

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Budidaya dan Pemasaran Ikan Hias Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”, ditulis oleh Muhammad Ngalwi Hasan, NIM. 1742143181, pembimbing Lantip Susilowati, S.pd., M.M.

Penelitian ini di latar belakangi oleh strategi budidaya dan pemasaran ikan hias. Keunggulan subsektor perikanan budidaya dibanding subsektor perikanan tangkap adalah lebih mampu menjaga kelestarian alam, menghindari overfishing, serta dapat berproduksi terus menerus karena ikan dikondisikan untuk berkembang biak dengan baik. Strategi pemasaran disusun dan direncanakan diawal dan jika diperlukan dapat dilakukan evaluasi agar pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan tepat dan benar. Kita sebagai umat yang beragam khususnya agama Islam harus mengerti hal-hal apa saja yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan. Strategi pemasaran yang dalam hal ini bersifat umum dikemas dengan aturan-aturan yang sesuai ajaran Islam dan norma-norma yang berlaku dimasyarakat.

Fokus penelitian ini, yaitu 1) Bagaimana strategi budidaya ikan hias di desa Dorampel kecamatan Sumbergempol ditinjau dari perspektif ekonomi Islam? 2) Bagaimana strategi pemasaran ikan hias di desa Dorampel kecamatan Sumbergempol ditinjau dari perspektif ekonomi Islam? 3) Bagaimana pengembangan strategi budidaya dan pemasaran ikan hias ditinjau dari perspektif ekonomi Islam?

Metode penelitian yang digunakan adalah : 1) Pendekatan Kualitatif, 2) Jenis: deskriptif, 3) Teknik Analisa data: Penyajian Data, Verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Para pembudidaya kebanyakan menggunakan teknologi ekstensif (tradisional) yaitu hanya menggunakan bahan-bahan alami dari lingkungan sekitar dan kualitas air pun juga standar. Langkah-langkah para supplier dalam membudidaya ikan sejauh ini sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. 2) Strategi segmentasi yang dilakukan supplier-supplier disini adalah dengan mengenal dan memahami kultur masyarakat melalui survey ataupun dari teman yang sebelumnya memahami betul kondisi disana. Langkah - langkah yang telah dilakukan oleh kedua narasumber mulai dari strategi bauran pemasaran hingga strategi STP sejauh ini telah berjalan sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. 3) Dalam pengembangan budidaya dan pemasaran ikan hias para supplier sudah melakukan dengan cara seperti halnya petani ikan lainya. Bedanya dalam setiap petani ikan bisa mengembangkan budidaya dan pemasaran dengan adanya kelompok petani ikan, jadi petani ikan mendapat arahan atau masukan untuk bisa mengembangkan budidaya ikan yang lebih baik dan dampaknya akan memudahkan untuk memasarkan ikan yang hasilnya baik pula. Dan seiring itu pula dapat ditinjau dari perspektif islam baik dalam budidaya dan pemasarannya bisa dilihat dari cara budidaya yang baik sesuai anjuran dan ketentuan dan dengan halnya soal pemasarannya dilihat dari transaksi yang baik dan trasparan.

Kata Kunci: Budidaya, Pemasaran, Perspektif Ekonomi Islam

ABSTRACT

Thesis entitled "The Strategy and Marketing of Ornamental Fish in terms of Islamic Economic Perspective", written by Muhammad Ngalwi Hasan, NIM. 1742143181, supervisor Lantip Susilowati, S.pd., M.M.

This research is based on the strategy of ornamental fish cultivation and marketing. The superiority of the aquaculture subsector compared to the capture fisheries subsector is that it is better able to preserve nature, avoid overfishing, and be able to produce continuously because fish are conditioned to breed well. The marketing strategy is prepared and planned at the beginning and if necessary it can be evaluated so that the decision making to achieve the right and right goals. We as diverse people, especially Islam, must understand what can and can't be done. Marketing strategies which in this case are general in nature are packed with rules that are in accordance with Islamic teachings and norms that apply in the community.

The focus of this study, namely 1) How the strategy of ornamental fish cultivation in the village of Dorampel Sumbergempol sub-district viewed from an Islamic economic perspective? 2) How the marketing strategy of ornamental fish in Dorampel village Sumbergempol sub-district viewed from an Islamic economic perspective? 3) How the development of ornamental fish culture and marketing strategies viewed from an Islamic economic perspective?

The research methods used are: 1) Qualitative Approach, 2) The type: descriptive, 3) Data analysis techniques: Data Presentation, Verification.

The results showed that: 1) Cultivators mostly use extensive technology (traditional) that is only using natural materials from the surrounding environment and water quality is also standard. The steps of the suppliers in cultivating fish so far have been in accordance with the perspective of Islamic economics. 2) The segmentation strategy undertaken by suppliers here is to get to know and understand the culture of the community through surveys or from friends who previously understood well the conditions there. The steps taken by the two sources ranging from the marketing mix strategy to the STP strategy so far have been in accordance with the perspective of Islamic economics. 3) In developing the cultivation and marketing of ornamental fish, the suppliers have done it in the same way as other fish farmers. The difference is in each fish farmer can develop cultivation and marketing with a group of fish farmers, so fish farmers get direction or input to be able to develop better fish farming and its impact will make it easier to market fish with good results. And along the way it can also be viewed from an Islamic perspective both in its cultivation and marketing it can be seen from a good cultivation method in accordance with the recommendations and regulations and with the case of marketing it is seen from good and transparent transactions.

Keywords: Cultivation, Marketing, Islamic Economic Perspective