberapa strategi pemasaran dengan tujuan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis. Strategi tersebut meliputi:

Pertama, persaingan tempat karena tempat merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat vital. Karena dengan adanya tempat usaha yang bersih dan nyaman menjadikan nilai tambah tersendiri bagi pelaku usaha ikan di konsumsi.

Kedua, persaingan harga karena harga merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam usaha jual beli.

Ketiga, persaingan produk yang meliputi kuantitas dan kualitas produk.

Keempat, persaingan pelayanan dan promosi yang bagus menjadi sebuah faktor pendorong penjualan usaha yang dilakukan para pelaku usaha ikan konsumsi diantaranya yaitu dengan mengerti kebutuhan para pelanggan dan

memberikan pembayaran yang mudah tidak harus tunai serta menjaga hubungan baik kepada pelanggan yang meliputi sopan santun kepada pelanggan dan bersahabat.

Pengusaha usaha ikan konsumsi dalam menanggapi persaingan bisnis mengungkapkan bahwa persaingan merupakan hal yang wajar terjadi dalam setiap usaha dan menyikapinya dengan berusaha bersikap baik, menjaga hubungan baik dan bersahabat.