

BAB V

PEMBAHASAN

A. Strategi bisnis online dalam pemasaran ikan hias melalui Bauran Pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion*)

Setiap organisasi bisnis itu pasti memiliki strategi pemasarannya masing-masing. Tentunya pasti memiliki keunikan dan perbedaan tersendiri dari setiap organisasi atau individunya. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, strategi pemasaran adalah suatu tujuan *targeting marketing* demi suatu tujuan sasaran yang tepat untuk mencapai sasaran pasar. Dalam strategi pemasaran ini juga terdapat strategi bauran pemasaran guna untuk mencapai sasaran yang dituju dan sekaligus mencapai tujuan serta sasaran perusahaan.

Bauran pemasaran terdapat empat komposisi yaitu:

- 1) Produk
- 2) Harga
- 3) Tempat/Distribusi
- 4) Promosi

Ke empat strategi itu saling mempengaruhi, sehingga semuanya itu sangat penting untuk membentuk satu kesatuan strategi yaitu strategi bauran. Strategi bauran pemasaran ini merupakan bagian yang terpenting dari strategi pemasaran dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan variabel-variabel yang dikendalikan oleh pimpinan perusahaan guna untuk mencapai suatu tujuan perusahaan dibidang pemasarannya.

Sesuai dalam bukunya, Sofjan Assauri mendefinisikan bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pelanggan atau konsumen. Jadi bauran pemasaran itu terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digumakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya.⁸³

Termasuk juga dalam bisnis ikan hias pada masyarakat desa Wonorejo, para pelaku bisnis ini juga memiliki strategi bauran pemasaran untuk tujuan pemasarannya. Di desa Wonorejo Sumbergempol Tulungagung ini merupakan salah satu desa yang mulai berkembang di potensi budidaya ikan hiasnya. Ikan hias juga merupakan produk unggulan yang mana semenjak pandemi covid tahun 2020 kemaren sudah banyak sekali masyarakat yang beralih ke budidaya ikan hias. Dari banyaknya jumlah ikan hias yang dibudidayaa oleh masyarakat dan banyaknya juga yang terjual, didesa ini juga didirikan patung ikan koki raksasas di jalur masuk gapura desa bagian utara. Hal ini dijadikan landasan masyarakat luas sebagai bahwa masyarakatnya juga membudidayakan berbagai ikan hias dan ada transaksi jual beli ikan hias nya.

Produk yang dihasilkan dari desa Wonorjo ini adalah berbagai jenis ikan hias, bahkan menurut suplier dan pengepul disana terdpat lebih dari 40 jenis ikan hias dengan berbagai macam ukuran. Akan tetapi, ketika peneliti

⁸³ Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), hlm 198-199

melakukan penelitian disana yang dapat dikonfirmasi hanya beberapa ikan hias karena ikan hias akan dikirim sesuai permintaan pasar dan yang cepat laku di masyarakat saja. Ikan yang sering di pesan itu yang memiliki nilai permintaan yang tinggi dari konsumen. Jenis ikan yang sering di pesan ialah ikan 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 dan masih banyak lagi dengan berbagai motif dan ukuran. Tidak jarang juga suplier disini membeli ikan hias dari luar daerah guna untuk memenuhi stock ikan hias yang akan dikirim ke pasaran.

Lokasi pengiriman oleh suplier yang ada di desa Wonorejo ini juga berbeda-beda. Ada yang mengirim ikan hias nya di tetangga dan didalam Jawa Timur seperti Blitar, Malang, Jember, Banyuwangi, Kediri, Trenggalek, Ponorogo, Jombang, Surabaya. Kalo Jawa tengah meliputi Semarang, Yogyakarta, Solo dll. Jawa barat juga meliputi Bandung, Bekasi, Bogor dan daerah Jakarta. Tidak hanya didalam pulau saja, Mereka juga megirimkan ikanya di luar pulau seperti Bali, NTT, Manokwari, Jayapura, Lampung, Sumatra, Kalimantan, dll. Pemesanan disini melalui televon whatsapp yang mempermudah komunikasinya ada juga via media online seperti facebook, instagram dan youtube. Pengiriman yang di pasar itu setiap 2x dalam seminggu dan rata-rata hari senin dan jumat kalo untuk pesanan ecer seperti yang terjual lainnya itu setiap hari bisa kirim. Pengiriman juga lewat kurir yang mana ikan juga akan di pantau ketika dijalan dan alhasil ikan bisa selamat sampai tujuan. Untuk resiko pengiriman ikan nya itu dari jaraknya

seperti pengiriman ke luar pulau yang mana ikan harus ada pergantian gas agar ikan bisa selamat nantinya.

Suplier dan petani ikan hias yang mengirim ikan nya yang masih didalam pulau biasa nya mengambil harga 15-30% saja dari hasil beli di petani dan pengepul. Sedangkan suplier yang mengirim ikanya ke luar pulau bisa mengambil untng lebih banyak sekitar 100-300%. Pengambilan keuntungan harga ikan hias itu tergantung jenis ikan nya. Kalo seperti koi biasanya walaupun di dalam kota para suplier bisa mengambil berkali-kali lipat hingga tak terhitung kelipatan dari beli nya. Harga tersebut sangat berpengaruh pada kualitas dan ukuran ukanya serta keminatan si konsumen.

Suplier disini dapat memiliki pasar hingga ke luar pulau karena pemasaran yang dilakukan sudah sangat luas yaitu menggunakan media online seperti facebook, instagram, youtube, tiktok, dll. Mereka para suplier tinggal meng uploade ikan hiasnya di berbagai forum dan menempelkan kontak whatsapp yang bisa dihubungi yang mana nanti ketika ada peminat akan langsung menghubungi si pemilik ikan nya. Tidak jarang juga untuk memanfaatkan teman yang sudah mendapat kepercayaan dan mendapat banyak pelanggan untuk membantu memasarkan ikan nya jadi nanti juga sama-sama mendapat keuntungan juga.

B. Kendala dan Solusi pada Bisnis Online dalam Pemasaran Ikan Hias di desa Wonorejo Sumbergempol Tulungagung

Hasil wawancara dengan para petani ikan hias, suplier dan pengepul di desa Wonorejo diperoleh suatu usaha bisnis itu tidak lepas dari suatu

permasalahan atau kendala pada saat pemasaran ikan hiasnya. Seperti halnya supplier petani ikan hias di desa Wonorejo juga mengalami kendala pada saat pemasaran online ikan hias seperti:

1. Pergantian cuaca yang menyebabkan ikan pada mati karena suhu yang berubah-ubah.
2. Maraknya kasus penipuan yang menyebabkan menurunkan kepercayaan pelanggan ketika mau transaksi online.
3. Ketika pengiriman ikan terdapat kebocoran gas atau ikan mabuk yang menyebabkan kematian saat pengiriman ikan hiasnya.
4. Ada oknum yang tidak bertanggungjawab terhadap pengiriman ikan seperti ikan tidak sampai di pelanggan dan waktu pembongkaran di pesawat ada oknum yang mencuri ikan hiasnya.
5. Jarak tempuh yang jauh menyebabkan ikan mati di jalan karena kehabisan oksigen.

Hal ini sesuai dengan buku dari Assauri Sofjan tentang manajemen pemasaran yaitu faktor yang mempengaruhi dalam penentuan distribusi adalah mempertimbangkan pembeli serta faktor produksi di pasar.⁸⁴

Kendala dalam pemasaran ikan hias juga harus di minimalisir dengan berbagai solusi. Hasil dari wawancara dengan para petani ikan hias, pengepul dan supplier di desa Wonorejo dalam meminimalisir kendala diatas. Untuk menghadai kendala perlu adanya rasa tanggung jawab dan simpati juga. Berikut solusinya:

⁸⁴ Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), hlm 267

1. Ketika terjadi pergantian musim itu biasanya selalu menambah air agar suhu tetap stabil dan sedikit saja untuk pemberian makannya atau sekali dalam sehari bisa dilakukan sore hari saja.
2. Ketika ada kasus penipuan kita sebagai suplier harus tetap menjaga rasa kepercayaan kepada pelanggan seperti sering upload atau pasarkan ikan hiasnya ke media online. Mencantumkan alamat serta nomor hp yang bisa dihubungi. Memakai akun asli serta ketika proses transaksi utamakan dulu video call untuk menarik rasa kepercayaan kepada pelanggan agar dapat tau ini orang memang penjual yang amanah serta bertanggungjawab.
3. Solusi untuk ikan mengalami mabuk lalu kematian itu memang hal yang tidak disengaja oleh pengirim. Hal itu bisa terjadi karena kurangnya oksigen lalu ikan bisa mati. Untuk solusinya itu sebelum pengiriman ikan di video kondisinya lalu dikirim videonya ke pelanggan. Hal tersebut untuk menjaga kepercayaan agar percaya kalo ikan ketika dikirim benar-benar dalam kondisi sehat. Kalo nantinya ada kematian itu kesepakatan diawal. Biasanya sebelum dikirim juga si suplier akan memberi kesepakatan bila mana ikan mati tanpa disengaja nanti akan diganti sepenuhnya dan pelanggan hanya membayar ongkirnya saja. Hal ini untuk menjaga keberlangsungan hubungan baik dengan pelanggan ke depannya.
4. Untuk solusi pengiriman itu lebih aman menggunakan jasa pengiriman ikan hias yang sudah sering mengirim ikan hias. Walaupun ongkir sedikit lebih mahal tapi ikan akan dijamin aman selamat sampai tujuan.
5. Ketika pengiriman ikan jarak jauh itu bisa diminimalisir kematiannya

dengan cara ikan yang ditaruh di kantong plastik lebih sedikit dibandingkan biasa yang dikirim jarak dekat. Hal ini agar ikan bisa lebih lama menghirup oksigen di kantong plastik dan tentunya harus ada yang mengawasi agar ketika memang sudah waktunya diganti harus diganti gas nya. Biasanya memakai kurir atau jasa yang hanya khusus ikan hias karena selalu bisa diawasi dan di cek ketika jam-jam tertentu.

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

Dalam hal berbisnis atau usaha itu perlu menjunjung tinggi nilai-nilai agama Islam. Disamping itu pengusaha harus memiliki prinsip bahwa usahanya yang dilakukan tidak hanya dipertanggungjawabkan untuk diri sendiri akan tetapi juga kepada orang lain karena barokah dari Allah SWT.

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 yang sudah dijelaskan di atas.

Dalam kaidah Islam telah ada ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam memproduksi yaitu:

1. Memproduksi barang dan jasa itu yang halal mulai dari input hingga output yang akan dihasilkannya.
2. Mencegah kerusakan di muka bumi ini termasuk membasati polusi, memelihara keserasian dan keseimbangan serta ketersediaan sumber daya alam nya.
3. Bertujuan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat untuk sebuah mencapai sebuah kemakmuran.
4. Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian semua umat. Maka dari situlah harus memiliki berbagai keahlian, kemampuan, serta prasaran untuk terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material.
5. Meningkatnya kualitas SDM dalam hal mental dan fisik maupun spiritual nya.

Dalam strategi bisnis online pemasaran ikan hias oleh masyarakat di desa Wonorejo dalam menjalankan usahanya, proses pemroduksian barang, kegiatan produksi, produksi sampai ke konsumen itu tidak melakukan kegiatan usaha yang menyimpang dari agama Islam, karena ketika ada usaha yang dijalankan akan menyimpang dari Islam akan tidak membawa keberkahan tetapi akan mendatangkan suatu musibah baginya. Bagi para petani ikan hias, suplier ikan hias di desa Wonorejo lebih mementingkan kepuasan dan kenyamanan pelanggan untuk menyambung tali silaturahmi

terus ke depannya. Oleh karena itu suplier terus memberikan pelayanan dan tanggung jawab yang terbaik untuk pelanggan.

Upaya yang dilakukan suplier disini itu menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tidak lain hanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan menjaga keberlangsungan bisnis ke depannya. Mulai dari produk yang ditawarkan yakni berbagai ikan hias, proses yang amanah dan mendapatkan kepercayaan serta kepuasan pelanggan, dan promosi yang tidak menyimpang dari ajaran agama Islam. Hal ini sudah jelas bahwa didalam transaksi ikan hias itu tidak diharamkan dan di bolehkan karena tidak menyimpang dari ajaran agama Islam.