

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Bisnis Budidaya Ikan Hias ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Bendijati Wetan Sumbergempol Tulungagung)” ini ditulis oleh Ahmad Ginanjar Prio Saputra, NIM. 2824133008, pembimbing Rohmawati, MA

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena bahwa supplier yang memiliki pasar yang cukup jauh jaraknya seperti Bali, Jawa Barat, Jawa Tengah, awalnya para supplier menggunakan metode coba-coba dan nekat. Hal ini tentu masuk dalam kategori gharar, karena ada unsur ketidakpastian dan juga ada sedikit unsur *gambling*.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol? 2) Bagaimana strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol ditinjau dari etika bisnis Islam? Tujuan dalam penulisan skripsi ini adalah 1) Mendeskripsikan strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol. 2) Mendeskripsikan strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol ditinjau dari etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilaksanakan di desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, verifikasi. Pengecekan keabsahan temuan dengan cara perpanjang kehadiran, ketekunan pengamatan.

Hasil penelitian adalah produk yang dihasilkan/dijual dari desa Bendiljati Wetan ini adalah berbagai jenis ikan hias dengan berbagai macam ukuran, lokasi pengiriman/pasar yang dituju tidak hanya dalam pulau tetapi juga sampai luar pulau, penentuan harga jual adalah dua kali lipat dari harga beli di petani/pengepul, pengiriman dilakukan dengan menggunakan mobil *pick up* dan jasa pengiriman dengan pesawat terbang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Ikan Hias, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Thesis entitled "Business Marketing Strategy of Ornamental Fish Culture in terms of Islamic Business Ethics (Case Study in Bendiljati Wetan Sumbergempol Tulungagung Village)" was written by Ahmad Ginanjar Prio Saputra, NIM. 2824133008, mentor of Rohmawati, MA

This research is based on the phenomenon that suppliers that have a market far enough distance such as Bali, West Java, Central Java, initially the suppliers use the method of trial and error. This is certainly included in the category of gharar, because there are elements of uncertainty and also there is little element of gambling.

The formulation of the problem in writing this thesis is 1) How is the marketing strategy of ornamental fish farming in Bendiljati Wetan village Sumbergempol district? 2) How is the marketing strategy of ornamental fish farming in Bendiljati Wetan village Sumbergempol district viewed from Islamic business ethics? The purpose in writing this essay is 1) Describe the marketing strategy of ornamental fish farming in Bendiljati Wetan village Sumbergempol. 2) Describe the marketing strategy of ornamental fish farming in Bendiljati Wetan village Sumbergempol district viewed from Islamic business ethics.

This research uses qualitative approach with field research type (field research). This research was conducted in Bediljati Wetan village, Sumbergempol District, Tulungagung Regency. The data used are primary data and secondary data. Technique of collecting data by observation, interview and documentation. Data analysis techniques by data reduction, data presentation, verification. Checking the validity of findings by extending attendance, observational persistence.

The result of this research is the product produced / sold from Bendiljati Wetan village are various kinds of ornamental fish with various sizes, the location of the shipment / destination market not only in the island but also out of the island, the selling price is twice the purchase price in the farmer / Collectors, shipping is done by pick up and delivery service by airplane.

Keywords: Marketing Strategy, Ornamental Fish, Islamic Business Ethics