

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Keadaan geografis Desa Prigi Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

Kabupaten Trenggalek adalah kabupaten yang berada di provinsi Jawa Timur suatu wilayah yang dengan dominasi daerah pegunungan serta perbukitan di daerah pesisir selatan Pulau Jawa, yang berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia. Kabupaten Trenggalek dengan luas wilayah 126.140 Ha, dibagi ke dalam 14 kecamatan, meliputi kecamatan Panggul, Munjungan, Watulimo, Kampak, Dongko, Pule, Karang, Suruh, Gandusari, Pogalan Trenggalek, Tugu dan Bendungan. Dalam system perwilayahan, Kabupaten Trenggalek ialah pusat pelayanan local maupun biasa disebut dengan PKL dalam lingkup daerah pengembangan guna fungsi wilayah yang ditunjukan pada kegiatan pertanian tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan, pertambangan, perkebunan, kehutanan, pariwisata, perikanan dan industry.

Secara geografis Kabupaten Trenggalek terletak diantara koordinat $111^{\circ} 24' - 112^{\circ} 11'$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 53' - 8^{\circ} 34'$ Lintang Selatan dengan keadaan 2 per 3 dari luas daerah ialah

dengan ketinggian pegunungan 0 – 690 dpl. Kabupaten Trenggalek terdiri dari 14 kecamatan dengan batas daerah meliputi :

- Sebelah Utara : Kabupaten Tulungagung dan Ponorogo
- Sebelah Timur : Kabupaten Tulungagung
- Sebelah Selatan : Samudera Indonesia
- Sebelah Barat : Kabupaten Pacitan dan Ponorogo⁴⁹

Salah satu kecamatan yang terletak di sebelah tenggara Kabupaten Trenggalek yaitu Kecamatan Watulimo. Secara geografis terletak diantara $111^{\circ} 38'41''$ - $112^{\circ} 46'41''$ BT dan $8^{\circ} 8'31''$ - $8^{\circ} 23'01''$ LS.

Kecamatan Watulimo mempunyai 12 desa, tercantum Desa Prigi. Desa Prigi merupakan desa yang terletak di selatan Kota Trenggalek, tidak hanya jadi objek wisata pantai yang kerap di kunjungi, Prigi Watulimo serta merupakan pelabuhan nasional, dimana tempat berlabuhnya para nelayan yang melabuhkan kapal dan menjual hasil tangkapan ikan dari laut. Pelabuhan ini juga salah satu pelabuhan yang terbesar di pantai selatan Pulau Jawa. Dimana terdapat tempat pelelangan terbesar di Kabupaten Trenggalek yang menjadi tempat dan menjadi fasilitas perekonomian masyarakat dan para nelayan. Pelabuhan Perikanan Nusantara Prigi yang bermula dari desa pantai tradisional yang berlokasi di pantai Prigi. Waktu yang semakin berjalan yang berawal dari sesuatu permukiman warga

⁴⁹ Sippa.ciptakarya.pu.go.id di akses pada tahun 2016-2020

masyarakat sekitar dan para nelayan yang berperan dalam kegiatan perikanan di Kabupaten Trenggalek. Hal ini disebabkan berbagai wilayah dan kecamatan seperti kecamatan bandung, kecamatan Durenan dan Kecamatan Campurdarat yang jalan utama dalam memperoleh ikan konsumsi dari tempat pelelangan ikan di Prigi Watulimo. Akses jalur menuju untuk mencapai ke Prigi Watulimo ini sangat bagus. Masyarakat di sekitar wilayah Prigi Watulimo Trenggalek ini kebanyakan ialah nelayan dan petani terlihat dari dekatnya permukiman masyarakat dengan bibir pantai dan beberapa wilayah perasawahan yang masih luas.

2. Keadaan Perekonomian Prigi kecamatan Watulimo dan Letak Lokasi Tempat Pelelangan Ikan di Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek.

Ditinjau dari segi perekonomian di wilayah Prigi Kecamatan Watulimo ini ialah dengan adanya sebagian pantai yang di dijadikan tempat wisata seperti, pantai mutiara, pantai prigi, pantai simbaronce, pantai pasir putih dan pantai cengkong. Sebagai objek wisata yang diminati banyak wisatawan local ataupun non-local, pemerintah beserta jajaran warga masyarakat sekitar objek wisata Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek juga saling gotong royong membantu serta membangun untuk menyediakan fasilitas, sarana dan prasana dalam kegiatan para pariwisataawan yang bertujuan supaya objek wisata lebih berkembang kedepannya.

Tempat Pelelangan Ikan terletak di desa Prigi Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek yang tempatnya berdampingan dengan Pantai Prigi yang setiap harinya dan setiap musim ikan ramai dengan para nelayan yang menawarkan ikan hasil tangkapannya, pedagang dan pembeli. Hampir semua jenis ikan yang di pasarkan yang tersedia di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek.

Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek ini merupakan tempat pelelangan ikan dan pelabuhan terbesar di Kabupaten Trenggalek. Setiap nelayan yang sudah mendapatkan hasil dari tangkapan dari laut, para nelayan menjual langsung melakukan transaksi di tempat dengan distributor ikan dari berbagai daerah dan para pelanggan lainnya yang mengolah seperti dipindang, di bakar dan juga dibuat berbagai olahan makanan lainnya yang bahan utamanya dari ikan konsumsi ataupun dijual langsung ke para konsumen.

3. Sejarah berdirinya Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Prigi Watulimo Trenggalek.

Pada awal tahun 1982, Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek ini merupakan pasar ikan tradisional. Berjalannya waktu dari permukiman para nelayan yang tumbuh besar dan berperan dalam kegiatan perikanan Kabupaten Trenggalek. Dimana para nelayan menjual hasil tangkapan kepada

para distributor ikan dan konsumen lainnya seperti para tengkulak. Pada hasil tangkapan juga tergantung dari para nelayan karena masih sangat tradisional.

Dengan berkembangnya zaman dengan adanya alat transportasi laut seperti perahu untuk para nelayan yang dulunya hanya menggunakan perahu kecil yang hanya bisa menampung ikan sesuai dengan kapasitas perahu yang di gunakan dan sedang sekarang para nelayan berlomba-lomba memakai perahu yang lumayan lebih besar dan bisa menampung lebih banyak hasil tangkapan hingga menghasilkan beberapa ton ikan setiap kali dalam pendapatannya.⁵⁰ Semakin banyaknya para nelayan yang setiap nelayan memiliki 2-3 perahu untuk tangkapan dan beberapa karyawannya maka setiap hasil tangkapannya bisa menghasilkan lebih dari beberapa ton ikan tidak seperti dahulu yang sebagian dari nelayan hanya memakai perahu kecil dan hanya bisa menampung hasil tangkapan ikan yang tidak terlalu banyak akan tetapi para nelayan juga tergantung pada musim terkadang juga harus gigit jari apabila pendapatannya juga sedikit.

4. Pelaku usaha dan jenis ikan yang perjualkan di Tempat Pelelangan Ikan Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek.

Berikut data pelaku dan data penjualan ikan yang di dapat pengusaha distributor ikan konsumsi di Tempat Pelelangan Ikan Prigi Kabupaten Trenggalek setiap bulannya.

⁵⁰ Wawancara dengan bapak Slamet selaku nelayan ikan, pada tanggal 20 juni 2021 di Rumah Bapak Slamet

TABEL 4.1

Pelaku usaha distributor ikan konsumsi di Tempat Pelelangan Ikan Prigi (TPI) Waatulimo Kabupetan Trenggalek.

NO	Nama	Alamat	Kuota penjualan ikan
1.	Suparni	Ds.Karanggandu kec. Watulimo Kab. Trenggalek	3 ton
2.	Laminah	Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo Kab. Trenggalek	2,5 ton
3.	Suparti	Ds. Prigi Kec. Watulimo Kab. Trenggalek	3 ton
4.	Yatmirah	Ds. Tasikmadu Kec. Watulimo Trenggalek	3 ton

Pemanfaatan pelaku usaha distributor ikan dalam memberikan persediaan untuk menangani usaha mendapatkan ikan yang dibutuhkan kepada para pelanggan seperti ikan laut yang meliputi ikan tongkol, salem, udang, cumi-cumi, layur semar dan lain-lain. Terus menahdi banyaknya ikan yang diperjual belikan sehingga terus membuat ramai pelanggan serta pelanggan mempunyai banyak opsi

jenis produk untuk lebih memuaskan para konsumen serta penikmat ikan konsumsi. Dikarenakan di desa Prigi kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek mempunyaipesisir pantai yang luas dan dapat menjadi salah satu komoditas ikan yang di perjua belikan.

Para pelaku distributor ikan konsumsi di TPI Prigi Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek untuk menambah dan memperluas perdagangannya maka pelaku distributor tidak hanya menjual di dalam daerah melainkan diperjual belikan di luar daerah. Daerah tersebut meliputi Jawa Bali,, Rembang, Madura, Banyuwangi, dan daerah lainnya.

Tabel 4.2

Hasil produksi ikan laut kabupaten trenggalek

No	Jenis Ikan	Harga rata – rata
1.	Teri	4.000
2.	Tongkol	10.000
3.	Layur	30.000
4.	Cumi-cumi	50.000
5.	Semar	15.000
6.	Tuna	25.000
7.	Teri kecil	7.000
8.	Cakalang	15.000
9.	Bandeng	25.000
10.	Kuwe	6.000

5. Deskripsi Narasumber Peneliti

Dalam penelitian yang dijalankan semua narasumber tidak ada yang keberatan untuk diwawancarai agar mendapatkan tujuan penelitian, adapun narasumber yang diwawancarai di penelitian ini adalah :

a. Bapak Suparni

Bapak Suparni yang beralamatkan di Desa Karangandu Kecamatan Watulimo adalah salah satu dari pelaku distributor ikan di Tempat Pelelangan Ikan TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek yang sudah cukup lama menjalani usaha ini dengan memiliki gudang pendingin dan pengolahan ikan bakar. Beliau sudah menjalankan usahanya ini sejak sekitar 10 tahun dan dalam pencapaian diumurnya sekarang 65 tahun. Jenis ikan laut yang di jual seperti ikan tuna, ikan kakap, cumi-cumi, dan lain-lainnya. Bapak Suparni sangat antusias saat dalam kegiatan wawancara beliau tidak segan untuk menjelaskan usahanya kepada peneliti dan juga memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

b. Ibu Yatminah

Ibu Yatminah yang beralamatkan di Desa Tasikmadu Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek ini salah satu dari beberapa distributor ikan konsumsi lainnya yang berada di TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek yang sudah cukup

lama dalam menjalani usaha ini. Pada tahun 2000 Ibu Yatmirah sudah berjualan ikan ini dan diumur beliau saat ini 40 tahun, ikan yang dijualnya adalah segala jenis ikan seperti ikan semar, ikan tongkol, layur dan tuna. Saat proses wawancara ini dilakukan ibu Yatminah sangat antusias dalam memberi informasi dan sangat ramah.

c. Ibu Laminah

Ibu laminah yang beralamatkan di Desa Tasikmadu Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek salah satu distributor ikan konsumsi di TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek beliau memiliki usaha ini kurang lebih 8 tahun adapun beberapa ikan laun yang dijual seperti ikan teri, semar, layur, tuna dan lain-lainnya. Ibu laminah juga menjual ikannya di beberapa tengkulak lainnya ataupun bos-bos pindang yang mengambil ikan dari Ibu Laminah ini. Dalam proses wawancara beliau sangat antusias dalam memberikan informasi kepada peneliti menjelaskan dengan baik agar bisa di pahami oleh peneliti.

d. Ibu Suparti

Ibu Suparti merupakan salah satu distributor ikan konsumsi di TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek. Ibu Suparti yang beralamatkan di Desa Prigi Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek, beliau telah lama memiliki usaha ini

dari tahun 2005 dan sekarang beliau berumur 45 tahun. Ika yang dijual yaitu hasil ikan segar dari tangkapan para nelayan namun kadang ibu suparti juga mengambil dari pedagang lainnya jika pesana dari konsumen tidak ada atau tidak cukup. Dalam proses wawancara Ibu Suparti sangat antusias dalam menjawab setiap pertanyaan dari peneliti dan memberikan informasi yang cukup jelas dipahami oleh peneliti.

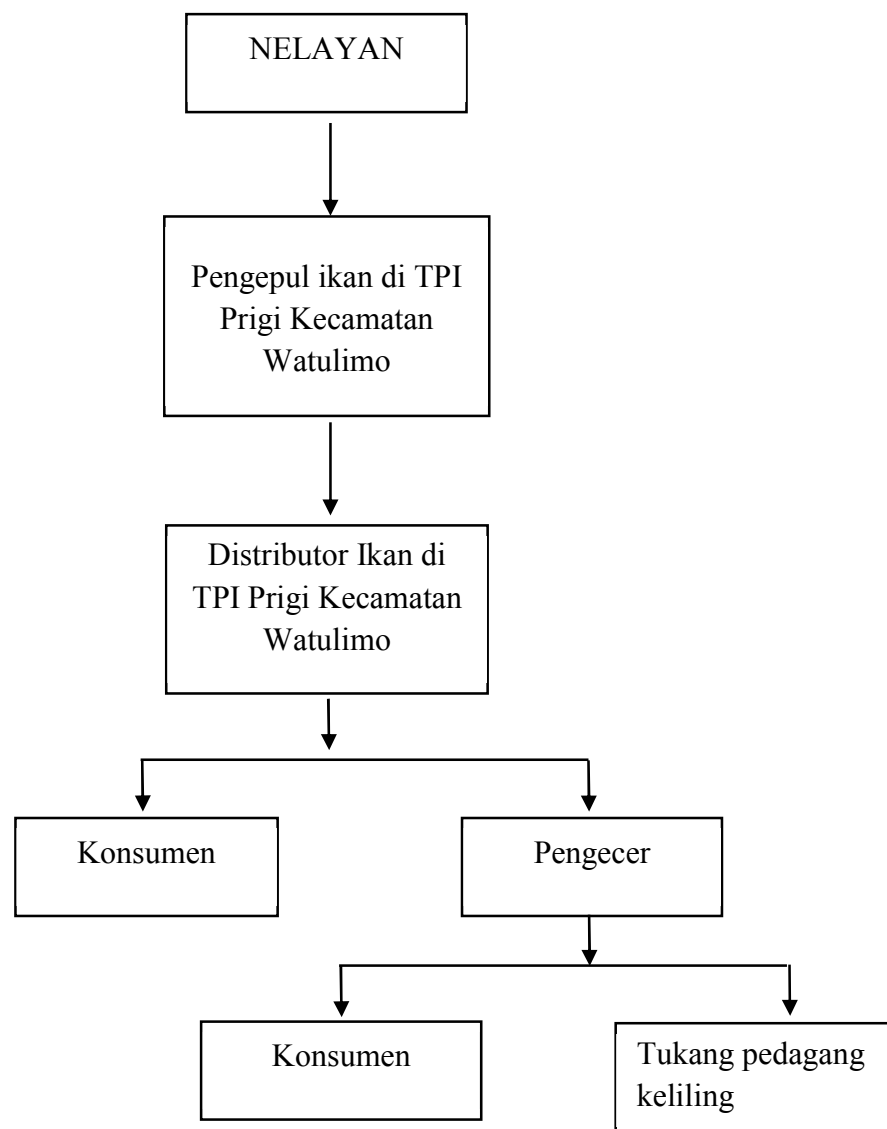
6. Peran Distributor Ikan

Yang dilakukan oleh pelaku usaha distribuot ikan di TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek ini merupakan suatu usaha perdagangan dengan menghasilkan dan menyediakan ikan konsumsi dari hasil tangkapan nelayan yang dijual oleh para distributor ikan, dari bebarapa hasil dalam pembeliannya yang kemudian di jual kepada pelanggan. Skema rantai dan peran ikan dalam usaha yang diperdagangkan meliputi

Mekanisme perdagangann ikan di TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek.

Gambar 4.3

Mekanisme Perdagangan Ikan konsumsi di Tempat Pelelangan Ikan Prigi
(TPI) Waatulimo Kabupaten Trenggalek



Dari skema diatas dijelaskan dimana yang bereperan besar dalam menyalurkan ikan untuk para pelaku usaha distributor ikan konsumsi yaitu

dari nelayan dan mendistribusikan kepada para konsumen ataupun masyarakat yang berperan sebagai pedagang keliling

B. Temuan peneliti

1. Perencanaan pemasaran distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis.

a) Persaingan Harga Dan Persaingan Produk

Menentukan target konsumen suatu hal yang penting dalam perencanaan pemasaran. Distributor ikan konsumsi menggunakan sistem perencanaan pemasaran dengan tepat sasaran juga akan mendapatkan hasil yang maksimal, keuntungan yang didapatkan nantinya akan lebih maksimal, efektif, serta efisien. Dalam menyediakan kebutuhan ikan para pengusaha distributor ikan konsumsi berperan aktif dalam menyediakan kebutuhan ikan kepada para masyarakat. Demi kelangsungan dan menjaga usaha maka sangat memerlukan strategi pemasaran yang sangat baik untuk menghadapi persaingan bisnis. Strategi disini merupakan kegiatan yang tersinergi guna mencapai sebuah tujuan dengan proses dimana nantinya distributor menggunakan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini.

Dalam perencanaan pemasaran sangatlah penting bagi pelaku para distributor ikan untuk memasarkan ikan dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini. Di setiap perencanaan pemasaran para pelaku juga harus mencari pasar sasaran untuk memasarkan ikan konsumsi. Dan apabila

ada kendala dalam situasi alam juga akan mengakibatkan terhambat dalam pemasaran, para pelaku juga bisa menentukan dan menganalisis setiap pemasaran.

Disetiap pelaku bisnis ada cara tersendiri dalam melakukan pemasaran jika kapasitas ikan yang didapat belum memenuhi target dikarenakan suatu pandemic saat ini.

Dan adapun rencana pemasaran pelaku usaha ikan konsumsi untuk menghadapi persaingan bisnis oleh beberapa pelaku usaha lainnya. Pelaku bisnis juga mementingkan setiap kapasitas dan kualitas ikan yang didapat agar memenuhi suatu target dalam pemasarannya.

Ibu Suparti juga menyampaikan apabila kapasitas ikan yang didapat belum memenuhi target dengan kendala pandemic seperti ini, beliau mengatakan :

“jika pendapatan ikan tidak sesuai target maka ikan yang ada kita tampung terlebih dahulu agar nantinya saat pendapatan ikannya mulai banyak maka bisa di gabungkan untuk memenuhi target para konsumen. Dikarenakan nelayan juga tida serta merta menjamin dalam setiap tangkapan mendapatkan banyak”⁵¹

Kemudian Ibu Yatminah juga mengungkapkan pengaruh pemasaran tentang pemilihan ikan dan penjualan yang akan di pasarkan, beliau mengatakan :

“ pemilihan pemasaran juga sangat perlu karena setiap konsumen mematok harganya masing-masing, dan setiap konsumen juga meminta ikan yang berbeda-beda jenisnya. Maka dari itu harus mengutamakan kwalatias ikan yang dipilih dari nelayan ikan yang segar dikarenakan harus di kirim langsung ke konsumen jika ada consume dari luar kota dan tida

⁵¹ Wawancara dengan Ibu Suparti.....,pada tanggal 28 Juni 2021

memungkinkan langsung pengiriman maka harus di beri es batu agar nanti dalam waktu pengirimn tetap segar”⁵²

Dari uraian diatas maka dengan kapasitas yang didapat belum mempengaruhi target ikan yang sudah ada di tamping atau ditimbun terlebih dahulu dan nantinya akan di tambah lagi jika dalam pendapatan ikan lebih besar dari kemarin digabungkan untuk memenuhi target karena di setiap tangkapan dari nelayan tida menjamin mendapatkan banyak dikarenakan juga tergantung dengan musim.

Ada du faktor yang menentukan suatu persaingan produk, yaitu kualitas dan kuantitas yang etlah ditawarkan pada produk. Kualitas termasuk tingkat baik dan buruknya suatu produk yang telah dijual kepada konsumen. Produk yang berkualitas tinggi juga merupakan salaha satu keberhasilan jepang dalam persaingan di pasar dunia. Perusahaan saat ini juga banyak menyadari pentingnya persaingan dalam kualitas. Dan sedangkan kuantitas merupakan keadaan banyak atau sedikit produk yang dijual kepada konsumen. Dalam Kegiatan ini juga di dilaukan oleh para distributor ikan konsumsi dengan menjaga kualitas dan kuantitas ikan agar selalu dalam keadaan yang bagus dan layak untuk dijual dan dikonsumsi.

Ikan yang berkualitas yaitu ikan yang segar yang diinginkan oleh para konsumen. Dan pemilihan kualitas ikan konsumsi juga memengaruhi pemasaran karena di perlukan suatu strategi dalam

⁵² Wawancara dengan Ibu Yatmirah.....pada tanggal 28 Juni 2021

pemasarannya untuk menarik perhatian dari para konsumen. Demi menjaga kualitas ikan maka pengusaha distributor ikan memberikan beberapa hal yang telah diungkapkan oleh Ibu suparti sebagai berikut :

“Kualitas ikan yang dipilih harus ikan yang segar ikan dibekukan dan di beri tambahan es agar nantinya kualitas dalam pemasaran akan tetap terjaga dikirim ke para konsumen. Karena jika ikan yang selalu dalam keadaan membeku maka kualitas ikan juga akan tetap terjaga.”⁵³

Hal serupa juga disampaikan ibu yatmirah beliau menyampaikan bahwa :

“Ada beberapa cara agar pemilihan kualitas ikan yaitu dalam pemasarannya ikan dimasukan kedalam boks yang diberi es dan sudah dibekukan digudang pendingin agar tetap terjaga kesegaran ikannya. Jika pada saat mendatangkannya dengan lebih memakai termoking karena ikan akan kurang maksimal jika memakai box.”⁵⁴

Sehingga dengan metode didinginkan secara manual dengan es yang telah diolah dalam gudang pendingin ataupun teripung dengan temperature suhu beku menjadikan ikan hendak senantiasa berkualitas tetapi juga menyebabkan tambahan biaya yang meliputi biaya pembelian es dan biaya perawatan gudang. Dengan harga dan kualitas bagus di dalam setiap penjualannya. Harga dan kualitas juga yang diutamakan dalam mempertimbangkan oleh para konsumen pada saat membeli ikan.

Persaingan juga terjadi di TPI Prigi dimana para pelau usaha distributor ikan mencari kesempatan dengan memberikan kalitas yang

⁵³ Wawancara dengan Ibu Suparti....., pada tanggal 28 Juni 2021

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Yatmirah.....,pada tanggal 28 juni 2021

terbaik dan memperbanyak permintaan sehingga harus diimbangi dengan peningkatan jumlah ikan yang tersedia.

Dengan itu pelaku distributor juga menentukan harga. Harga yang ditawarkan dengan harga pesaing tidak jauh. Dimana harga yang jauh lebih tinggi dari harga pasaran agar tidak menyuitkan untung pengembangan pemasaran ikan konsumsi. Bapak suparni juga mengungkapkan mengenai harga dalam pemasarannya, beliau mengungkapkan bahwa :

“Dalam menentukan harga, saya sebagai distributor ikan juga mengutamakan kualitas jika barang bagus dengan harga murah juga akan menjadi incaran pada pedagang dan cepat habis”⁵⁵

Kemudian ibu suparti juga mengungkapkan bahwa :

“bagus jeleknya barang juga tergantung dengan harga, pasti banyak yang mau jika barang tersebut murah dan bagus murah pasti banyak yang mau mengambil dan juga terpenting dalam pelayanannya membuat para konsumen merasa senang dan nyaman”⁵⁶

Kemudian diungkapkan pula oleh ibu laminah, bahwa :

“untuk produk dan harga kami sesuaikan dengan kualitas barangnya ada yang harga 15ribu, dan 20ribu per kilonya jadi kami memberikan variasi sesuai kebutuhan para pelanggan terlepas dari apakah ikan itu mahal atau tidak. Selain itu, untuk pelayanannya sendiri kami juga memiliki pengaruh dalam jenis pemilihan ikan yang dipilih oleh pelanggan.”⁵⁷

Dapat disimpulkan ungkapan dari para pelaku bisnis diatas bahwa harga adalah salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh para konsumen saat melakukan transaksi. Pelaku distributor ikan di TPI Prigi

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Suparni.....pada tanggal 22 Juni 2021

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Suparti....., pada tanggal 28 Juni 2021

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Laminah....., pada tanggal 28 Juni 2021

yang memberikan harga yang lebih murah kepada konsumen untuk meningkatkan kuantitas penawaran serta sebaliknya kepada para pelaku distributor ikan di TPI Prigi yang memberikan harga yang tinggi maka dapat mengurangi jumlah penjualannya.

Perencanaan pemasaran selanjutnya juga harus memberikan pelayanan yang baik untuk memenangkan persaingan dalam bisnis. Setiap pelaku usaha distributor ikan konsumsi juga memiliki pelanggan tetap dari berbagai daerah maka dari itu pelaku usaha memberikan kualitas dengan baik agar pelanggan tidak berpindah.

Bapak Suparni juga mengungkapkan terkait dengan pelayanan yang baik untuk memenangkan persaingan, beliau mengungkapkan bahwa :

“Untuk memberikan pelayanan yang terbaik, sebagai pelaku bisnis juga memberikan kualitas yang sangat baik dan memaksimalkan setiap permintaan para pelanggan agar nantinya para pelanggan tidak bosan dan berpindah ke tempat lain.”⁵⁸

Di ungkapkan juga oleh Ibu Yatmirah, beliau mengungkapkan bahwa :

“Memenuhi target setiap permintaan pelanggan juga merupakan salah satu cara dalam pelayanannya, maka dari itu sebisa mungkin kami memberikan dan menenuhi kebutuhan yang dicari oleh para pelanggan agar para pelanggan tidak pergi ke distributor ikan yang lain”⁵⁹

Dalam pemasarannya memperluas pasar suatu hal yang penting maka dari itu distributor ikan di TPI Prigi.

⁵⁸ Wawancara dengan bapak Suparni..., pada tanggal 22 Juni 2021

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Yatmirah..., pada tanggal 28 Juni 2021

b) Persaingan Tempat

Tempat merupakan strategi pemasaran yang terbaik dan diperlukan. Tempat usaha nyaman dan bersih juga memiliki nilai tersendiri bagi para pelaku distributor ikan konsumsi. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Suparti beliau mengungkapkan bahwa :

“saya jika membeli ikan selain kualitas dan harga yang ditawarkan juga harus mempertimbangkan tempat yang jualan. Apakah tempat dalam pewadahan dan lingkungan perdagangannya kumuh saya lebih memilih pedagang lain yang terlihat bersih. Dikarenakan ikan yang saya dapatkan atau saya beli dijual kembali dan terkadang juga di konsumsi sendiri, takutnya apabila tempatnya tidak bersih dapat mengganggu kesehatan ”⁶⁰

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh bapak suparni yang juga selaku distributor ikan konsumsi sebagai berikut :

“ Selain dari kualitas dan pelayanan ikan yang saya kembangkan, hal lain juga seperti kebersihan dan keadaan tempat usaha juga saya lebih utamakan. Di tempat saya pembelian ikan dan pengambilan ikan ada di rumah dan di warung maka dari itu jika tempatnya kotor dan rusuh bisa saja pembeli malah pergi ke penjual yang lain ”⁶¹

Dapat disimpulkan bahwa tempat (*price*) merupakan perencanaan pemasaran termasuk pokok karena tempat juga membangun *mindset* pembeli ketika pertama kalinya ingin menentukan penjual yang akan ditujukan.

c) Persaingan Pelayanan Dan Promosi

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Suparti.....pada tanggal 28 juni 2021

⁶¹ Wawancara dengan Bapak Suparni.....pada tanggal 22 juni 2021

Pelayanan merupakan salah satu upaya diperlukan oleh para pelaku usaha oleh konsumen bertujuan untuk mendapatkan pelayanan yang baik. Pelayanan merupakan salah satu unsur dari persaingan. Ibu Laminah yang merupakan salah satu distributor ikan konsumsi mengungkapkan,” dalam suatu masalah pelayanan ya seperti dengan yang lainnya yaitu barang tidak mengharuskan membayar cash pada pelanggan”, dalam kutipan diatas maka dapat di simpulkan dari penjelasan bahwa pelayan yang diberikan pelaku usaha distributor ikan konsumsi diantaranya yaitu :

- 1) Memberikan proses tawar menawar kepada pelanggan yang sepenuhnya bertujuan untuk membuat harga yang tepat dan wajar, dengan tujuan agar tidak ada yang dirugikan satu sama lain.
- 2) Cara pembayaran diberikan bila penukaran tidak tunai maka harus dibayar pada saat penukaran tiba saat itu juga atau distributor membayar kewajiban kepada konsumen. Karena ini akan menjadi daya tarik bagi pelanggan karena pelanggan atau konsumen tidak di repotkan dengan biaya modal sehingga pedagag kecil tida terbebani pada modal.
- 3) Terjaganya kepercayaan dan hubungan baik kepada para pelanggan dengan memahami dan menghargai kebutuhan setiap pelanggan dengan sopan santu dan bersahabat apabila ikan yang diperoleh dan yang ada bagus segar dan murah maka tida segan-segan menghubungi si pelanggan. Dalam menjaga kepercayaan

pelanggan juga memberikan kesemoatan untuk memilih ikan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan apabila dirasa tidak sesuai harapan maka ikan yang diperoleh dapat ditukarkan di penyediaan timbangan dipasar maupun di gudang. Untuk mengetahui berat yang sebenarnya pada saat pengambilan maka para konsumen langsung melihat digudang.

Promosi yang dilakukan oleh para pelaku distributor ikan konsumsi di TPI Prigi yaitu promosi secara langsung dan lewat social media seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suparni sebagai berikut :

“ jika kami tidak pernah melakukan prmosi seperti di took-toko atau warung ikan bakal di pesisir pantai gitu mbak, ya kami promosinya jika ada ikan bagus yang datang ya kami memberikan kabar kepada pelanggan lewat telepon. Dan biasanya para pelanggan memesan untuk disisihka agar tidak diambil dan di beli oleh pelanggan yang lainnya.”⁶²

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Ibu Suparti pelaku distributor ikan konsumsi di TPI Prigi, beliau mengungkapkan :

“Kalo nantinya di pasar ataupun di warung ikan bakar berbeda mbak soal promosinya, kalo saya promosinya jika ada barang bagus gitu saya langsung menghubungi pelanggan mau pesan atau tidak, kalo tida begiti nanti malah tida kebagian soalnya banyak yang cari kalo barangnya bagus, apabila harganya juga murah yang itu tadi tidak samapii hutungan hari sudah habis”⁶³

Dari penjelasan para pelaku distributor ikan konsumsi dapat disimpulkan dalam melaukan promosi dengan beberapa metode seperti menghubungi dan memberi informasi kepada para pelanggan di masing-

⁶² Wawancara dengan Bapak Suparni.....pada tanggal 22 juni 2021

⁶³ Wawancara dengan Ibu Suparti.....pada tanggal 28 juni 2021

masing distributor. Dengan cara ini pelanggan menjadi terasa istimewa dikarebaka mereka diperlukan dengan sangat baik.

Dan dapat disimpulkan juga dalam perencanaan pemasaran distributor ikan konsumsi di TPI Prigi dalam menghadapi persaingan bisnis juga dilihat dari etika bisnis islam. Memanfaatkan para Pelaku usaha distributor ikan konsumsi dalam mempertahankan usahanya untuk menghadapi persaingan sesuai dengan hasil wawancara diatas yang memngingat upaya untuk mengelola usaha dan observasi ke tempat dimana para pelau usaha melakukan kegiatan pemasarannya. Selanjunya perencanaan dalam memebrikan kualitas dan harga produk sesuai dengan kebutuhan ppara konsumen, juga memberikan serta pelayanan yang sangat baik dan sopan kepada para konsumen.

Diungkapkan oleh Bapak Suparni bahwa upaya yang dilakukan demi menjaga hubungan baik kepada pelanggan, pemasok dan pedagang lain. bahwa :

“Dengan menjaga kepercayaan, apabila jika akan ternyata jelek ataupun tidak bagus dapat dikembalikan, tidak membedakan pelanggan besar maupun pelanggan kecil yang terpenting sesuai dengan harga, menghutang bayar ikan dengan baik dan sabar di dalam persaingan.”⁶⁴

Selanjutnya Ibu Yatmirah memberikan tanggapan, “heubungan baik dijaga dengan baik kepada pelanggan dan pedagang lain dengan berupaya bersikap sopan, jujur, baik dan ramah.”⁶⁵

⁶⁴ Wawancara dengan Bapak Suparni.....pada tanggal 22 juni 2021

⁶⁵ Wawancara dengan Ibu Yatminah.....pada tanggal 28 juni 2021

Serta Ibu suparti mengungkapkan bahwa “ Ya hubungan baik harus tetap terjaga silaturahmi sesama konusmen dan pedagang, apabila barang dirumah datang untuk mengambil seperti tamu sendiri”⁶⁶

Dari beberapa pernyataan singkat diatas yang menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi di anantara pengusaha ikan konsumsi terjalin secara sehat tida lain para pengusaha ikan konsumsi sangat menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, pemasok, pedangan lainnya.

Di observasi penelitian yang dilakukan kepada para pelaku usaha distributor ikan konsumsi di TPI Prigi setiap pelaku usaha saat terjadinya transaksi penjualan baik di pasar tempat pelelangan ikan maupaun digudang pendingin, pendistributor ikan menyiapkan timbangan karena hal ini juga merupakan pelayanan yang berguna untuk kenyamanan para pelanggan dan konsumen. Dengan adanya hal tersebut maka kebenaran dalam melaukan timbangan beratnya lebih cepat dan terjamin tidak akan tercurangi dalam kegiatan transaksinya.

2. Implementasi pemasaran distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis.

Setiap para pelaku perusahaan distributor ikan konsumsi juga membagi beberapa kelompok dalam setiap penjualan ikanya termasuk dalam strategi pemasaran yang tergabung. Dengan strategi ini maka para pelaku usaha distributor ikan di TPI Prigi mengutamakan pemasaran

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Suparti.....pada tanggal 28 juni 2021

produknya dalam beberapa segmen pasar yang terpenting kepada para pelanggan.

Ibu Yatminah memberikan tanggapannya, beliau mengungkapkan bahwa :

“Kami memasarkan ikan ya disemua kalangan masyarakat. Terkadng juga kami menjual kepada masyarakat langsung tanpa lewat par pedagang keliling maupaun pedagang yang dipasar. Ya karena semua orang juga membutuhkan untuk dikonsumsi setiap hari jadi kami menyediakan ikannya juga banyak dan berbagai jenis, sesuai dengan hasil tangkapan dan pembellian dari para tengkulak nelayan.”⁶⁷

Strategi pemasaran ini lebih mengutamakan para usaha pemasaran ke beberapa segmen pasar. Keuntungan yang diperoleh nantinya juga harus sebanding dengan tidak memberikan kerugian. Terfokus dengan bisnis syariah terkait dengan etika bisnis hal ini menjadi sangat terpenting untuk pembatas supaya pebisnis syariah tidak mendapatkan kerugian dalam hal apapun. Setiap para pelaku usaha distributor ikan konsumsi ini juga dan pastinya sangat diperlukan tentang cara bagaimana strategi pemasaran dan upaya agar penjualan ikan konsumsi ini mencapai dalam tujuan, menarik minat konsumen, berjalannya waktu persaingan yang semakin lama semakin kuat para distributor ikan sudah siap mengambil peluang pasar. Ibu Laminah juga mengungkapkan pendapatnya, beliau mengungkapkan :

“Sama seperti penjual ikan yang lainnya, saya juga melakukan strategi pemasaran bertujuan untuk menarik minat konsumen dengan menjual disoial media seperti facebook, selalu

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Yatmirah.....pada tanggal 28 juni 2021

berkomunikasi dengan pelanggan menanyakan apa yang sedang dibutuhkan agar tidak pergi ke penjual yang lain”⁶⁸

Untuk strategi persaingan dalam pemasaran yang dilakukan oleh distributor ikan konsumsi dengan menggunakan segmentasi pasar. Daripada itu, pertahanan yang dilakukan untuk menghadapi persaingan para pelaku usaha memakain cara pemasaran yang memiliki konsep yang bertujuan untuk menentukan target (*marketing mix*).

Ada beberapa implementasi perencanaan pemasaran distributor ikan konsumsi di TPI Prigi sebagai berikut :

a) Segmentasi Pasar (*segmenting*)

Segmentasi pasar (*marketing segmentasi*) bertujuan untuk mengenali beberapa tindakan kelompok pembeli yang berbeda-beda juga memerlukan produk ataupun bauran pemasaran yang terpisah.⁶⁹ Pasar terdiri dari pembeli, dan pembeli berbeda-beda dalam memilih jenis ikan. Pembeli mungkin berbeda keinginannya. “ beberapa pelanggan saya terkadang juga memilih jenis ikan yang berbeda karena sesuai dengan keinginan para konsumennya” ujar Ibu Laminah selaku pelaku usaha distributor ikan konsumsi di TPI Prigi kabupaten Trenggalek.

b) Targeting

Di Targeting ini merupakan suatu tindakan penepatan pasar sasaran yang memilih beberapa segmen yang akan di masuki. Karena pentingnya peran pasar sasaran, maka dari itu persegmentasian

⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Laminah....pada tanggal 28 juni 2021

⁶⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset,2008, hal. 75

pasar juga perlu dilakukan untuk pemilihan yang bagus atas segmen pasar yang menarik untuk dapat dikatakan tepat pasar sasaran. Para pelaku distributor ikan konsumsi dalam menargetkan pasarnya kepada semua masyarakat dari tengkulak ikan besar, pabrik pindang dan pedagang kaki lima.

“ Kita tidak membatasi masyarakat untuk membeli ikan kami, karena kita menjual ikan juga di semua kalangan masyarakat. Jika ada masyarakat sekitar dan warga sekitar yang ingin membeli ikan dari kita ya kita layani dengan baik dan memenuhi jenis ikan yang diinginkan.”⁷⁰

3. Kesesuaian pemasaran ikan konsumsi dengan etika bisnis islam.

Peran etika bisnis pada pelaku usaha distributor ikan konsumsi di TPI Prigi dalam menjalankan suatu usahanya dan memasarkan produknya sangatlah penting yaitu untuk menjadikan usaha distributor ikan konsumsi ini sesuai dengan aturan syariah seperti halal dan haram baik dari cara pendapatannya dan pemanfaatannya. Penerapan etika sangatlah penting di kalangan para pebisnis. Karena jika bisnis tanpa etika hanya akan membawa kerugian.

Bapak suparni yang merupakan pelaku usaha distributor ikan konsumsi di TPI Prigi mengungkapkan bahwa :

“Saya dalam penjualan ikan juga memberikan barang bagus, ya jika pelanggan minta ikan yang segar maka saya juga memberikan dan mecarikan ikan segar karena saya sudah di percaya untuk memberikan yang terbaik untuk pelanggan saya,

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Suparti.....pada tanggal 28 juni 2021

maka saya takut jika tidak sesuai dengan keinginan terus pelanggan hilang kepercayaan kepada saya”⁷¹

Kemudian Ibu laminah juga memberikan tanggapannya, “Dalam pemasaran ikan ini saya memberikan kepuasan tuntut para pelanggan saya memilih jenis ikan sesuai dengan kebutuhannya”⁷². Serta Ibu Suparti juga mengungkapkan bahwa, ‘ Iya, untuk menjaga kenyamanan para pelanggan saya lebih mengutamakan kebutuhan konsumen saya dengan memberikan yang terbaik dalam memberikan pelayanan”⁷³

Etika bisnis islam merupakan suatu ilmu yang mempelajari aspek-aspek kemaslahan dan kemanfaatan dalam kegiatan ekonomi dengan amal perbuatan manusia sejauh mana dapat diketahui menurut akal. Dalam beretika bisnis keuntungan yang diperbolehkan juga harus sesuai dengan hukum syariah dan tidak menjerumuskan dalam kejahatan dan kerugian. Para pelaku distributor ikan konsumsi di TPI Prigi sejauh ini dalam mejalankan usahanya sudah sesuai dengan etika bisnis islam⁷⁴. Adapun prinsip – prinsip dalam etika bisnis islam para pelaku bisnis harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

a. Akidah

Akidah yang berartikan dengan berserah diri kepada allah SWT dan menjaga perbuatan yang tidak baik dari suatu hal yang dilarang agama islam. Seperti yang diungkapkan oleh bapak

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Suparni.....pada tanggal 22 juni 2021

⁷² Wawancara dengan Ibu Laminah.....pada tanggal 28 juni 2021

⁷³ Wawancara dengan Ibu Suparti.....pada tanggal 28 juni 2021

⁷⁴ Aris Baidowi, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Jurnal Hukum Islam Vol. 9 (2), 2011.

Suparni tadi bahwa sebagai pelaku bisnis harus dengan apa adanya sesuai dengan keadaan dan menjahui larangan Allah SWT.⁷⁵

b. Shidiq

Memiliki rasa yang bertanggung jawab. Para pelaku usaha memiliki rasa tanggung jawab terhadap pemasaran untuk pesanan dari para pelanggan. Ibu Laminah juga mengungkapkan bahwa sebagai berikut :

*“ saya jika ada pesanan ikan dengan jumlah yang lumayan banyak dan stok pendapatan ikan saya tidak menukupi maka saya bertanggung jawab untuk mencari tambahan stok untuk di berikan kepada pelanggan ”*⁷⁶

c. Amanah / Jujur

Kejujuran merupakan kunci utama dalam pemasaran jika kita menjual barang atau produk dengan segala kelebihan dan kekurangan kita berikan penjelasan seperti halnya para pelaku distributor ikan konsumsi di TPI Prigi dalam memasarkan ikan nya mereka memberitahukan jenis dan kondisi ikan saat itu. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Suparti bahwa, “ kalo pelanggan minta ikan yang bagus dan segar maka saya akan memberikan ikan yang segar dan bagus, jika pada saat itu ikan yang didapat tidak sesuai dengan pesanan, saya juga ngomong kepada pelanggan bahwa keadaannya ikannya pada saat itu tidak sesuai”

⁷⁵ Afrida Putritama, penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah, *Jurnal Nominal* Vol. 7 (1), 2018

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Laminah.....pada tanggal 28 juni 2021

d. Fathanah

Pelaku distributor juga harus pandai-pandai dalam memasarkan produknya. Ibu Yatminah mengungkapkan bahwa, ” *Saya memasarkan ikan bukan hanya di sini saja mba, terkadang juga saya memasarkannya ke luar daerah juga* ”⁷⁷

e. Tabligh

“Di era saat ini dipermudahkannya sangat di permudahkannya mbak untuk memasarkan ikan konsumsi, pemasarannya saya bisa lewat medial social seperti facebook itu jadi konsumen saya tidak hanya dari daerah sini saja, dan nanti kalo pelanggan mencari ikan dan memesan ikan Cuma telfon saja nanti bisa diantar ke tempat pelanggan, seperti itu”, penjelasan dari Bapak Suparni dalam memasarkan ikan konsumsi.⁷⁸

Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang terjadi para pelaku distributor ikan konsumsi di TPI Prigi ini memberikan pelayanan pemasaran yang terbaik dalam pemasaraan dan sesuai dengan etika bisnis islam.

C. Analisis Data

Penelitian dilakukan kepada para pelaku distributor ikan konsumsi di TPI Prigi kabupetan Trenggalek menemukan beberapa temuan kasus sebagai berikut :

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Yatmirah....., pada tanggal 28 juni 2021

⁷⁸ Wawancara dengan bapak Suparni....., pada tanggal 22 juni 2021

Distributor ikan konsumsi menjalankan usahanya mereka juga melakukan suatu perencanaan atau strategi dalam menghadapi persaingan dengan para pengusaha distributor ikan konsumsi yang lainnya. Dari persaingan harga yang juga harus disesuaikan dan dengan persaingan produk yang harus diutamakan. Yang meliputi persaingan harga dan persaingan kualitas produk/barang. Serta memberikan kualitas barang yang berkualitas dengan menjaga mutu barang dengan cara mendinginkan ikan dengan pemberian es maupun disimpan ditempat pendingin.

Para distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis dengan menggunakan beberapa strategi pemasaran bertujuan untuk mendapatkan keunggulan yang kompetatif dalam menghadapi persaingan bisnis. Strategi tersebut meliputi:

- a. Persaingan tempat dikarenakan tempat merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat penting. Karena dengan adanya tempat usaha yang bersih dan nyaman bagi para pelanggan maka akan menjadikan nilai tambah itu tersendiri bagi pelaku distributor ikan konsumsi.
- b. Persaingan harga yang merupakan hal yang tidak bisa di pisahkan dalam usaha jual beli.
- c. Persaingan produk yang meliputi kuantitas dan kualitas pada produk.

d. Pelayanan dan promosi yang bagus juga menjadi salah satu faktor pendorong penjualan usaha yang dilakukan para pelaku usaha distributor ikan konsumsi yaitu dengan memahami kebutuhan para pelanggan dan memberikan pembayaran yang mudah tidak harus tunai serta menjaga hubungan baik kepada pelanggan yang meliputi sopan santun kepada pelanggan.

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