

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Objek Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Lokasi penelitian terletak di salah satu desa di wilayah Kabupaten Tulungagung yaitu di Kecamatan Sumbergempol dan terletak di Desa Wonorejo. Desa Wonorejo adalah salah satu desa di Kecamatan Sumbergempol. Masyarakat di desa ini banyak menjalankan usaha di bidang pembibitan tanaman, produksi gula tebu, dan budidaya ikan hias. Desa Wonorejo memiliki jumlah penduduk sebanyak 6.848 penduduk dengan luas wilayah 288,460 Ha. 65% masyarakat Desa Wonorejo bermata pencaharian sebagai Petani.

2. Sejarah Desa Wonorejo

Pada sekitar tahun 1830 di Surakarta telah tertangkap seorang pahlawan Indonesia yang bernama Pangeran Diponegoro. Karena penangkapan tersebut, maka anak buah yang bernama Driyoleksono segera melarikan diri dan bersembunyi dari penangkapan belanda. Tempat persembunyian tersebut merupakan hutan belantara yang kemudian teman-teman Driyo juga mendatangi hutan tersebut dan tempat tersebut secara perlahan menjadi ramai. Oleh sebab itu tempat tersebut dinamakan Wonorejo yang artinya Wono adalah hutan dan Rejo adalah ramai. Pada

saat itu, Driyo dipilih sebagai Demang oleh teman-temannya ada pun kekuasaan demang tersebut sampai Bediljati. Beliau memimpin sampai tahun 1872.

Kemudian pada tahun 1873 kekuasaan tersebut digantikan oleh anaknya yang bernama Driyaontani dengan kondisi wonorejo belum aman dan banyak perampok. Pada saat itu, perampok dinamakan Kraman yang dipimpin oleh Mayokromo yang bersembunyi di suatu tempat (yang tidak ada di situ) yang kemudian dinamakan Krandekan. Untuk mengalahkan perampok itu, penguasa desa mencari saudaranya di dukuh Gebeg yang bernama Ahmad Kusen untuk meminta bantuannya.

Untuk memperluas wilayah makan demang Driyaontani bersama masyarakat menebang hutan dan menemukan suatu kendil yang berwarna kuning di bawah pohon besar. dan ia merasa luas wilayahnya sudah cukup luas dan untuk wilayah Bediljati diserahkan kepada seorang yang bernama Djogorekso.

Adapun nama-nama kepala desa Wonorejo adalah sebagai berikut:

- 1) Driyoleksono 1830 – 1872
- 2) Driyaontani 1873 – 1912
- 3) Martono 1913 – 1915
- 4) Manguntari 1916 – 1926
- 5) Djonomo 1927 – 1933
- 6) Sumotaridjan 1934 – 1942
- 7) Salamun 1942 – 1952

- 8) Mustari 1953 – 1955
- 9) Talam 1956 – 1970
- 10) Sangat 1971 – 1989
- 11) Badjuri 1990 – 1998
- 12) Bambang S 1998 – 2013
- 13) Anis Wijayanti 2013 – sekarang

3. Wilayah desa Wonorejo

Wilayah desa Wonorejo dibagi menjadi:

- a. 17 RT (Rukun Tetangga)
- b. 6 RW (Rukun Warga)
- c. 3 dusun yaitu
 - Dusun Wonorejo
 - Dusun Krandekan
 - Dusun Bendil Muning

4. Batas wilayah Desa Wonorejo

Untuk batas wilayah desa Wonorejo ada 4 yaitu:

- a. Batas wilayah sebelah timur : desa Bendiljati Kulon
- b. Batas wilayah sebelah selatan : desa Doroampel
- c. Batas wilayah sebelah barat : desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu
- d. Batas wilayah sebelah utara : desa Sumberdadi

5. Visi dan Misi desa Wonorejo

- a. Membangun Masyarakat Wonorejo Cerdas, Berkualitas dan Sejahtera
Menuju Kemakmuran Masyarakat yang Adil dan Merata.

- b. Mewujudkan masyarakat desa dapat mengenyam pendidikan formal maupun informal.
- c. Mewujudkan kehidupan masyarakat desa yang semakin baik, sehingga memiliki nilai jual terhadap cipta, rasa dan karsanya.
- d. Mewujudkan kehidupan masyarakat desa semakin baik.
- e. Mewujudkan rasa keadilan masyarakat dalam kerangka pelayanan masyarakat yang lebih baik.

B. Temuan Penelitian

Dalam pembahasan ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian strategi bisnis online dalam pemasaran ikan hias perspektif Ekonomi Islam desa Wonorejo Sumbergempol Tulungagung. Beberapa metode dilakukan untuk suatu pendekatan Marketing Mix 4P. pendekatan strategi pemasaran ini digunakan agar hasil penelitian mengacu pada teori ilmiah dan agar pendiskripsian lebih spesifik.

Tabel 4. 1 Profil Informas Kunci, Utama dan Pendukung

Informan Kunci	Informan Utama	Informan Pendukung
Informan 1	Informan 3	Informan 5
Informan 2	Informan 4	Informan 6
Informan Kunci	Pengepul Ikan Hias	
Informan Utama	Suplier Ikan Hias	
Informan Pendukung	Petani Ikan Hias	

Tabel 4. 2 Profil Informasi Petani, Suplier dan Pengepul

Nama	Kode
Bapak Mohtar	Informan 1
Bapak Kamid	Informan 2
Saudara Rozikin	Informan 3
Saudara Ryan	Informan 4
Bapak Arip	Informan 5
Bapak Saiful	Informan 6

1. Temuan Penelitian Tentang Strategi Bisnis Online dalam Pemasaran Ikan Hias di Desa Wonorejo Sumbergempol Tulungagung

Strategi pemasaran adalah pedoman yang dijadikan dasar dalam melakukan kegiatan dalam bidang pemasaran mulai tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap eksekusi dan tahap pengontrolan/evaluasi sebuah produk hingga pendistribusian produk kepada konsumen yang berdampak pada penentuan sikap konsumen kepada organisasi bisnis kedepannya. Dalam strategi pemasaran banyak metode-metode analisa yang digunakan. Yang paling sering digunakan adalah pendekatan bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi kegiatan-kegiatan inti pemasaran dimana kegiatan-kegiatan ini dapat dikendalikan dan berdampak pada reaksi konsumen.

Dalam hal ini peneliti menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, promotion, place*. Seperti yang dijeskan sebelumnya, strategi pemasaran mencakup semua kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis termasuk dalam pemasaran bisnis budidaya ikan hias di desa Wonorejo.

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen dan pelanggan. Produk menjadi sangat penting dalam keberlangsungan hidup suatu bisnis. Dari produk juga suatu kelompok dapat dikenal oleh konsumen. Di desa Wonorejo saat pandemi mulai

ramai orang beralih ke budidaya ikan hias sampai-sampai di salah satu jalan utama masuk desa Wonorejo dibuatkan patung ikan koki tepatnya di sebelah utara perbatasan desa Wonorejo dengan desa Sumberdadi.

Di desa Wonorejo ini sudah mulai banyak supplier ikan hias yang notaben pasarnya sudah dilingkup luar kota bahkan sampai luar pulau juga. Produk yang sering dipasarkan di media online itu beragam jenis ikan. Dari berbagai macam produk itulah para petani ikan hias selalu menyuplai ikan hias nya ke supplier dan pengobi ikan hias di seluruh Indonesia ini.

Tabel 4. 3 Proses Triangulasi Produk (*Product*)

Informan 1	Disini saya hanya seorang pengepul ikan hias jadi saya menampung berbagai macam ragam ikan hias dari petani-petani ikan hias. Ikan yang saya kirim ke pasaran itu mulai dari discus, perot, crd, rtc, leopard, redvin, platy doras, lemon, snow white, zebra nego, aligator, piranha, redblack, melati, balaon marbel dan oren, koi, koki, cupang, lohan, manfis, dll. Ikan yang saya kirim ke pasar itu hanya sesuai permintaan suplier pasar mas. Kalo ikan yang saya jual ke media online itu hanya ikan khusus penghobi nantinya saya tawarkan juga harganya lebih dari pasar. Dan ikan yang sering laku itu koi, koki, cupang, Arwana, lohan, guppy dan masih banyak lagi mas. ⁴⁷
Informan 2	Kalo saya itu ikan nya bermacam-macam tergantung permintaan pasar mas. Saya menampung berbagai ikan hias dari petani dan nantinya saya kirim dan

⁴⁷ Wawancara dengan bapak Mohtar pada tanggal 24 September 2021 pukul 07.00 WIB

	<p>pasarkan ke pasaran. Biasanya ikan yang diminta itu mulai koki, koki, guppy, komet, platy, black ghost, snow white, manfis, discus, marbel balon dan oren, dan masih banyak lagi. Kalo nanti dari petani ada ikan yang bagus dan sesuai kriteria penghobi saya akan pasarkan ke media online dan biasanya ikan yang sering diminati itu seperti koi yang bermacam jenis nya dan juga koki yang ramai di medsos itu.⁴⁸</p>
Informan 3	<p>Ikan hias dirumah yang sering saya jual itu malah dominan ke koi sekarang ini mas karena ya permintaan penghobi sangat banyak. Penghobi sering mencari ikan hias yang bisa untuk hiasan rumah makanya banyak yang sering nyari ikan jenis koi. Saya juga petani dan kalo stokk dirumah habis saya juga ambil dari petani ataupun pengepul untuk saya pasarkan ke pelanggan saya. Bukan hanya koi saja mas. Kadang saya juga main koki, cupang dan ikan lainnya. Dalam hal produk saya juga selalu mengutamakan kualitas serta mutunya mas agar nantinya pelanggan selalu balik ke saya kalo belinya jadi bisa sangat menguntungkan untuk jangka panjang ke depannya.⁴⁹</p>
Informan 4	<p>Kalo produk ikan hias yang saya pasarkan itu saat ini koi dan koki. Alasannya itu karena sangat banyak peminatnya mas di media online apalagi banyak juga yang dibuat kontes. Dulu saya juga main cupang yang jenis itu tetapi sekarang sudah jarang banget peminatnya jadi saya lebih ke tren yang sekarang seperti koki dan koi, Koi yang saya pasarkan juga beragam jenisnya mulai kohaku, tanco, showa, slayer dan lain-lain. Ukurarnya pun juga beragam mulai dari 5-40cm. Untuk koki pun juga sama mulai dari yang ukuran 7-18cm.</p>

⁴⁸ Wawancara dengan bapak Kamid pada tanggal 24 September 2021 pukul 11.30 WIB

⁴⁹ Wawancara dengan saudara rozikin pada tanggal 30 September 2021 pukul 20.00 WIB

	Koki pun juga bergam jenisnya mas mulai dari koki panda, ranchu, pw dan lain-lainya. ⁵⁰
Informan 5	Ikan hias yang saya produksi di rumah itu koi, koki dan lohan sn mas. Disini saya memilih ikan itu karena lahan saya sangat luas untuk budidaya. Saya pakai bekas lahan padi di sawah dan saya buat kolam tanah untuk ikan koi dan lohan. Saya pakai kolam tanah karena pertumbuhan ikan akan sangat cepat dan warnanya juga bisa tajam dan tidak memudar. Resiko kematian juga sangat minim karena kealamian kolam yang saya pakai. Kalo koki saya beli bibit dari teman atau pengepul lalu saya besarkan dirumah pakai kolam permanen mas. Itu nanti juga saya seleksi dahulu untuk pembesaran. ⁵¹
Informan 6	Untuk saat ini saya membudidaya produk ikan hias berupa koki, koki, snow white dan black ghos. Ikan ini yang menurut saya itu kalo dijual banyak sekali peminat atau penghobinya. Pemasarannya pun juga mudah nanti saya jual ke pengepul dan media online. Sebelum saya jual ikan saya seleksi mana yang bagus dan tidak. Ikan yang bagus yang memiliki warna cantik dan menarik seperti koi dan koki itu nanti saya pasarkan ke media online. Karena disitu nanti langsung ketemu sama penghobi bukan supplier. Kalo yang sutiran saya jual ke pengepul karena harganya juga murah mas. ⁵²
Kesimpulan	Dari hasil wawancara tersebut bahwa produk jenis ikan hiasnya sama yang dikirim ke pasar maupun dijual di media online.

⁵⁰ Wawancara dengan saudara Ryan pada tanggal 06 Oktober 2021 pukul 09.30 WIB

⁵¹ Wawancara dengan saudara Arip pada tanggal 24 September 2021 pukul 20.00 WIB

⁵² Wawancara dengan saudara Saiful pada tanggal 04 Oktober 2021 pukul 20.45 WIB

Dilihat dari berbagai narasumber diatas itu mulai dari pengepul, suplier dan petani ikan hias itu beragam jenis produk ikan hias. Mereka memproduksi atau membudidaya sesuai tren masa kini yang mudah untuk dijual dan dipasarkannya. Untuk ikan yang dikirim ke pasar itu mulai dari discus, perot, crd, rtc, leopard, redvin, platy doras, lemon, snow white, zebra nego, aligator, piranha, redblack, melati, balaon marbel dan oren, koi, koki, cupang, lohan, manfis, dll. Dan ikan yang sering sekali di pasarkan di media online itu dominan ke beragam jenis koi dan koki karena sangat banyak penghobi nya di seluruh Indonesia ini. Budidaya ikan hias juga memanfaatkan lahan di area belakang rumah dan bahkan area persawahan.

b. *Promotion* (Promosi)

Dalam hal persaingan yang harus dilakukan juga ialah melakukan promosi. Dalam hal promosi tidak perlu hal yang mewah ataupun bagus yang terpwnting ialah menarik perhatian bagi pembaca dan pendengar. Dalam hal promosi ikan hias itu banyak yang melakukan *face to face* dan juga melalui media online yang dapat langsung diliat oleh seluruh Indonesia bahkan dunia. Sebuah promosi yang baik tidak lepas dari pemikiran dan penyusunan yang matang.

Tabel 4. 4 Proses Triangulasi Promosi (*Promotion*)

Informan 1	Untuk promosi saya cenderung menggunakan media online dan juga tatap muka langsung ke suplier. Untuk media online saya promosikan lewat facebook dan itu nanti akan langsung bertemu dengan suplier dan penghobi
------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>ikan hias langsung. Sangat mudah menggunakan media online karena dapat dijangkau ke seluruh Indonesia. Untuk tatap muka langsung itu biasanya saya promosikan ke teman terdekat yang juga seorang suplier. Nanti ikan yang saya promosikan juga ikan yang kualitas bagus agar mereka juga bisa mendapat keuntungan yang lumayan.⁵³</p>
Informan 2	<p>Kalo dulunya saya promosikan langsung ke suplier atau datang langsung ke pasar ikan hias. Disana saya menawarkan produk langsung dengan membawa berbagai contoh ikan hias. Untuk sekarang saya lebih ke media online karena hal ini sangat mudah sekali untuk promosinya. Saya tinggal uplod ke facebook dan isi forumnya lalu saya cantumkan juga nomor whatsapp saya dan tinggal menunggu pembeli menghubungi kita jika dia berminat. Terkadang juga saya promosikan ke teman terdekat karena kebanyakan dari teman saya banyak yang suplier ikan hias jadi itu juga bisa menjadikan langganan saya mas.⁵⁴</p>
Informan 3	<p>Untuk promosi saya selalu menggunakan media sosial mas mulai dari facebook, instagram dan grub whatsapp. Promosi sangat mudah bagi saya karena teman-teman saya juga hobi ikan hias jadi saya promosikan lewat grub atau saya chat pribadi dan saya tawarkan ikan hiasnya. Kalo di facebook saya akan share ke seluruh grub facebook dan nantinya akan saya cantumkan nomor kontak saya agar kalo ada yang berminat bisa menghubungi saya langsung. Untuk instagram saya juga pakai agar lebih lengkap buat proses pemasaran saya mas.⁵⁵</p>

⁵³ Wawancara dengan bapak Mohtar pada tanggal 24 September 2021 pukul 07.00 WIB

⁵⁴ Wawancara dengan bapak Kamid pada tanggal 24 September 2021 pukul 11.30 WIB

⁵⁵ Wawancara dengan saudara Rozikin pada tanggal 30 September 2021 pukul 20.00 WIB

Informan 4	Kalo saya promosinya lewat media online mas seperti facebook dan grub-grub whatsapp. Promosi yang saya lakukan mencangkup seluruh Indonesia dan seluruh penghobi ikan hias di Nusantara. Untuk promosi di whatsapp saya tinggal share ke grub untu promosinya dan selalu saya update ke stori whatsapp. Promosinya juga sangat mudah mas karena tidak perlu langsung terjun ke suplier atau pasar. Tinggal uplod dan bagikan serta mencamtumkan nomor kontak yang bisa dihubungi mas. Kadang saya juga menawarkan ke teman-teman atau tetangga sekitar untuk mempromosikan ikan hias saya. ⁵⁶
Informan 5	Ya kalo promosi saya menggunakan media online terutama facebook. Saya sering promosikan ikan hias saya ke grub-grub facebook di seluruh Indonesia. Mudahnya promosi karena media online yang bisa dijangkau oleh penggunanya di seluruh Indonesia ini. Saya promosikan dan saya kasih nomor whatsapp saya untuk menghubungi bila ada yang berminat. Saya juga promosikan ke teman-teman saya selaku juga sebagai suplier. Nanti saya pilihkan ikan yang bagus dan berkualitas agar saya bisa menjualnya agak mahal mas. ⁵⁷
Informan 6	Kalo promosi saya menggunakan seluruh media online mas seperti facebook, instagram, tiktok dan youtub. Ikan yang saya promosikan di media online juga sudah saya pilihkan yang bagus yang mempunyai ukuran dan kualitas yang masuk bagi para penghobi ikan hias. Saya juga mempromosikan ke teman sekitar karena banyak teman saya itu sebagai suplier. Ikan yang sudah saya seleksi dan masuknya ke pasar akan saya jual ke pengepul dan yang bagus akan

⁵⁶ Wawancara dengan saudara Ryan pada tanggal 06 Oktober 2021 pukul 09.30 WIB

⁵⁷ Wawancara dengan bapak Arip pada tanggal 24 September 2021 pukul 20.00 WIB

	saya posting sendiri karena untungnya sangat banyak. ⁵⁸
Kesimpulan	Kesimpulan dari narasumber ialah cara mempromosikan menggunakan seluruh media online karena mudah dijangkau oleh seluruh pengguna media online. Ada juga yang datang langsung ke suplier terdekat untuk melakukan promosi.

Dilihat dari beberapa narasumber diatas itu untuk mempromosikan prouk ikan hiasnya menggunakan sistem media online dimana sangat mudah dijangkau dan di lihat oleh para penghobi ikan hias. Media online tersebut seperti forum facebook, status whatsap dan grub whatsap, instagram dan youtube. Ada juga yang mempromosikan ikannya langsung ke tetangga atau teman terdekatnya yaitu suplier ikan hias juga karena banyak suplier-suplier ikan hias yang menjadi rekan bisnisnya. Untuk ikan yang dikirim ke pasar mereka lebih memilih mempromosikan atau mengirim ke pengepul karena harga di pasar.

c. (*Price*) Harga

Harga adalah sejumlah uang yang perlu dibayarkan untuk memiliki atau mendaptkan produk yang dibutuhkan. Harga juga merupakan petunjuk tentang nilai produk atau jasa seseorang, dan pelanggan yang berbeda akan memberikan nilai yang berbeda untuk barang atau jasa yang sama. Strategi penentuan harga disini bervariasi pada masing-masing supplier. Itu ditentukan lokasi pengiriman yang berbeda-beda yang jadi faktor harganya. Untuk harga para warga desa

⁵⁸ Wawancara dengan bapak Saiful pada tanggal 04 Oktober 2021 pukul 20.45 WIB

Wonorejo menetapkan harga yang berbeda-beda karena ikan yang dikirim juga berbeda jenis-jenis nya. Untuk jarak tempuh juga sangat berisiko karena barang yang kita kirim itu ada nyawanya.

Tabel 4. 5 Proses Triangulasi Harga (*Price*)

Informan 1	Kalo saya masalah harga itu yang penting untung mas karena saya juga seorang pengepul. Asal untung dan bisa membayar karyawan saya, saya akan lepas ikanya karena ikan yang saya kelola juga sangat banyak. Biasanya kalo untung kisaran 5% hingga 300% an. Tergantung jenis ikan dan kualitas ikan. Kalo ikan kecil seperti moli, melati tarif 100-500 rupiah dan saya biasanya mengambil untung 5-15%. Kalo ikan besar seperti koi, koki, arwana biasanya 50-300% tergantung warna, motif dan ukuran ikanya mas. ⁵⁹
Informan 2	Untuk harga saya mengikuti pasaran mas. Kalo ikan kecil-kecil seperti moli balon dan marbel, platy cupang, dan lain-lain itu saya mengambil untung tidak banyak hanya kisaran 500 sampai 1500 karena saya jualnya ke pasar / supplier. Dan ikan yang relatif besar seperti koi saya jual ke pasar 13 ribu hingga 15 ribu dengan ukuran 20-30 up. Saya beli dari petani kisaran harga 7000-8000. Nanti ikan yang bagus dan memiliki motif cantik saya jual bebas dan bisa untung sampai berkali-kali lipat. Untuk ikan koki juga sama seperti koi mas. Kalo bagus dan langsung terjual ke pembeli bisa untung berkali lipat juga tetapi juga disesuaikan dengan kualitas dan ukurannya mas. ⁶⁰
Informan 3	Untuk ikan yang saya jual itu sering ke koi mas. Biasanya saya ambil dari petani atau pengepul itu juga tergantung

⁵⁹ Wawancara dengan bapak Mohtar pada tanggal 24 September 2021 pukul 07.30 WIB

⁶⁰ Wawancara dengan bapak Kamid pada tanggal 24 September 2021 pukul 11.30 WIB

	<p>ikannya. Kalo ukuran 15-20cm biasanya saya beli dengan harga 15 ribu sampai 20 ribu itu pun saya selalu memilih yang warna serta corak nya bagus. Untuk keuntungan saya bisa mengambil untung 50% hingga tak terhingga untungnya bahkan ikan size kecil diatas bisa laku hingga 200 ribu mas apalagi kalo ukuranya besar bisa hingga ratusan hingga jutaan. Ikan koi juga sangat beragam jenisnya harganya juga mengikuti kesenangan penghobi jadi harga tidak saya jadikan patokan. Kalau pembeli minat pasti akan dibeli karena tau kualitas ikan.⁶¹</p>
Informan 4	<p>Kalo harga sendiri saya tergantung ukuran motif jenis ikanya mas. Untuk saat ini bisnis sampingan ikan hias saya jenis nya hanya 2 yang saya jual yaitu koi dan koki soalnya ramai dipasaran para penghobi ikan hias. Kalo untuk koki ukur 8-10 saya jual 7000 an per ekornya dan biasanya saya untung 1000-2000 kadang juga bisa 50 ribu per ekor tergantung jenis dan ukurannya. Kalo untuk jenis koi ukur 10-15 saya jual 8000 an per ekor. Biasanya saya untung sekitar 2000-3000. Itu kalo ikan saya jual ke suplier dan pasar. Kalo ikan yang saya jual ke pengjobi bisa untung 100% lebih. Saya juga pernah beli ikan koi jenis slayer dengan harga beli 200 ribu dan saya jual hingga 750 ribu. Kalo main ikan saya selalu ambil untung banyak karena resiko yang didapat juga besar mas.⁶²</p>
Informan 5	<p>Kalo untuk koi. Biasanya saya jual ke pengepul bisa 12-15 ribuan. Kalo ada yang bagus saya sisihkan saya upload ke online. Karena untungnya bisa lumayan. Bisa sampai 100-500% kalo ikanya bagus. Ada juga ikan kecil seperti marbel, melati dan louhan. Biasanya saya</p>

⁶¹ Wawancara dengan saudara Rozikin pada tanggal 30 September 2021 pukul 20.00 WIB

⁶² Wawancara dengan saudara Ryan pada tanggal 06 Oktober 2021 pukul 09.30 WIB

	Cuma ambil untung 500-750 per ekornya dan nanti juga di kalikan berapa banyak jumlah ikan yang dikirim. Untuk ikan lohan pun juga sama kalo ukuranya besar bisa untung 20-30% mas. ⁶³
Informan 6	Kalo harga itu sebenarnya tergantung bagus atau tidak nya ikan. Untuk ikan snow white ayak 8 biasanya saya jual 8000 per ekornya. Kalo koi pasar ukuran 15-20 biasanya saya jual 8000 an per ekor sedangkan kalo koi untuk penghobi yang motif, warna tajam dan ukuran masuk saya jual tidak ada batasan mas. Mulai dari 300 ribu sampai 10juta itu kalo saya dan kawan-kawan saya. Untuk harga koki pasar saya jual 5000 an untuk ukur 7-8cm dan untuk koki penghobi biasanya saya jual tidak ada batas mas tergantung ketertarikan pembeli bahkan saya pernah mengirimkan 1 ekor koki dengan size 18 cm ke istana Bogor dengan harga 2 setengah juta mas. ⁶⁴
Kesimpulan	Kesimpulan dari narasumber ialah harga yang dikirim ke pasar relatif sama dan keuntungan 5-50%. Dan untuk ikan hias yang memiliki motif, ukuran dan corak yang bagus bisa dijual sesuai minat pelanggan dan itu tidak ada batasan harganya. Untuk satu ikan hias bisa sampai ratusan hingga jutaan.

Dilihat dari berbagai narasumber diatas itu harga untuk pasaran sudah ditentukan dimana para pengepul mengirim ke pasar hanya meraih untung 5-50%. Untuk keuntungan yang dipasarkan atau ditawarkan langsung ke pelanggan atau konsumen itu tidak terhingga atau tidak terbatas bahkan harga jual per ekor bisa untung ratusan bahkan sampai jutaan. Ikan yang sering diminati penghobi dan bisa

⁶³ Wawancara dengan bapak Arip pada tanggal 24 September 2021 pukul 20.00 WIB

⁶⁴ Wawancara dengan bapak Saiful pada tanggal 04 Oktober 2021 pukul 20.45 WIB

menjadi nilai harga mahal itu seperti koi dan koki untuk saat ini karena dibuat kontes serta hiasan depan rumah.

d. (*Place*) Distribusi

Distribusi itu sendiri adalah pproses penyediaan produk dan jasa untuk digunakan konsumen atau sebuah pengurus bisnis. Distribusi juga bisa dikatakan sbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah pengiriman barang dan jasa kepada konsumen.

Proses distribusi atau pengiriman ikan hias juga berbeda-beda tergantung jarak orang yang membeli ikan hiasnya. Ada yang masih didalam kota dan pulau Jawa, ada juga yang luar pulau Jawa.

Tabel 4. 6 Proses Triangulasi *Place* (Distribusi)

Informan 1	Untuk distribusi pengiriman sendiri saya sudah ada pasarnya di daerah Bekasi, Semarang, Solo, Cikampek, Bogor, Jombang, Surabaya, Jakarta, dll. Untuk pengiriman tergantung perminataan konsumen atau pelanggan kita. Biasanya saya kirim pakai mobil pribadi seperti pick up atau pun truck. Terkadang saya juga pakai jasa untuk pengirimannya. Kalo kirim ke daerah luar pulau seperti Bali, Lampung, Papua, Sumatra itu saya titipkan ke saja atau pun kurir. Biasanya pakai mobil bok yang nantinya di kirim lagi lewat pesawat udara. ⁶⁵
Informan 2	Untuk pengiriman saya menggunakan truck atau mobil pribadi. Kalo pengiriman banyak saya gunakan truck dan kalo pengiriman tidak terlalu banyak saya menggunakan mobil pribadi atau pick up. Untuk daerah pengiriman saya

⁶⁵ Wawancara dengan bapak Mohtar pada tanggal 24 September 2021 pukul 07.30 WIB

	<p> kirim ke pasar yang ada di daerah Solo, Semarang, Surabaya, Bogor, Cikampek, Jakarta dan lain-lain sesuai pemesanan suplier kita. Untuk daerah luar jawa saya kirim pakai kurir yang nantinya juga di lewatkan pesawat agar cepat sampai dan sedikit mengurangi resiko terhadap ikannya,. Daerah luar Jawa yang sering saya kirim itu Bali, Manokwari, Batam, Bengkulu dan lain-lain. Kalo daerah dekat saya memilih pakai jasa pengiriman ikan hias.⁶⁶</p>
Informan 3	<p> Kalo distribusi saya sudah lingkup nusantara mas tergantung siapa dulu yang menghubungi dan deal duluan. Itu daerah sekitar biasanya masih blitar, kediri, jombang, sampai surabaya. Kalo daerah timur itu malang, jember, banyuwangi bahkan sampai bali. Untuk luar pulau lainya saya pernah kirim ke lampung kalimantan dan sumatra. Saya kirim lewat kurir jasa pengiriman khusus ikan hias mas jadi nanti juga ada karantina dan penggantian gas untuk pengiriman luar pulau jadi alhamdulillah ikan masih bisa aman sampai ke tujuan.⁶⁷</p>
Informan 4	<p> Distribusi pengiriman saya lebih ke seluruh indonesia. Untuk awalan mungkin daerah sekitar mas seperti teman lalu daerah tulungagung, blitar dan kediri. Lama-lama peminat dari daerah luar seperti Bogor bekasi cikampek pekalongan dan pasuruan. Untuk trip daerah pengiriman saya hanya masih pulau jawa karena bisnis ikan hias ini hanya sampingan dikala sepulang kerja harian mas. Untuk pengiriman saya memilih kurir/jasa yang memakai boks itu dan bis karena lebih sering di cek dari pada kereta api mas⁶⁸</p>
Informan 5	<p> Untuk distribusi tempat tujuan pengiriman itu saya sudah ada langganan</p>

⁶⁶ Wawancara dengan bapak Kamid pada tanggal 24 September 2021 pukul 11.30 WIB

⁶⁷ Wawancara dengan saudara Rozikin pada tanggal 30 September 2021 pukul 20.00 WIB

⁶⁸ Wawancara dengan saudara Ryan pada tanggal 06 Oktober 2021 pukul 09.30 WIB

	<p>suplier di jawa tengah seperti Solo, Semarang, Yogyakarta dan kota bekasi untuk Jawa barat. Itu untuk ikan masuk ke pasar ikan hias nantinya. Kalo untuk penghobi ikan itu seluruh nusantara. Biasanya saya ke malang, bali, jakarta dll. Itu untuk ikan yang kualitasnya lumayan bagus seperti ikan koi ori, koki dan lohan yang jenis itu. Kalo pengiriman daerah dekat saya pakai bis sesuai permintaan sedangkan yang jauh saya selalu sarankan untuk pakai jasa ekspedisi karena nantinya akan ditanggung kurirnya kalo ada kebocoran gas dijalan. Walaupun harganya sedikit mahal tetapi semua pengiriman sudah ditanggung ekspedisi nya mas.⁶⁹</p>
Informan 6	<p>Kalo untuk daerah pengiriman saya biasa pakai bis atau mobil bok-bok an itu. Itu kalo masih daerah lingkup Jawa-Bali soalnya jaraknya masih bisa ditempuh pakai mobil. Kalo untuk luar Jawa yang jauh seperti Palembang, Sumatra dan Papua Manokwari saya memilih pesawat yang nanti saya serahkan ke kurir/jasa pengiriman mas. Untuk pengiriman wilayah Jawa saya sering ke seluruh pulau Jawa dan untuk kebanggaan sendiri saya pernah kirim ikan koki saya ke istana Bogor.⁷⁰</p>
Kesimpulan	<p>Kesimpulan dari narasumber ialah pengiriman menggunakan mobil bok atau truck sesuai permintaan pelanggan. Kalo sedikit akan dikirim lewat kurir atau bis. Pengiriman ikan meliputi dalam pulau maupun luar pulau. Untuk luar pulau menggunakan jasa ekspedisi pesawat terbang.</p>

Dilihat dari narasumber di atas itu dalam pengiriman ikan hias tergantung permintaan konsumen/pelanggan. Biasanya suplier hanya

⁶⁹ Wawancara dengan bapak Arip pada tanggal 24 september 2021 pukul 20.00 WIB

⁷⁰ Wawancara dengan bapak Saiful pada tanggal 04 Oktober 2021 pukul 20.45 WIB

mengarahkan untuk memakai kurir ini itu. Untuk pengiriman yang masih didalam pulau mereka memakai jasa ataupun bus karena jaraknya masih tidak terlalu jauh dan masih aman dari resiko kematian. Untuk daerah pengiriman itu meliputi Malang, Jember, Banyuwangi, Kediri, Jombang, Surabaya. Kalo Jawa tengah meliputi Semarang, Yogyakarta, Solo, Bogor, Cikampek, Bekasi, Bandung dan Jakarta. Untuk daerah pengiriman ke luar pulau Jawa biasanya memakai ekspedisi yang bisa membantu kirim ke luar jawa dan nantinya akan di lewatkan jalur pesawat karena akan cepat sampai dan ikan tidak terlalu lama di kantong. Daerah luar Jawa itu meliputi Bali, NTT, Manokwari, Jayapura, Lampung, Sumatra, Kalimantan, dll.

2. Temuan Penelitian Tentang Kendala dan Solusi Pada Bisnis Online dalam Pemasaran Ikan Hias Desa Wonorejo Sumbergempol Tulungagung

Pada saat memasuki dunia usaha ikan hias tidak semua berjalan sesuai keinginan kita. Maka dari itu untuk menjalankan suatu rencana atau bisnis ke depannya harus melihat situasi dan kondisi yang ada agar suatu tujuan dapat tercapai dan maksimal. Usaha yang baik juga harus didasari kemampuan yang baik bagi seorang individu tersebut agar dapat menjalankan sebuah proses pemasaran yang baik. Hal ini adalah tugas khusus bagi seseorang tersebut untuk menemukan peluang dan pemecahan solusi atau kendala yang akan dihadapinya.

Ketika melakukan bisnis pasti akan ada sebuah pengorbanan mulai dari tenaga, waktu dan uang. Maka hal ini juga harus di minimalisir resiko teradinya suatu kerugian nantinya. Dalam hal resiko ini sering terjadi pada sebuah orang yang menjalankan bisnisnya terutama pada masyarakat desa Wonorejo ini. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena bebisnis pasti juga ada resiko seperti kendala pada saat pemasaran online yang terjadi di masyarakat desa Wonorejo. Berikut penjelasan kendala bagi para narasumber.

Tabel 4. 7 Kendala dan Solusi Pemasaran Ikan Hias

Informan 1	Kalo faktor kendala biasanya pasar sepi dan ketika itu ikan yang saya tampung lumayan banyak jadi untuk pengiriman jadi macet. Biasanya waktu musim penghujan ikan sedikit sepi di pasaran. Kalo kendala lainnya itu di pengiriman. Ada gas yang bocor, ikan mati dijalan ataupun ikan mabok. Untuk pemasaran lain adanya persaingan antar suplier. Solusinya itu Solusi dari membeli ikan itu nanti jangan langsung ditaruh jadi satu kolam sama ikan yang lama, jadi ikan baru masuk itu dikarantina dulu. Kalo pasar sepi dan menyebabkan kemacetan itu kita melakukan penjualan ecer ke media sosial ataupun di jual ke teman suplier lain. Untuk gas bocor atau ikan mati itu sebelumnya ada kesepakatan antar penjual dan pembelinya mas. Kalo ikan mati saya ganti sepenuhnya dan pembeli hanya bayar ongkirnya saja. ⁷¹
Informan 2	Kalo kendala menurut saya itu lumayan banyak mas. Ada juga pasar sepi dan permintaan suplier menurun dan itu menyebabkan penurunan harga pasar

⁷¹ Wawancara dengan bapak Mohtar pada tanggal 24 September 2021 pukul 07.30 WIB

	<p>ikan hias. Kendala pemasaran itu di pengiriman dan persaingan. Pengiriman juga beresiko ikan mati dijalan ataupun kebocoran gas. Solusinya itu ketika pasar sepi kita sedikit stop untuk mengambil ikan dari petani-petani lain untuk melihat kondisi pasar dulu. Kalo sudah rame pesanan kita tinggal langsung kirim jadi kita itu lebih memilih hari tertentu untuk ambil ikan banyak untuk pengirimannya. Kalo dijalan nanti ada kebocoran gas atau kematian ikan, ikan saya ganti sepenuhnya mas karena itu sudah tanggungjawab saya.⁷²</p>
Informan 3	<p>Untuk kendala saya pernah mengalami ikan kurang sehat dari petani dan itu sangat sulit untuk dideteksi nya. Dalam hal ini hanya sedikit perbedaan yang terjadi pada ikan yang kurang sehat. Kendala yang biasa saya dapat saat pemasaran. Kendala lain biasanya kebocoran gas saat pengiriman dan ikan mati. Ada juga kasus penipuan. Nama farm atau nama pemilik sangat berpengaruh untuk pemasaran. Solusinya ialah ikan saya karantina sendiri agar tidak menular ke ikan lainnya. Kalo ada gas bocor dan menyebabkan ikan mati itu sebelumnya saya ambil kesepakatan. Ikan saya kirim juga sehat dan normal saya juga kasih vidio ke konsumen dan konsumen juga deal maka dari itu diambil tengah nya yaitu mengganti separuh harga mas. Untuk menghindari penipuan itu memilih farm yang sudah terpercaya. Dan sering upload ikan di beranda serta bukti transaksi kita ke pelanggan.⁷³</p>
Informan 4	<p>Kendala saya biasanya dipengiriman. Kejadian ikan mati dijalan atau kebocoran gas kalo lewat kurir yang istilahnya bar bar seperti bis dan cargo kereta. Kendala lain itu di nama farm</p>

⁷² Wawancara dengan bapak Kamid pada tanggal 24 September 2021 pukul 11.30 WIB

⁷³ Wawancara dengan saudara Rozikin pada tanggal 30 September 2021 pukul 20.00 WIB

	<p>kita. Kalo kita pemula akan sedikit susah cari pelanggan apalagi marak penipun" dan akhirnya banyak kurang kepercayaan. Makanya kalo nama kita sudah melambung tinggi akan mudah mempromosikan ikan kita. Untuk solusinya itu kalo ikan mati dijalan akan saya ganti, itu tergantung kesepakatan awal nya mas. Saya ganti sepenuhnya lalu pelanggan hanya mengganti ongkirnya saja. Agar bisa dipercaya itu kita lakukan vc terlebih dahulu sebelum transaksi dan memperlihatkan ikanyang nantinya akan dikirim. Sering uplod ke beranda agar jika ada yang melihat akun kita itu asli bukan palsu.⁷⁴</p>
Informan 5	<p>Bagi petani seperti saya itu kendala nya di budidaya nya. Biasanya banyak ikan mati pada saat pergantian musim. Ada juga pencurian larena ikan saya budidaya jauh dari rumah. Kendala lainnya di pengiriman sering terjadi kebocoran gas karna perjalanan yang jauh itu menyebabkan ikan mati dijalan. Ada juga ikan mati dikantongan plastik padahal kondisi ikan bagus. Biasanya disebabkan sesak atau kebanyakan ikan dikantongan plastiknya. Untuk solusinya itu sering melakukan buang ganti air mas dan ikan saya kasih makan sedikit. Pengiriman saya lakukan lewat kurir ekspedisi agar ikan aman mas. Kalo ikan mati itu kesepakatan kedua pihak antara pembeli dan penjual. Sebelum ikan diberangkatkan pasti dikarantina dan di vidio kondisi ikan mulai pengemasan hingga pemberangkatan dan kalo kondisi oke akan lanjut pengiriman. Jadi nanti kalo ikan mati dijalan akan diganti separuh harga atau pihak pengirim mengganti ikan lalu pembeli hanya membayar separuh harga saja.⁷⁵</p>

⁷⁴ Wawancara dengan saudara Ryan pada tanggal 06 Oktober 2021 pukul 09.30 WIB

⁷⁵ Wawancara dengan bapak Arip pada tanggal 24 september 2021 pukul 20.00 WIB

Informan 6	Untuk kendala sendiri di budidaya nya itu pergantian cuaca dimana ikan sering tidak kuat dan menyebabkan kematian. Kendala dalam lain seperti mahal nya transportasi atau pun jasa pengiriman ikan hias. Kendala di pengiriman biasanya terjadi kebocoran gas hingga menyebabkan ikan mati. Hal yang membuat saya sering khawatir itu di pengiriman lewat pesawat. Biasanya ada oknum yang nakal membuka kardus paketan tadi dan mengambil ikan yang bagus-bagus saja seperti ikan koi mas. Solusinya itu saya lakukan buang tambah air waktu sore hari. Kasih makan satu kali sore haru saja. Kalo transportasi mahal itupun karena keamanan untuk pengiriman ikannya agar selamat sampai tujuan. Terjadi kesepakatan dulu antara kedua belah pihak sebelum ikan dikirim, biasanya saya ganti sepenuhnya harga ikan lalu pembeli hanya membayr ongkirnya saja mas. ⁷⁶
Kesimpulan	Kesimpulan dari narasumber ialah kendala yang terjadi itu sama dari penegpul, suplier mauppun ikan hias. Untuk solusi tergantung masing-masing pemilik ikan hias tersebut.

Dilihat dari berbagai narasumber diatas adalah bahwa pergantian musim sangat berpengaruh pada kesehatan ikan. Kendala yang dialami juga adanya atau sepi nya pasar yang mana menyebabkan kemacetan di pengiriman dan menyebabkan ikan yang ditampung banyak. Untuk pemasaran sendiri banyaknya persaingan harga. Terjadinya kebocoran gas atau ikan mabuk di jalan yang menyebabkan kematian ikan hias. Jark tempuh juga menjadi kendala karena gas dikantongan juga terbatas. Solusi yang dimbil menurut narasumber diatas itu cuaca sangat berpengaruh

⁷⁶ Wawancara dengan bapak Saiful pada tanggal 04 Oktober 2021 pukul 20.45 WIB

maka dari itu ikan juga harus dirawat seperti selalu menambah air dan memberi makan satu kali sehari. Dalam pengambilan ikan jangan langsung dijadikan satu kolam harus dikarantina dahulu agar meminimalisir kalo ternyata ikan yang diambil itu ada penyakitnya dan tidak menular ke lainnya. Dalam persaingan harus jual saja sesuai pasar dan sering-sering upload ikannya agar tau bahwa akun itu real dan amanah. Posting juga bukti pengiriman dan bukti transaksi juga agar orang yang melihat bisa percaya. Untuk ikan mati biasanya kesepakatan kedua belah pihak dan nantinya si penjual atau petani ikan hias hanya mengganti separuh harga sesuai kesepakatan di awal atau penjual mengganti sepenuhnya. Kalo ada pencurian itu serahkan saja pada petugas kurir atau jasanya, nanti akan ada tanggungjawab di pihak jasa pengiriman ikan nya karena sudah tanggung jawab jasa nya.

3. Temuan Penelitian tentang Implementasi Strategi Bisnis Online dalam Pemasaran Ikan Hias Perspektif Ekonomi Islam

Pemasaran adalah aspek terpenting dalam sebuah praktek bisnis. Pelaku pemasaran akan menggunakan berbagai cara untuk mendukung suatu proses pemograman demi memperoleh sebuah respon dari pasar sasaran yang dituju. Alat ini lah yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran atau yang lrbih dikenal dengan *marketing mix* ini adalah istilah untuk sebuah penggambaran dimana kombinasi taktik dengan tujuan agar supaya suatu pemasaran bisnis tersebut dapat mencapai suatu tujuan secara efektif dalam konteks

memasarkan suatu produk atau pun jasa ke kelompok pelanggan sasaran.

Prinsip praktik pemasaran pada dasarnya menuntuk kita untuk lebih terlibat dalam hal mengembangkan sebuah ide baru atau gagasan yang dapat mengeluarkan produk yang lebih inovatif dan bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Maka dari itu dalam suatu pemasaran harus lebih ber inovatif dan tekad untuk bersaing dengan strategi pemasaran yang baik.

Pemasaran pada intinya itu ialah serangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Namun pada dasarnya sebuah bisnis pasti aada kendala atau resiko yang dihadapinya. Resiko pada usaha atau bisnis itu selalu ada dan tidak bisa dihindari tetapi masih bisa dicari solusi dan meminimalisir resiko tersebut. Kendala tersebut juga dijadikan acuan perbaruan dalam kegiatan pemasaran. Oleh karena itu suatu perencanaan yang baik akan dapat meminimalisir sebuah resiko atau kendala dalam kegiatau usaha tersebut.

Informan 1	Untuk pelanggan kami alhamdulillah banyak yang bilang puas dan jarang komplain mas karena kita selalu menyediakan ikan yang memiliki kualitas mas. Utamakan kejujuran juga kalo di saya mas karena untuk menjaga pelanggan agar berhubungan baik kedepannya. ⁷⁷
Informan 2	Kalo pelanggan kami semuanya puas mas karena pelayanan kita juga harus baik agar pelanggan bisa

⁷⁷ Wawancara dengan bapak Mohtar pada tanggal 24 September 2021 pukul 07.30 WIB

	nyaman dan puas ketika melihat ikan kita. ⁷⁸
Informan 3	Untuk kepuasan alhamdulillah jarang ada pelanggan yang komplain akan ikan yang dikirim. Karena kita selalu mengecek dahulu sebelum ikan dikirim dan nantinya agar ikan juga selamat sampai tujuan. ⁷⁹
Informan 4	Kepuasan bagi pelanggan itu pertama mas agar hubungan baik bisa berlangsung lama untuk jangka panjang. Kalo pelanggan puas akan ikan kita pasti nanti balik lagi untuk beli ikan dari kita. ⁸⁰
Informan 5	Kalo kepuasan pelanggan saya utamakan mas karena saya juga pernah mengalami kegagalan dalam budidaya maka saya utamakan ketika pembeli datang ke rumah saya selalu memberikan pelayanan terbaik serta ikan juga yang sehat-sehat. ⁸¹
Informan 6	Untuk kepuasan pelanggan itu alhamdulillah mereka sangat puas tentang ikan yang saya budidaya baik dari suplier maupun pengepul mas. Karena ikan yang saya kirim itu selalu ikan yang sehat dan layak untuk dikirim. ⁸²
Kesimpulan	Kesimpulan dari masing-masing narasumber itu pembeli atau pelanggan sangat puas akan ikan yang mereka kirim.

Kaidah Islam dalam pemasaran yang baik itu ialah sebuah praktik pemasaran yang dilandasi oleh kaidah serta nilai-nilai Islam yang tidak

⁷⁸ Wawancara dengan bapak Kamid pada tanggal 24 September 2021 pukul 11.30 WIB

⁷⁹ Wawancara dengan saudara Rozikin pada tanggal 30 September 2021 pukul 20.00 WIB

⁸⁰ Wawancara dengan saudara Ryan pada tanggal 06 Oktober 2021 pukul 09.30 WIB

⁸¹ Wawancara dengan bapak Arip pada tanggal 24 september 2021 pukul 20.00 WIB

⁸² Wawancara dengan bapak Saiful pada tanggal 04 Oktober 2021 pukul 20.45 WIB

bertentangan dengan sumber hukum Islam. Dalam praktik pemasaran yang diterapkan oleh sebagian masyarakat desa Wonorejo sudah berdasarkan prinsip Ekonomi Islam. Hal ini bisa dilihat dari beberapa penjelasan narasumber saat melakukan observasi tertulis. Dari hasil observasi diketahui bahwa prinsip yang diterapkan oleh masyarakat desa Wonorejo adalah kepuasan pelanggan dan kemaslahatan dengan menggunakan prinsip pemasaran Islam yaitu kesatuan (*tauhid*), kebolehan, keadilan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, kebajikan dan kejujuran, kerelaan, dan kemanfaatan. Adapun penjelasan sebagai berikut:

a. Kesatuan (*Tauhid*)

Islam tidak menghalangi pemeluknya untuk mendapat keuntungan dari suatu kegiatan bisnisnya, namun usaha yang mendapat keuntungan tersebut harus diperoleh dalam batasan-batasan yang telah ditetapkan oleh sumber hukum dalam Islam yang meliputi Al-Qur‘an, hadis, ijma‘ dan qiyas. Semua orang yang ikut dalam sebuah usaha bisnis memikul tanggungjawab untuk mempekenalkan dan menyebarkan sistem bisnis yang berprinsip pada kaidah Islam kepada seluruh masyarakat yang terlibat. Dengan begitu niat yang baik dari dalam hati yang tulus yang dijalankan mempunyai nilai ibadah tersendiri di sisi Allah SWT.

b. Kebolehan (*Ibahah*)

Dalam hal perspektif Ekonomi Islam, suatu produk yang dipasarkan atau ditukar harus produk yang halal dan memiliki kualitas

serta mutu yang baik. Bukan sebaliknya, demi memperoleh sebuah keuntungan yang besar harus rela menurunkan kualitas sebuah produk tersebut. Produk merupakan barang yang dipasarkan untuk sebuah pemenuhan permintaan konsumen maka kualitas serta mutu dari produk tersebut akan mendapat persetujuan kedua belah pihak untuk pemasarannya.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh masyarakat desa Wonorejo sudah memberikan sebuah produk yang halal dengan kualitas yang baik serta memiliki mutu sesuai kepuasan pembeli.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah [2]: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Oleh karena itu, pijakan atau landasan yang digunakan oleh penjual muslim dalam memasarkan sebuah produk tidak lepas dari Nabi Muhammad SAW. Sebagai sosok yang sangat pandai dalam memasarkan sebuah produk yang sesuai dengan pembeli serta mengutamakan mutu dan kualitas produk sebagaimana yang ditentukan oleh Allah SWT yaitu produk yang halal.

c. Keadilan (*Al-'Adl*)

Dalam Perspektif Ekonomi Islam, untuk memasarkan produk harus menekan pada suatu prinsip keadilan dalam memenuhi kebutuhan dari konsumen. Keadilan itu menekankan pada suatu pemahaman tentang memperoleh hak masing-masing individu. Dalam kegiatan pemasaran, masyarakat desa Wonorejo menerapkan sistem prinsip keadilan dengan selalu memenuhi kebutuhan dari pesanan para pelanggan. Kebutuhan yang bermacam-macam dari para pelanggan harus membuat penjual melakukan hal yang adil dalam sebuah pemenuhan pesanan konsumen maupun dalam kegiatan bertransaksi. Hal tersebut dilakukan agar mempertahankan kepercayaan para pelanggan terhadap produk yang dipasarkan.

d. Kehendak Bebas (*Al-Hurriyah*)

Selain bersikap adil dalam sebuah kegiatan pemasaran, pemberian kebebasan janji atau kebebasan menentukan akad kedua belah pihak yang terikat merupakan bagian dari prinsip Ekonomi Islam juga. Didalam pemenuhan kebebasan janji di awal tersebut harus sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan bersama, misal ketika ada kendala yang dimana nanti akan dicari solusi bersama. Penentuan solusi tersebut juga harus dilakukan ketika waktu akad diawal agar tidak terjadi kesalahpahaman kedua belah pihak. Hal ini dilakukan agar konsumen juga merasa nyaman dan aman untuk melakukan transaksi dan mendapat kepercayaan serta kebebasan dalam penentuan

jalanya transaksi.

e. Pertanggungjawaban

Sikap tanggungjawab merupakan sikap yang diajarkan Rosulullah ketika hendak melakukan transaksi atau hubungan jual beli kepada konsumen. Hal ini ditekankan dalam Islam karena perbuatan yang dilakukannya pasti memiliki tanggungjawab yang besar baik itu didunia maupun akhirat nantinya, hal tersebut juga akan berlaku dalam kegiatan pemasaran. Sebagai penjual selain bersikap adil juga harus bertanggungjawab penuh atas produk atau jasanya terhadap permintaan dari pelanggan. Karena ketika sudah diberi keputusan bersama maka harus ada tanggungjawab penuh oleh hasil yang telah dibuat tersebut. Oleh karena itu masyarakat desa Wonorejo selalu mengedepankan rasa tanggungjawab kepada pelanggannya karena mereka tidak ingin para pelanggan merasa kecewa terhadap penjual serta produknya. Hal itu demi memperthankan kelangsungan kepercayaan pelanggan terhadap penjual.

f. Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran dalam pelaksanaan bisnis meliputi niat, sikap, transaksi, perilaku proses akad dan sebagainya merupakan realisasi dalam prinsip kebajikan untuk mendorong para pelaku bisnis untuk bersikap terbuka dan ramah. Hal tersebut juga sudah diterapkan oleh masyarakat desa Wonorejo yang mana sudah bisa dilihat dari praktik pemasaran yaitu menjual produk yang halal dan kualitas dari ikan hias

yang bagus sesuai dengan gambar atau video kondisinya. Diberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menentukan pilihannya, bertanggungjawab dan bersikap adil dalam menyediakan pesanan sesuai keinginan pelanggan. Bersikap ramah tamah ketika ada pelanggan yang datang untuk melihat langsung kondisi ikannya dan bersikap jujur apa adanya sesuai dengan yang ada dalam transaksinya.

g. Kerelaan (*Ar-Ridha*)

Praktik bisnis yang diterapkan dalam Islam itu harus dilakukan dengan ikhlas atau rela sama rela tanpa adanya sebuah paksaan dan intimidasi atau tekanan. Karena dalam berbisnis itu selain mendapat keuntungan harus juga mengandung unsur rela atau ikhlas agar mendapat pahala dari-Nya. Berbisnis dengan Islam itu indah, karena setiap perbuatan baiknya pasti ada balasan baiknya dan mendapat pahala pula yang nantinya juga bisa mendapatkan keberkahan dunia dan akhirat. Praktik dalam Islam itu juga dianggap sebagai cerminan perbuatan yang mulia yang bernilai ibadah atas karena Allah SWT.

h. Kemanfaatan

Kegiatan bisnis selain dipandang mulia dan bernilai ibadah juga dapat memberikan manfaat tersendiri bagi orang lain. Dipandang mulia itu semata-mata bukan hanya memperoleh keuntungan sah tetapi juga memberikan keuntungan kepada orang lain sebagaimana dampak atau manfaat positifnya untuk membuka pintu rezekinya kepada orang lain. Pada petani ikan hias yang sama-sama mencari

nafkah, mereka membagi rezekinya kepada teman yang lainnya. Contohnya ketika ada teman membeli ikan ke petani ikan hias yang mana nantinya akan dijual lagi, maka petani itu juga memberikan harga yang beda agar ketika dijual akan mendapat untung juga dan itu juga ada manfaatnya bagi petani tersebut karena dia tidak repot-repot untuk menjual ikan atau memasarkan ikan-ikanya. Oleh karena itu memberikan manfaat kepada orang lain akan menguntungkan juga pada yang memberi manfaat untuk jangka waktu ke depannya.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh penulis di desa Womorejo Sumberegempol Tulungagung ini dapat diketahui bahwa implementasi bisnis online dalam strategi pemasaran ikan hias dari segi bauran pemasaran (*marketing mix*) sudah berjalan dengan baik dan ada beberapa kendala dalam pemasarannya serta sudah mendapat solusi untuk permasalahan tersebut, namun hal tersebut bisa diselesaikan dengan perencanaan yang matang. Sedangkan strategi pemasaran di tinjau dari Ekonomi Islam sudah menerapkan perspektif Ekonomi Islam dalam pemasarannya yang mana telah mencontoh sikap Rasulullah SAW dalam berdagang dengan mementingkan kepuasan dan kesenangan terhadap pelanggan dan diri sendiri. Usaha bisnis pada masyarakat desa Wonorejo dari segi prinsip pemasaran dalam Islam sudah berdasarkan kaidah Islam yang mana bersikap adil, jujur dan bertanggungjawab dalam memenuhi pesanan konsumen. Transaksi penjualan juga mudah dan memberikan pelayanan terbaik ketika pengiriman ikan hiasnya ke pelanggan. Harga yang ditetapkan juga sesuai pasaran dan daya minat

pembeli serta mengutamakan kualitas agar dapat memenuhi kepuasan dari pelanggan dan tidak serta merta berniat menipu pelanggan.

Dapat diketahui bahwa dalam berbisnis itu faktor penting ialah dalam hal kepuasan pelanggan karena dengan memberikan kepuasan terhadap pelanggan/konsumen baik dari segi produk, jasa, pelayanan, harga dan sebagainya itu dapat memberikan dampak yang positif untuk usaha bisnis ikan hias itu sendiri. Usaha ini juga memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar karena ketika adanya pengepul otomatis juga mudah nya sistem penampungan untuk penjualan dan teman sekitar yang mau membimbing untuk memasarkan produk kita ke media online. Hal ini sangat menguntungkan bagi masyarakat desa Wonorejo. Karena berbisnis didalam Islam itu tidak hanya berusaha untuk mencari keuntungan saja, akan tetapi juga memberikan bantuan kepada masyarakat sekitarnya.

C. Analisis Data

1. Strategi Bisnis Online dalam Pemasaran Ikan Hias di Desa Wonorejo Sumbergempol Tulungagung

Strategi pemasaran adalah pedoman yang dijadikan dasar dalam melakukan kegiatan dalam bidang pemasaran mulai tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap eksekusi dan tahap pengontrolan/evaluasi sebuah produk hingga pendistribusian produk kepada konsumen yang berdampak pada penentuan sikap konsumen kepada organisasi bisnis kedepannya. Dalam hal ini menggunakan bauran 4P yaitu *Product, Promotion, Price, Place*.

Adapun analisis data yang dilakukan oleh masing-masing masyarakat dengan menggunakan analisis 4P yaitu

a. Produk

Dilihat dari data itu bahwa di desa Wonorejo ini mulai dari pengepul, suplier dan petani ikan hias sudah mengelola lebih dari 40 jenis ikan hias yaitu discus, perot, crd, rtc, leopard, redvin, platy doras, lemon, snow white, zebra nego, aligator, piranha, redblack, melati, balaon marbel dan oren, koi, koki, cupang, lohan, manfis, dll. Untuk budidaya ikan hias juga sangat mudah dan juga bisa memanfaatkan area lahan kosong seperti belakang rumah maupun persawahan.

b. Promosi

Promosi yang dilakukan untuk menunjang suatu pencapaian terbaik itu yang dilakukan oleh masyarakat desa Wonorejo ini menggunakan media sosial berbasis online seperti forum facebook, instagram, youtube, tiktok, grub whatsapp, dll. Pemanfaatan ini sangat dipermudah karena pengaksesan yang simpel dan tidak butuh biaya yang banyak untuk sebuah promosi. Adapun juga promosi secara langsung terjun ke pasar atau teman terdekat jika dirasa dekat dengan tempat tinggalnya.

c. Harga

Harga yang di tafsir untuk penjualan itu mash berpatokan seperti harga pasar. Jika ikan masuk dalam kategori pasaran maka harga itu mengikuti pasar dan jika ikan itu memiliki motif bagus atau juga ukur

ikan itu besar maka bisa di pasarkan dengan harga diatas harga pasar. Ikan akan sangat mahal ketika memiliki kualitas bagus seperti koi, koki, arwana dll. keuntungan yang diperoleh juga bisa ratusan bahkan bisa mencapai jutaan untuk sekali jual per ekor ikannya.

d. Tempat atau Distribusi

Untuk distribusi pengiriman sudah sangat dipermudah dengan adanya kurir atau ekspedisi. Ada juga yang dititipkan bus dengan tujuan pengiriman yang searah seperti Surabaya. Untuk pengiriman biasanya juga menggunakan mobil bok atau truk itu sendiri. Tujuan pengiriman juga meliputi dalam pulau atau luar pulau. Untuk luar pulau pengiriman menggunakan jasa pesawat terbang agar tidak memakan waktu yang terlalu banyak sehingga ikan dapat sampai dengan selamat.

2. Kendala dan Solusi Pada Bisnis Online dalam Pemasaran Ikan Hias Desa Wonorejo Sumbergempol Tulungagung

Suatu usaha dalam menjalankan bisnis itu pasti terjadi hambatan atau kendala-kendala yang akan terjadi ketika melakukan bisnis nya. Begitu juga yang dialami oleh pengepul, suplier dan petani ikan hias pada masyarakat desa Wonorejo ini. Maka dari itu harus dilakukan pemikiran untuk mencari solusi atau pencegahan.

Kendala dan solusi yang dilakukan oleh masyarakat desa Wonorejo ialah sepi nya pasar yang mana menyebabkan kemacetan di pengiriman dan menyebabkan ikan yang ditampung banyak. Untuk pemasaran sendiri

banyaknya persaingan harga. Terjadinya kebocoran gas atau ikan mabuk di jalan yang menyebabkan kematian ikan hias. Jarak tempuh juga menjadi kendala karena gas dikantongan juga terbatas. Dan solusinya itu cuaca sangat berpengaruh maka dari itu ikan juga harus dirawat seperti selalu menambah air dan memberi makan satu kali sehari. Dalam pengambilan ikan jangan langsung dijadikan satu kolam harus dikarantina dahulu agar meminimalisir kalo ternyata ikan yang diambil itu ada penyakitnya dan tidak menular ke lainnya. Dalam persaingan harus jual saja sesuai pasar dan sering-sering upload ikannya agar tau bahwa akun itu real dan amanah. Posting juga bukti pengiriman dan bukti transaksi juga agar orang yang melihat bisa percaya. Untuk ikan mati biasanya kesepakatan kedua belah pihak dan nantinya si penjual atau petani ikan hias hanya mengganti separuh harga sesuai kesepakatan di awal atau penjual mengganti sepenuhnya. Kalo ada pencurian itu serahkan saja pada petugas kurir atau jasanya, nanti akan ada tanggungjawab di pihak jasa pengiriman ikan nya karena sudah tanggung jawab jasa nya.

3. Implementasi Strategi Bisnis Online dalam Pemasaran Ikan Hias Perspektif Ekonomi Islam

Kaidah Islam dalam pemasaran yang baik itu ialah sebuah praktik pemasaran yang dilandasi oleh kaidah serta nilai-nilai Islam yang tidak bertentangan dengan sumber hukum Islam. Dalam praktik pemasaran yang diterapkan oleh sebagian masyarakat desa Wonorejo sudah berdasarkan prinsip Ekonomi Islam. Hal ini bisa dilihat dari beberapa penjelasan

narasumber saat melakukan observasi tertulis. Dari hasil observasi diketahui bahwa prinsip yang diterapkan oleh masyarakat desa Wonorejo adalah kepuasan pelanggan dan kemaslahatan dengan menggunakan prinsip pemasaran Islam yaitu kesatuan (*tauhid*), kebolehan, keadilan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, kebajikan dan kejujuran, kerelaan, dan kemanfaatan. Dapat diketahui bahwa dalam berbisnis itu faktor penting ialah dalam hal kepuasan pelanggan karena dengan memberikan kepuasan terhadap pelanggan/konsumen baik dari segi produk, jasa, pelayanan, harga dan sebagainya itu dapat memberikan dampak yang positif untuk usaha bisnis ikan hias itu sendiri.