BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Keadaan Geografis kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung memilik luas 1.150,41 km² terletak pada posisi 111°43' sampai dengan 112°07' Bujur Timur dan 720°51' sampai dengan 8°18' Lintang Selatan secara geografis terletak 154 km Barat Daya dari kota Surabaya. Wilayahnya berbentuk dataran yang subur pada bagian utara, tengah dan timur, sebagian ada wilayah yang berupa pegunungan yang berada di bagian Barat seperti Kecamatan Pagerwojo dan Sendang dan bagian Selatan seperti kecamatan Bandung, Kecamatan Besuki, Kecamatan Tanggunggunung dan kecamatan Pucanglaban.

Kabupaten Tulungagung dibagian selatan berbatasan langsung dengan samudra Indonesia yang meliputi kecamatan Besuki, Kecamatan Tanggunggunung dan kecamatan Pucanglaban dengan panjang pantai 61,470 km. Dengan potensi tangkap ikan laut sebesar 25.000 ton per tahun.[65]

Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di sebelah Barat Daya dari pusat kota Kabupaten Tulungagung yang memerlukan jarak tempuhnya sekitar 30km dengan

[65] www.DKP.Tulungagung.go.id di akses pada Tanggal 19 Juni 2017 pukul 19.00 WIB

mayarakatnya yang mempunyai tingkat perdagangan yang tinggi terbukti dari banyak toko-toko yang terdapat di sepanjang jalan dan pasar yang setiap hari ramai sebagai sarana vital perekonomian masyarakat. Hal tersebut ditopang karena kecamatan Bandung merupakan jalur terminal dari berbagai kecamatan di sekitarnya seperti kecamatan Pakel, Kecamatan Campurdarat, kecamatan Durenan dan kecamatan Watulimo yang merupakan dari kabupaten Trenggalek yang jalur utamanya merupakan jalan besar kecamatan Bandung hal ini membuat jalan raya kecamatan Bandung terus ramai.

Masyarakat kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung mayoritas juga merupakan petani terlihat dari wilayah persawahan yang masih luas, hasil panen di kecamatan Bandung tergolong bagus karena banyak saluran irigasi yang mengairi persawahan masyarakat sehinga persediaa air untuk persawahan tidak kekurangan sehingga pertanian tidak terkendala oleh musim kemarau.

2. Keadaan Administrasi Kecamatan Bandung dan Letak Lokasi Pasar Ikan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Ditinjau dari segi administrasi Kecamatan Bandung memiliki batas-batas sebagai berikut :

a. Sebelah Utara adalah Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek
b. Sebelah Selatan adalah Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagug
c. Sebelah Timur adalah Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung
d. Sebelah Barat Daya Kecamatan Watulimo Kabupaten Trengalek

e. Sebelah Barat Laut Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek.

Kecamatan Bandung terbagi dalam 18 desa yang meliputi Bandung, Bantengan, Bulus, Gandong, Kedungwilut, Kesambi, Mergayu, Ngepeh, Nglampir, Ngunggahan, Sebalor, Singgit, Soko, Sukoharjo, Suruhan kidul, Suruhan Lor, Suwaru dan Talun kulon.

Pasar ikan Bandung sendiri terletak di Desa Bandung tepatnya menyatu dengan Pasar Tradisional Kecamatan Bandung yang tiap hari ramai pedagang dan pembeli. Hampir semua kebutuhan pokok masyarakat tersedia di Pasar Tradisional Kecamatan Bandung.

Pasar Tradisional di Bandung termasuk pasar yang besar karena di dalam pasar ini ada 3 macam sistem yang berbeda namun tetap berjalan dengan bersamaan, yaitu pasar bagian depan digunakan untuk retail, atau pasar eceran dan penjualan pakaian sepatu . dan pasar belakang digunakan untuk perdagangan sayur, daging, buah dan sebagaianya yang buka dari subuh sampai siang hari dan yang ketiga wilayah penjualan ikan yang cukup luas dini terjadi transaksi antara distributor ikan dan para pelanggan untuk diolah seperti dipindang,diasap serta di buat olahan makanan yang terbuat dari bahan ikan seperti bakso ikan, sosis ikan ataupun di jual langsung ke konsumen.

3. Sejarah Berdirinya Pasar Ikan Bandung Kabupaten Tulungagung

Pada tahun 1985 awalnya pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung merupakan tempat pendistribusian atau jual beli hasil tangkap dan budidaya para nelayan di pesisir Tulungagung terutama pantai Popoh

dan budidaya ikan di sekitarnya. Pada saat itu jumlah ikan tergantung dari hasil nelayan dan musim panen ikan karena masih sangat tradisional karena jumlah hasil tangkap melimpah dan tingkat konsumsi yang masih rendah pengolahannya masih tradisional dengan cara di jemur dibuat ikan asin (kresek).[66]

Seiringnya perkembangan zaman dengan adanya alat transportasi memudahkan para pedagang untuk membuka pemasaran ke berbagai wilayah dengan cara pengawetan yang masih sederhana berupa pemberian garam dan dipindang agar bisa tahan lebih lama untuk di pasarkan, hal ini membuat traksaksi di pasar Ikan Bandung Kabupaten Tulungagung semakin ramai bertransaksi guna pengambilan bahan baku untuk usaha pemindangan.

Mulai tahun 2000 dengan adanya mesin pendingin para pelaku usaha distributor ikan mulai membuat gudang pendingin untuk penyimpanan ikan segar hal ini menjadikan pasar ikan semakin berkembang karena dengan adanya gudang pendingin setiap hari stok ikan selalu tersedia tidak tergantung pada adanya musim ikan seperti pada dahulu semakin berkembangnya terknologi transportasi dan komunikasi membuat terjadinya jaringan para distributor ikan ke berbagai wilayah sehingga semakin banyak jenis ikan yang diperjual belikan di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung.

[66] Wawancara dengan dengan bapak Kusir selaku pengusaha distributor ikan. Pada tanggal 15 Juni 2017 di Rumah bapak Kusir

4. Pelaku Usaha dan Jenis Ikan yang Diperdagangkan di Pasar Ikan Bandung Kabupaten Tulungagung

Berikut data pelaku dan jumlah rata-rata penjulan yang didapat pengusaha distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung Kab Tulungagung :[67]

Tabel 4.1

Pelaku usaha distributor ikan konsumsi di Pasar Ikan Bandung Kabupaten Tulungaung

No	Nama	Alamat	Kuota Penjualan/hari
1	Winarto	Watulimo kab Trenggalek	3 ton
2	Kusir	Ds Tanggulkundung kec Besuki kab Tulungagung	5 ton
3	Dami	Ds Suruhankidul Kec Bandung kab Tulungagung	3 ton
4	H. Lamji	Ds Mergayu Kec Bandung kab Tulungagung	5 ton
5	Ana	Ds Ngadisuko Kec Durenan Kab Trenggalek	5 ton
6	Suyitno	Ds Bulus Kec Bandung ka[68]b Tulungagung	4 ton
7	H. Sarijo	Ds Wates Kruyo Kec Besuki kab Tulungagung	3 ton
8	H. Tabing	Ds Besole kec Besuki Kab Tulungagung	5 ton
9	Sutaji	Ds Tanggulwelahan kec Besuki kab Tulungagung	4 ton
10	Supiyah	Ds Tanggulkundung kec Besuki kab Tulungagung	5 ton
11	Irul	Ds Ngunggagahan kec Bandung Kab Tulungagung	3 Ton

[67] Wawancara dengan dengan bapak Kasiran Selaku pengusaha Pindang. Pada tanggal 16 Juni 2017 di rumah bapak Kasiran

Pelaku usaha distributor ikan konsumsi dalam menyediakan persediaan ikan untuk di jual berusaha mendatangkan ikan yang dibutuhkan kepada para pelanggan yang meliputi ikan laut yang meliputi Tongkol, Salem, Cakalan, Udang, Cumi-cumi, Layur Semar dan lain-lain. Dan ikan Tawar yang meliputi Nila, Bandeng, Patin, Tombro , Bader dan lain-lain. Semakin banyak jenis ikan yang diperjual belikan maka semakin membuat pasar ramai karena membuat variasi produk sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan jenis produk untuk memuaskan para konsumen penikmat ikan konsumsi.[69]

Kabupaten Tulungagung karena memiliki banyak pengusaha budidaya ikan dan pesisir pantai yang luas menjadikan ikan menjadi sebuah komoditas yang diperjual belikan dengan ramai. Dari data dinas kelautan dan perikanan Tulungagung mencatat beberapa ikan ikan tawar yang menjadi produk unggulan hasil budidaya meliputi Gurame, Patin, Lele dan Nila serta ikan laut yang menjadi hasil produksi tangkap Kabupaten Tulungagung yaitu: [70]

Tabel 4.2

Hasil produksi tangkap ikan laut Kabupaten Tulungagung

No	Jenis Ikan	Harga Rata-Rata
1	Sebelah	7.000
2	Lidah	5.500
3	Manyung	7.250
4	Cumi-cumi	40.000

[69] Wawancara dengan dengan bapak Kusir..., Pada tanggal 15 Juni 2017
[70] WWW.DKP.Tulungagung.go.id.., diakses pada taggal 19 Juni 2017

5	Tuna	24.000
6	Peperek	3.000
7	Layur	30.000
8	Kurisi	6.500
9	Ubur-ubur	0
10	Kembung	7.000
11	Layang	6.500
12	Teri	3.000
13	Tongkol	9.000
14	Cakalang	12.000
15	Kwee	6.000
16	Terinasi	5.000

Para pelaku usaha distributor ikan konsumsi di Pasar Ikan Bandung Kabupaten Tulungagung untuk menambah variasi dan jumlah produk yang dijual kepada pelanggan maka mengambil ikan dari luar daerah seperti ikan Sero, Semar dan sebagainya. Wilayah tersebut meliputi Jawa Bali seperti Rembang, Madura, Banyuwangi dan daerah lain.[71]

5. Deskripsi Narasumber Penelitian

Semua narasumber dalam penelitian ini tidak merasa keberatan untuk diwawancara guna mendapatkan tujuan penelitian, adapun narasumber penelitian ini adalah :

a. Bapak H. Sarijo

Bapak H. Sarijo yang beralamat di Dusun Tempel Desa Tanggulkundung Kecamatan Besuki merupakan salah satu pelaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan bandung yang tertua menjalani

[71] Wawancara dengan dengan bapak Suyitno selaku pengusaha distributor ikan konsumsi. Pada tanggal 14 Juni 2017 di rumah bapak Suyitno

usaha ini dengan memiliki gudang pendingin dengan kapasitas 15 Ton, beliau sudah menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 1990 dan umur beliau sekarang sudah mencapai 62 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan laut seperti Semar, tongkol, Layur dan ikan Tawar seperti Bandeng, Nila dan lain-lain pada masa masih belum ramai sampai sekarang. Selama melakukan proses wawancara dengan bapak H Sarijo beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

b. Bapak Suyitno

Bapak Suyitno yang beralamat di Dusun Bulus Desa Bulus Kecamatan Besuki merupakan salah satu pelaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan bandung dengan memiliki gudang pendingin dengan kapasitas 10 ton. Beliau menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 2005 dan umur beliau sekarang 35 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan laut seperti Semar, tongkol, Layur dan ikan Tawar seperti Bandeng, Nila dan lain-lain. Selama melakukan proses wawancara dengan bapak Suyitno beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan, beliau sangat ramah dan tidak segan-segan untuk melakukan wawancara.

c. Bapak Irul

Bapak Irul yang beralamat di Dusun Kalianyar Desa Ngunggahan Kecamatan Bandung merupakan salah satu pelaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan bandung dengan kapasitas gudang pendingin

yang dimilikinya 16 Ton, disebutkan oleh beliau bahwa menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 2015 dan umur beliau sekarang sudah mencapai 33 tahun, ikan yang dijual merupakan jenis ikan Beku dari luar daerah Tulungagung seperti Salem yang biasa di impor dari Jepang atau Taiwan berbeda dengan para pelaku usaha lain gudang yang digunakan oleh Bapak Irul merupakan box kontener dengan mesin pendingin, Selama melakukan proses wawancara dengan bapak Irul merupakan narasumber yang baik beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

d. Bapak Kusir

Bapak Kusir yang beralamat di Dusun Tempel Desa Tanggul Kundung Kecamatan Besuki merupakan salah satu pelaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan bandung dengan memiliki gudang pendingin dengan kapasitas 15 ton. Beliau menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 1995 dan umur beliau sekarang 56 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan laut seperti Semar, tongkol, Layur dan ikan Tawar seperti Bandeng, Nila dan lain-lain. Selama melakukan proses wawancara dengan bapak Kusir beliau merupakan narasumber yang baik, beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan, beliau sangat ramah dan tidak segan-segan untuk melakukan wawancara.

e. Ibu Supiyah

Ibu Supiyah yang beralamat di Dusun Tempel Desa Tanggul Kundung Kecamatan Besuki merupakan salah satu pelaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan bandung dengan memiliki gudang pendingin dengan kapasitas 25 ton. Beliau menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 1997 dan umur beliau sekarang 46 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan laut seperti Semar, tongkol, Layur dan ikan Tawar seperti Bandeng, Nila dan lain-lain. Selama melakukan proses wawancara dengan Ibu Supiyah beliau merupakan narasumber yang baik, beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan, beliau sangat ramah dan tidak segan-segan untuk melakukan wawancara.

f. Bapak Kasiran

Bapak Kasiran yang beralamat di Dusun Nglempung Desa Sukoharjo Kecamatan Bandung merupakan salah satu pelaku usaha ikan pindang yang biasa mengambil bahan baku ikan di pasar ikan Bandung dengan pemasaran ikan di wilayah Ponorogo bagian selatan dan Pacitan bagian utara dengan penjualan tiap hari dengan rata-rata 3,5 Kwintal ikan. Beliau menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 1990 dan umur beliau sekarang 37 tahun, ikan yang diolah merupakan segala jenis ikan laut seperti Semar, tongkol, Salem dan lain-lain. Selama melakukan proses wawancara, bapak Kasiran merupakan narasumber yang baik beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang

peneliti butuhkan, beliau sangat ramah dan tidak segan-segan untuk melakukan wawancara dengan peneliti.

g. Bapak Lamuji

Bapak Lamuji yang beralamat di Desa Suko Kecamatan Bandung merupakan salah satu pedagang ikan yang biasa mengambil bahan baku ikan di pasar ikan Bandung dengan pemasaran ikan di wilayah kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek dan Ponorogo bagian timur seperti di Kecamatan Pulung, kecamatan Soko dan sekitarnya dengan penjualan tiap hari dengan rata-rata 2,5 Kwintal ikan yang langsung dijual eceran kepada para konsumen dengan penjulan perkiloan, agar ikan tetap segar maka pemberian es sangat penting agar ikan tetap dingin dan segar. Beliau menggeluti usaha ini sejak sekitar tahun 2005 dan umur beliau sekarang 40 tahun, ikan yang dijual merupakan segala jenis ikan laut seperti Semar, tongkol, Udang, cumi-cumi, Salem dan lain-lain dan juga ikan tawar seperti Bandeng, Nila dan lain-lain. Selama melakukan proses wawancara, bapak Lamuji merupakan narasumber yang baik beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan, beliau sangat ramah dan tidak segan-segan untuk melakukan wawancara.

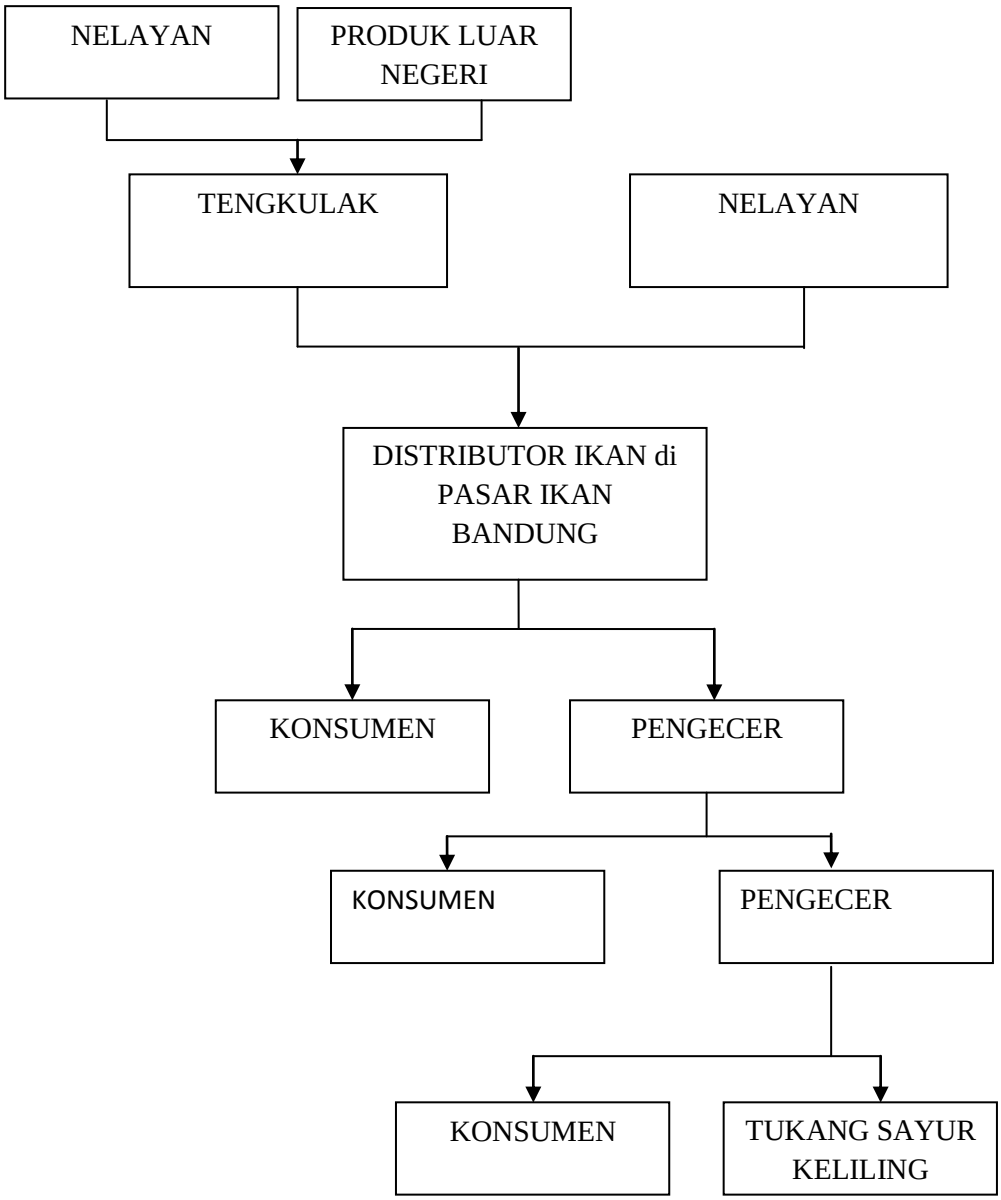
6. Peran Distributor Ikan Konsumsi

Usaha yang dilakukan distributor konsumsi di pasar ikan Bandung Tulungagung adalah usaha perdagangan dengan menyediakan ikan konsumsi dari hasil pembelian berbagai wilayah kemudian di jual kepada

pelanggan. Peran dan rantai skema perdagangan ikan dalam usaha perdagangan ikan meliputi sebagai berikut:

Gambar 4.1

Mekanisme perdagangan ikan di pasar ikan Bandung Tulungagung



Dari gambar di atas dapat dijabarkan bahwa pelaku usaha distributor ikan konsumsi berperan sebagai penyalur ikan dari nelayan maupun

tengkulak dan mendistribusikannya kepada para konsumen maupun masyarakat yang berprofesi menjadi pedagang ikan.

B. Temuan Penelitian

1. Faktor-faktor yang Mendasari Persaingan Distributor Ikan Konsumsi di Pasar Ikan Bandung Tulungagung

Pengusaha distributor ikan konsumsi merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam menyediakan kebutuhan ikan segar kepada konsumen dan para pedagang yang menjual ikan kepada masyarakat. Untuk menjaga kelangsungan usaha maka diperlukan sebuah manajemen usaha yang baik. Manajemen meerupakan suatu proses kegiatan yang tersinergi guna mencapai sebuah tujuan. Para distributor menggunakan manajemen perdagangan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Dalam sebuah pasar faktor persaingan merupakan hal yang wajar terjadi adapun faktor yang mendasari persaingan para distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung Tulungagung adalah:

a. Penurunan kualitas Ikan Secara Alami

Manajemen menjaga kualitas produk yang dilakukan oleh pengusaha distributor ikan adalah mengupayakan agar ikan yang dijualnya cepat terjual dan dengan keadangan beku atau dingin karena jika terlalu lama digudang pendingin maka kualitas barang akan menurun dan mempengaruhi harga karena jika ikan yang kualitasnya buruk tidak dapat dijual dengan harga yang mahal dan permintaan akan menjadi menurun.

Bapak Irul mengungkapkan bahwa dalam usaha menjaga menjaga kualitas barang, beliau mengatakan :

> "Jika ikan datang langsung diupayakan terjual karena mendatangkan langsung dari Surabaya atau Jakarta kalau lama tersimpan di gudang kualitasnya akan berkurang. Karena ikan yang kami jual berupa ikan Salem untuk menyediakan para pengusaha pindang."[72]

Kemudian diungkapkan pula oleh bapak Kusir tentang pengelolaan persediaan ikan, beliau mengungkapkan :

> "Persediaan ikan yang ada biar tidak terjadi penurunan harga karena penurunan kualitas diupayakan agar ikan langsung terjual agar tidak merugi, soal pembukuan masih sederhana menggunakan manajemen pribadi"[73]

Dari uraian diatas maka dengan mengupayakan ikan cepat terjual maka tidak ada timbunan ikan di gudang hal ini menjadikan kualitas ikan tidak menurun dan harga sesuai kualitasnya. Dengan cepat lakunya ikan yang dijual maka resiko kerugian bisa diminimalisir karena penjualan yang tidak ada kendala dan semakin menguntungkan. Dengan setiap hari terjadi transaksi jual beli maka menjadi keuntungan bagi pelaku usaha karena keuangan terus berputar.

Kemudian, jika ada resiko ikan yang tidak terjual bapak Suyitno mengungkapkan bahwa sebagai berikut:

> "Agar ikan kualitasnya tetap terjaga maka usahanya yaitu dibekukan dan diberi tambahan es. Karena jika ikan selalu dengan keadaan beku maka kualitas akan tetap terjaga seperti usaha mendatangkan ikan agar menang kualitas

[72] Wawancara dengan dengan Bapak Irul selaku pengusaha distributor ikan konsumsi. Pada tanggal 15 Juni 2017 di gudang pendingin bapak Irul

[73] Wawancara dengan dengan bapak Kusir..., Pada tanggal 15 Juni 2017

> mendatangkanya dengan memakai termoking karena jika hanya memakai boks ikan kurang maksimal."[74]

Hal serupa diungkapkan oleh bapak Kusir beliau mengungkapkan bahwa:

> "Ada dua alternatif yaitu pertama saat dipasarkan di pasar itu diberi es biar kualitas tetap terjaga dan kedua dibebukan di gudang pendingin agar tetap beku jadi ikan bisa tahan lama".[75]

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Bapak Sarijo beliau mengungkapkan, "Di olah dengan mesin pendingin, didinginkan biar tahan lama".[76] Kemudian ibu Supiyah juga mengungkapkan bahwa, "Alternatifnya di beri es dan di simpan di gudang pendingin".[77]

Sehingga pengusaha distributor ikan konsumsi dalam meminimalisir resiko kerugian karena adanya ikan yang tidak terjual adalah dengan pemberian es pada saat pemasaran dan disimpan dalam gudang pendingin untuk dibekukan, hal ini membuat ikan tidak cepat busuk sehingga kualitas ikan akan tetap terjaga.

b. Menjaga Ketersediaan Karena Penurunan Kuantitas Ikan Secara Alami

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen di pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran.

---

[74] Wawancara dengan bapak Suyitno selaku pengusaha distributor ikan konsumsi. Pada tanggal 14 Juni 2017 di rumah bapak Suyitno

[75] Wawancara dengan bapak Kusir…, Pada tanggal 15 Juni 2017

[76] Wawancara dengan bapak Sarijo selaku pengusaha distributor ikan konsumsi. Pada tanggal 13 Juni 2017 di rumah bapak Sarijo

[77] Wawancara dengan Ibu Supiyah selaku pengusaha distributor ikan konsumsi. Pada tanggal 15 Juni 2017 di rumah Ibu supiyah

Pengusaha distributor ikan konsumi dalam menjaga kertersediaan produk melakukan usaha membuka jaringan keberbagai wilayah untuk pengambilan bahan baku karena jika tidak ada barang yang dijual maka usaha tidak berjalan dengan lancar dan pelanggan akan mencari ikan kepada distributor sesuai kebutuhannya. Hal ini di ungkapkan oleh bapak Kusir selaku pengusaha distributor ikan sebagai berikut:

> "Upayanya adalah dengan membuka jaringan yang lebih luas untuk pemasaran dan pengambilan ikan untuk usaha. Seperti contoh jika ikan lokal sini (Prigi, Popoh) keluar maka di pasarkan ke luar daerah tapi jika sini tidak keluar ganti cari ke luar wilayah jawa bali bahkan ke pulau lain serta mendatangkan dari negara lain seperti ikan Salem dari Taiwan, Jepang dan Cina. Juga harus mengerti musim-musim musim ikan di berbagai wilayah karena beda wilayah beda musin ikan yang keluar."[78]

Serta dari bapak Suyitno juga mengungkapkan bahwa "Tiap hari ada ikan yang datang dan itu harus terjual biar gudang tidak penuh ikan dari penjuru wilayah Jawa-Bali".[79] Kemudian bapak Sarijo juga mengungkapkan bahwa:

> "Setiap hari ikan datang dari pemasok berbagai wilayah di jawa, ada ikan yang lakunya cepat seperti Salem, Tongkol, Sero karena banyak dibutuhkan oleh pemindang. Jika ikan seperti Bandeng , Nila, Patin untuk pedagang ikan basah jika tidak laku dimasukkan gudang guna didinginkan biar awet."[80]

Kemudian bapak Irul juga mengungkapkan bahwa " Mendatangkan dari surabaya karena ikan yang saya jual merupakan ikan yang dibekukan yang kebanyakan didatangkan dari luar negeri

---

[78] Wawancara dengan bapak kusir.. ., Pada Tanggal 15 Juni 2017

[79] Wawancara dengan Bapak Suyitno..., Pada Tanggal 14 Juni 2017

[80] Wawancara dengan Bapak Sarijo selaku pengusaha distributor ikan konsumsi. Pada Tanggal 13 Juni 2017

yang dikirim dari tengkulah Surabaya"[81]. Ibu Supiyah juga mengungkapkan bahwa" Ambil dari berbgai wilayah yang ada tidak jarang ambil dari Surabaya, dari tengkulak maupun nelayan asal bisa menguntngkan".[82]

Dari pernyatan di atas menunjukkan bahwa ketersediaan barang merupakan hal yang vital bagi para pedagang karena jika ketersedian kosong maka penjualan akan menurun dan kalah ramai dengan pengusaha lainnnya dan bahkan dapat menghentikan aktifitas penjualan sebab tidak adanya stok. Karena barang dagangan merupakan sebuah hal yang sangat diperlukan dalam sebuah perdagangan.

Usaha agar ketersedian barang dagangan berupa ikan segar yang dilakukan meliputi:

Pertama, dengan membuka jaringan ke berbagai wilayah di Jawa dan Bali sehingga tidak tergantung pada satu wilayah saja, wilayah tersebut seperti di Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Rembang, Kabupaten Malang dan lainnya serta wilayah Provinsi Bali. Bahkan untuk persediaan ikan tertentu mendatangkan dengan cara impor atau mendatangkan langsung dari luar negeri seperti ikan salem atau dengan nama latin *Pneumatophorus Japanicus* dan jenis ikan lainnya yang didatangkan dari negara Jepang, Taiwan dan Cina.

[81] Wawancara dengan Bapak Irul..., Pada Tanggal 15 Juni 2017
[82] Wawancara dengan Ibu Supiyah..., Pada Tanggal 15 Juni 2017

Jika dulu pengusaha distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung hanya menggantungkan ketersediaan ikan dari hasil budidaya dan hasil tangkap para nelayan pada saat musim panen ikan di sekitar Kabupaten Tulungagung seperti di Pantai Popoh, Pantai Prigi dan lain-lain. Sekarang setiap hari dapat menyediakan kertersediaan produk dengan mendatangakan dari berbagai wilayah dengan jaringan yang telah ada.

Para pengusaha distributor ikan yang mempunyai barang dagangan yang selalu ada setiap hari maka penjadi primadona tersendiri bagi para pelanggan. Sehingga hal ini wajar menjadikan para pengusaha distributor ikan konsumsi berlomba-lomba dalam menyediakan barang dagangan kepada para pelanggannya dengan memberikan banyak variasi jenis ikan untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Diungkapkan oleh Bapak Lamuji yang bekerja sebagai pedagang ikan eceran, beliau mengungkapkan:

> "Bagi saya para distributor ikan di sini sangat penting bagi saya karena jika tidak ada stok ikan maka saya dan para penjual ikan lainnya akan menganggur karena tidak ada barang untuk dijual. Jadi nasib kami tergantung pada ketersediaan ikan yang di jual di pasar ini sebagai mata pencaharian."[83]

Dari pernyataan di atas menjelaskan bahwa ketersediaan produk bukan hanya penting bagi para pelaku usaha besar distributor ikan namun juga penting bagi pedagang ikan kecil yang menjadikan berjualan ikan sebagai mata pencaharian. Dengan adanya jaringan ke

[83] Wawancara dengan Bapak Lamuji selaku pedagang ikan. Pada Pada tanggal 16 Juni 2017 di rumah bapak Lamuji

berbagai wilayah yang membuat selalu adanya ikan yang dapat dijual di pasar menjadi primadona tersendiri dan dapat menjadi keunggulan kompetitif untuk para pelaku distributor ikan konsumsi

Kedua, pelaku usaha distributor ikan konsumsi di pasar ikan bandung untuk menjaga kelangsungan usaha juga harus mengerti tentang adanya siklus musim ikan dan jenisnya.[84] Hal ini didapat dengan pengalaman yang sudah lama diraih. Musim ikan yang terjadi di pesisir Pantai Tulungagung dan sekitarnya terjadi pada Bulan Juli sampai dengan Januari, dan hasil tangkap ikan yang banyak pada saat bulan sabit atau awal bulan munculnya bulan baru dan hasil tangkap akan menurun pada saat bulan purnama.[85] Dengan memahami siklus dan pola jumlah tangkap ikan maka pengusaha distributor ikan konsumsi mempunyai pandangan dalam mengelola ketersedian produk untuk diperdagangkan.

c. Keuangan dan Pengembangan Usaha

Bisnis yang baik merupakan bisnis yang dapat tumbuh atau berkembang ke arah yang lebih maju dengan baik dan besar, dengan berkembangnya sebuah usaha maka pertumbuhan laba juga semakin besar.

Dalam sebuah bisnis kepercayaan antara distributor dengan para pedagang kecil juga penting, kepercayaan ini tidak hanya sebatas

[84] Wawancara dengan dengan Bapak Kusir..., Pada tanggal 15 Juni 2017

[85] Wawancara dengan dengan Bapak Kasiran selaku pengusaha ikan Pindang. Pada tanggal 16 Juni 2017 di rumah bapak Kasiran

masalah kualitas ikan tetapi juga dengan masalah pembayaran. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Lamuji sebagai berikut:

> "Saya suka mengambil ikan di distributor pasar bandung dikarenakan kualitas dan kesediaan barangnya bagus dan banyak, karena saya sudah jadi langganan disana jadinya enak pembayaran bisa dilakukan dikemudian hari tidak tergantung dengan modal yang saya punya."[86]

Ibu Supiyah mengungkapkan :

> "Membuka jaringan komunikasi dengan para pedagang maupun nelayan dari berbagai daerah karena musim ikan itu tidak tentu sehingga jika disini ikan tidak keluar bisa ambil dari daerah lain".[87]

Kemudian bapak Irul menambahkan upaya dalam pengembangan usahanya adalah," upaya dalam pengembangan usaha menurut saya dengan menambah pelanggan serta menambahan gudang pendingin agar jumlah ikan yang dijual dapat banyak".[88] Serta bapak kusir mengungkapkan bahwa "

> "Upayanya adalah dengan membuka jaringan yang lebih luas untuk pemasaran dan pengambilan ikan untuk usaha. Seperti contoh jika ikan lokal sini (Prigi, Popoh) keluar maka di pasarkan ke luar daerah tapi jika sini tidak keluar ganti cari ke luar wilayah jawa bali bahkan ke pulau lain. Juga harus mengerti musim-musim musim ikan di berbagai wilayah karena beda wilayah beda musin ikan yang keluar".[89]

Kemudian bapak Suyitno mengungkapkan bahwa "Uapayanya adalah penambahan gudang pendingin tetapi terkendala oleh modal".[90]

---

[86] Wawancara dengan bapak Lamuji.., Pada tanggal 16 Juni 2017
[87] Wawancara dengan Ibu Supiyah…, Pada tanggal 15 Juni 2017
[88] Wawancara dengan bapak Irul…, Pada Tanggal 15 Juni 2017
[89] Wawancara dengan bapak Kusir..., Pada Tanggal 15 Juni 2017
[90] Wawancara bapak Suyitno..., Pada Tanggal 13 Juni 2017

Serta bapak Sarijo mengungkapkan bahwa ” Berusaha dengan menjual ikan dengan baik”[91].

Dari pernyataan singkat diatas menjelaskan bahwa upaya dalam pengembangan usaha meliputi menambah jalinan jaringan komunikasi dengan banyak pelaku pengusaha ikan dan berusaha untuk menarik banyak pelanggan serta penambahan gudang pendingin agar dapat menampung dan menjual dengan jumlah yang lebih besar. Perkembangan usaha penting bagi sebuah bisnis dengan adanya perkembangan usaha maka tidak tertinggal oleh pengusaha lain bahkan dapat mengungguli para pesaing.

d. Persaingan Antar Distributor yang Semakin Banyak

Semakin banyaknya pelaku usaha khususnya di bidang perdagangan ikan membuat tingkat persaingan menjadi lebih besar, hal ini berpengaruh pada jumlah tingkat penjualan yang dicapai karena jumlah daya beli masyarakat atau daya jual di pasar sama hal ini membuat pelaku usaha harus punya inisiatif manajemen usaha yang baik dan mengetahui semua unsur-unsur yang berkaitan dengan penjualan guna kelangsungan usaha dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Sebagai pelaku usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan hasil penjualan yang tinggi merupakan faktor yang menjadi tujuan dari berdirinya usaha. Dengan penjualan yang tinggi maka laba yang di

[91] Wawancara dengan bapak Sarijo..., Pada tanggal 13 juni 2017

dapat juga tinggi pula pada umumnya faktor yang menjadi pendorong sebuah penjualan meliputi harga, produk dan pelayanan.

Pelaku usaha distributor ikan konsumsi mengungkapkan terkait dengan faktor pendorong yang diungkapkan oleh ibu Supiyah, beliau mengungkapkan:

> "Faktor pendorong yang utama adalah kualitas barang dan harga yang murah, kalau barang bagus dan harganya murah pasti menjadi incaran para pedagang dan cepat habis karena ambilnya kwintalan bahkan satu orang ada yang 1 ton, soal pelayanan ya sama dengan lainnya yaitu barang tidak mengharuskan bayar cash pada pelanggan."[92]

Kemudian diungkapkan pula oleh bapak Suyitno, beliau mengungkapkan bahwa:

> "Faktor pendorong penjualan itu soal produk dan harga, harga Itu tergantung bagus jeleknya barang kalo barang bagus dan murah pasti banyak yang mau ambil soal pelayanan memberikan pembayaran tidak secara cah."[93]

Kemudian diuangkapkan pula oleh bapak Irul, beliau mengungkapkan bahwa:

> "Dari segi produk dan harga kami sesuaikan dengan kualitas barangnya ada yang harga 14ribu, 15ribu dan 16ribu sehingga kami memberikan variasi tergantung dari kebutuhan pelanggan mau ikan yang bagus atau ikan yang murah. Untuk pelayanan kami memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memilih sesukanya dan bisa diganti atau menitipkan barang maksudnya jika ikan dibeli hari ini bisa dititipkan di gudang untuk diambil besok."[94]

Serta bapak Sarijo juga mengnungkapkan terkait dengan faktor yang menjadi pendorong dalam penjualan, beliau mengungkapakan bahwa:

---

[92] Wawancara dengan ibu Supiyah selaku pengusaha distributor ikan konsumsi, Pada tanggal 15 Juni 2017 di rumah ibu Supiyah

[93] Wawancara dengan bapak Suyitno..., Pada tanggal 14 Juni 2017

[94] Wawancara dengan bapak Irul.., Pada tanggal 15 Juni 2017

> "Harus mempunyai pengalaman sendiri masalah urusan dagang, semakin banyak jenis dan jumlah ikan yang dijual semakin banyak pula yang menawar harga, soal harga itu tergantung kualitas barang."[95]

Serta bapak Kasiran selaku salah satu pedagang ikan pindang yang mengambil barang dari para distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung mengungkapkan bahwa:

> "Yang membuat tertarik untuk membeli ikan yaitu harga ikan dan kualitas yang bagus. Jika harga murah dan kualitas bagus maka pastinya menguntungkan bagi saya karena akan dijual lagi. Soalnya saya mengambil ikan tidak tetap pada satu distributor ikan saja tetapi kepada meraka yang memberikan harga yang murah dengan kualitas yang bagus. Kalo ada pasti itu jadi rebutan oleh para pedagang."[96]

Dari beberapa paparan di atas yang diungkapkan oleh para pelaku usaha distributor ikan konsumsi dapat diambil sebuah penjelasan bahwa ada beberapa faktor pendorong penjualan dalam usahanya , faktor-faktor tersebut di antaranya adalah.

1) Harga

Harga merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh para konsumen saat melakukan transaksi tawar menawar jual beli. Pasar yang sempurna adalah sebuah pasar yang memberikan harga yang tercipta dari hasil tawar menawar. Pelaku distributor ikan di pasar ikan Bandung yang memberikan harga yang lebih ringan kepada konsumen maka akan mendorong jumlah penjualannya dan sebaliknya pelaku usaha distributor ikan di

[95] Wawancara dengan bapak Sarijo..., Pada tanggal 13 Juni 2017
[96] Wawancara dengan bapak Kasiran..., Pada tanggal 16 Juni 2017

pasar ikan Bandung yang memberikan harga yang tinggi maka dapat mengurangi jumlah penjulannya.

2) Produk

Produk merupakan sebuah inti dari perdagangan, produk yang berkualitas menjadi sebuah pendorong penjualan hal ini karena dengan kualitas yang bagus maka akan lebih diminati oleh para konsumen pemakai dimana ikan yang berkualitas pasti rasanya lebih nikmat saat dikonsumsi sehingga menjaga mutu ikan yang dijual menjadi sebuah faktor pendorong penjualan, serta dengan memberikan variasi jenis ikan yang beragam kepada konsumen/pedagang ikan juga merupakan faktor pendorong penjualan hal ini karena dengan banyaknya jenis variasi ikan maka konsumen akan dimanjakan dengan pilihan yang sesuai selera konsumen.

3) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan distributor ikan konsumsi menentukan sebuah hasil penjualan karena pelayanan menjadi salah satu unsur yang menjadikan persaingan. Pedagang yang memberikan pelayanan yang bagus menjadi sebuah daya tarik kepada konsumen.

Setiap usaha pasti ada hambatan atau kendala di dalamnya hal itu menjadikan sebuah resiko yang dapat mengurangi laba bahkan dapat merugikan hal ini juga dialami oleh pelaku usaha distributor ikan

konsumsi di pasar ikan Bandung. Hambatan yang bisa terjadi berupa adanya persaingan. Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang di masa sekarang, dalam dunia bisnis seorang pelaku usaha tampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Dengan kata lain aktivitas bersaing dalam bisnis antara pedagang satu dengan pedagang yang lain tidak dapat dihindarkan.

Hambatan dalam menjalankan usaha distributor konsumsi terjadi karena adanya faktor internal atau faktor yang terjadi karena kondisi dalam pengelolaan sendiri dan faktor ekternal atau faktor yang terjadi karena kondisi di luar pengelolaan usaha. Hambatan-hambatan dalam usaha ini diungkapkan oleh bapak Sarijo sebagai berikut:

> "Faktor penghambat pada keuangan karena untuk kenyamanan pelanggan pembayarannya tidak tunai pelanggan mengambil ikan hari ini pembayarannya besok, sehingga jika ada pelanggan yang susah bayar harus pake uang sendiri untuk modal ambil stok ikan lagi, dari segi persaingan yang utama adalah persaingan kualitas barang dan untuk menjaga kualitas barang ikan harus tetap dingin jadi jika mendatangkan ikan dari Surabaya atau Jakarta perlu menggunakan termo king dan penambahan biaya pula jadi kalo ikan bagus dan harga murah pelanggan akan datang dan harga ikan itu tidak mementu maka jika rugi ditahan persaingan banyak berusaha semaksimal mungkin mengatasi persaingan harus sabar biar tidak merugi kalau dari produk subtitusi tidak ada masalah karena kami menjual pada penjual yang membutuhkan persediaan ikan. ''[97]

Hal ini di ungkapkan pula oleh Kusir, beliau mengungkapkan yang menjadi kendala dalam usahanya yaitu:

> "Kalau dari segi persaingan tidak terlalu menjadi kendala karena ikan itu harganya hampir sama selalu mengikuti keadaan tinggal pintar-pintar ngatur biar tetap berkualitas mutunya, justru yang

[97] Wawancara dengan bapak Sarijo..., Pada tanggal 13 Juni 2017

> jadi kendala itu dari segi pembeli itu sendiri seperti contoh kalau lagi musim hajatan pasti permintaan ikan menurun apalagi seperti sekarang ini kalo lagi maleman puasa romadhon permintaan berkurang karena yang rame adalah ayam, telur, daging. Untuk mengatasinya ya ngambil persediaannya ikannya di kurangi biar kalau ikan tidak laku di simpan di gudang dan tidak memenuhi gudang."[98]

Kemudian hal lain juga diungkapkan oleh bapak Suyitno, beliau mengungkapkan bahwa :

> "Faktor penghambat utama adalah masalah keuangan, kalau tentang persaingan saya rasa persaingan sehat-sehat saja karena selalu mengikuti keadaan pasar dan kesetersediaan barang kalau stock terlalu banyak ya harga jualnya tidak bisa tinggi karena kalau ikan tidak laku malah akan rugi. Ya solusinya harus pintar-pintar menarik dan menyediakan barang yang layak jual karena persaingan semakin ketat disebabkan karena semakin banyak yang memakai pabrik/gudang pendingin."[99]

Dari uraian di atas yang menjadi penghambat para pelaku usaha distributor ikan konsumsi berupa:

1) Keuangan Usaha

Keuangan usaha merupakan faktor internal yang penting dalam setiap usaha dengan pengelolaan keuangan yang baik sebuah usaha dapat mampu bertahan. Pelaku usaha distributor ikan konsumsi melakukan penjualan dengan menerapkan sistem jual berupa tidak harus membayar secara langsung hal ini menjadi sebuah usaha untuk meningkatan pelayanan guna kenyamanan pelanggan degan bergitu pelanggan tidak terkendala modal, namun dengan melakukan sistem penjulan ini maka resiko juga

[98] Wawancara dengan bapak Kusir..., Pada tanggal 15 Juni 2017
[99] Wawancara dengan bapak Suyitno..., pada tanggal 14 Juni 2017

semakin besar pula sebab jika pelanggan tidak tertib membayar maka keuangan usaha akan terkendala guna pembayaran berupa gaji pekerja, biaya operasional dan modal usaha.

2) Kualitas dan Harga Barang

Kualitas yang bagus menjadi daya tarik tersendiri bagi penjual. Sehingga pelaku usaha selalu mengupayakan agar kualitas barang yang dijual selalu baik. Karena jika kualitas barang menurun maka harga juga menurun dan konsumen akan lebih memilih mengambil kepada distributor ikan yang tetap menjaga kualitas barang yang dijualnya. Sehingga penurunan kualitas produk merupakan sebuah hambatan yang terjadi secara alami dalam usaha ini.

3) Faktor Konsumen

Konsumen merupakan faktor yang penting dalam setiap usaha karena konsumen merupakan pemakai hasil akhir dari setiap hasil usaha perusahaan atau pelaku usaha. Disebutkan diatas bahwa masyarakat masih menjaga sebuah tradisi masing-masing sehingga dalam acara tertentu mengkonsumsi ikan masih belum menjadi sebuah budaya contoh dalam acara hajatan seperti malaman dalam blan Romadhon dan musim nikah yang laku merupakan bahan lauk pauk berupa ayam dan daging. Ayam dan daging merupakan sebuah produk subtitusi dari ikan yang sama-sama sebagai lauk pauk sebagai konsumen sehingga pada saat

terjadi budaya tertentu pada masyarakat yang didominasi dengan mengkonsumsi daging atau ayam menyebabkan penjualan ikan berkurang.

Sehingga dalam upaya pengelolaan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis meliputi dengan menjaga kualitas dan ketersediaan produk serta pengembangan usaha merupakan sebuah strategi persaingan hal ini membuat pengusaha yang dapat menjaga ketersediaan barang dan kualitas barang dagangan serta dapat mengembangkan usahnya mendapatkan keunggulan kompetitif dari pesaing bisnis hal ini menjadi primadona tersendiri oleh para pelanggan dan konsumen. Kemudian dengan memahami faktor penghambat dan pendorong penjualan sehingga menjadi bekal dalam menghadapi persaingan.

2. Strategi Pemasaran Distributor Ikan Konsumsi di Pasar Ikan Bandung Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Pengusaha distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung dalam aktivitas perdagangan tidak terlepas dari persaingan bisnis. Persaingan dalam bisnis merupakan hal yang terjadi, begitu pula dengan persaingan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung Kabupaten Tulungagung. Dalam melakukan persaingan bisnis diperlukannya strategi pemasaran yang bagus hal ini berguna untuk menjaga hasil penjualan dan mencapai tujuan usaha.

Dari informasi dan pengamatan yang penulis lakukan, strategi pemasaran distributor ikan konsumsi di pasar Ikan Bandung dalam menghadapi persaingan bisnis yang terjadi di pasar strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku distributor ikan konsumsi adalah dengan tujuan agar usahanya selalu mampu bertahan dan meningkatkan hasil penjualan. Persaingan yang terjadi meliputi:

a. Persaingan tempat (*Place*)

Tempat merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat vital. Karena dengan adanya tempat usaha yang bersih dan nyaman menjadikan nilai tambah tersendiri bagi pelaku distributor ikan di konsumsi. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Lamuji berikut ini:

> "saya kalau membeli ikan selain kualitas dan harga yang ditawarkan juga mempertimbangkan tempat yang jualan juga. Apakah tempatnya bersih atau tidak, kalau tempatnya kotor dan kumuh ya mending pindah ke pedagang yang lain. Soalnya kan ikan yang saya beli mau dijual lagi, juga kadang dimakan sendiri, kalau tempatnya kotor saya takutnya nanti malah punya dampak terhadap kesehatan."[100]

Hal serupa juga dikemukakan oleh bapak Irul selaku distributor ikan konsumsi sebagai berikut:

> "Selain kualitas dan pelayanan ikan yang terus saya tingkatkan, juga kebersihan dan keadaan tempat usaha. Karena ditempat saya pembeli langsung membeli di gudang, ngambil ikan juga milih sendiri di gudang. Kalau tempatnya kotor dan semrawut nanti bisa-bisa pembeli pada kabur, kan mereka liat langsung tempat penyimpanannya."[101]

---

[100] Wawancara dengan bapak Lamuji…, Pada tanggal 15 Juni 2017
[101] Wawancara dengan bapak Irul…, Pada tanggal 15 Juni 2017

Dapat disimpulkan bahwa tempat (*place*) merupakan salah satu strategi pemasaran yang pokok karena tempat membangun *mindset* pembeli ketika pertama kali ingin menentukan penjual yang akan ditujunya.

b. Persaingan Harga (*Price*)

Harga merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam usaha jual beli. Di pasar perbedaan harga merupakan hal yang wajar terjadi antara pedagang. Dalam menyikapinya Ibu Supiyah selaku pengusaha distributor ikan di pasar Bandung mengungkapkan bahwa:

> "Soal persaingan harga ya mengikuti keadaan di pasar karena ikan harus bisa terjual kalau sekiranya terlalu merugi ya ikan ditahan dulu di dalam gudang pendingin soalnya harga di pasar itu karena tawar menawar jadi kalo sekiranya merugi ikan di tahan dulu biar pelanggan ambil ikan di distribitor lain. Intinya harus sabar biar tidak merugi soalnya sudah biasa harga di pasar itu naik turun."[102]

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak Suyitno, beliau mengungkapkan bahwa,

> "Kalo itu tergantung dengan kualitas barangnya sehingga harus pintar-pintar menyediakan barang yang murah dengan kualitas yang bagus kalo tidak seperti itu kalah harga dengan yang lain."[103]

Kemudian bapak Kusir juga mengungkapkan terkait dengan perbedaan harga:

> "Terkait perbedaan harga itu tergantung dari kualitas barangnya jadi ya itu tadi harus pintar-pinta menjaga kualitas barang dengan cara mendatangkan dari Surabaya, Jakarta maupun daerah lain kondisi ikan harus tetap dingin dan di gudang harus tetap beku tetapi pastinya itu perlu penambahan biaya juga."[104]

---

[102] Wawancara dengan Ibu Supiyah..., Pada tanggal 15 Juni 2017
[103] Wawancara dengan Bapak Suyitno..., Pada tanggal 14 Juni 2017
[104] Wawancara dengan bapak Kusir..., Pada tanggal 15 Juni 2017

Jadi uraian diatas maka menjelaskan bahwa perbeaan harga merupakan hal yang wajar terjadi karena adanya perbedaan kualitas barang. Sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang yang sama para pelaku distributor ikan di pasar Bandung menyikapinya dengan mengikuti keadaan di pasar dengan cara harga di tentukan dengan tawar menawar dengan pertimbangan kualitas barang yang di jualnya, dengan usaha menjaga kualitas barang agar tidak merugi. Jika dirasa perbedaan harga terlalu jauh maka usahanya adalah dengan menahan ikan di gudang pendingin hal ini dilakukan karena agar tidak terlalu merugi dengan keadaan pasar, hal ini juga dikarenakan harga beli yang berubah-ubah sehingga kemampuan mendapatkan ikan yang murah dengan kualitas yang bagus menjadi sebuah jalan dalam kelancaran usaha sebagai distributor ikan.

c. Persaingan Produk (*Product*)

Persaingan produk ditentukan oleh dua faktor, yaitu kuantitas dan kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas merupakan tingkat baik buruknya suatu produk yang dijual kepada konsumen. Produk berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci keberhasilan Jepang di pasar-pasar dunia. Banyak perusahaan sekarang yang menyadari pentingnya persaingan dalam kualitas.[105] Sedangkan kuantitas merupakan keadaan banyak atau sedikit suatu produk yang dijual kepada konsumen. Hal ini juga dilakukan oleh distibutor ikan konsumsi dengan menjaga kualitas dan

[105] A Dale Timpe, *Manajemen Pemasaran.* (Jakarta: Gramedia, 1990), hal 38

kuantitasn agar ikan selalu dalam keadaan yang bagus dan layak jual dan layak konsumsi.

Ikan yang berkualitas adalah ikan yang segar hal ini merupakan keingian oleh para konsumen. Dalam usaha menjaga kualitas ikan agar tetap segar para pengusaha distributor ikan konsumsi melakukan beberapa hal seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suyitno sebagai berikut:

> "Agar ikan kualitasnya tetap terjaga maka usahanya yaitu dibekukan dan diberi tambahan es. Karena jika ikan selalu dengan keadaan beku maka kualitas akan tetap terjaga seperti usaha mendatangkan ikan agar menang kualitas mendatangkanya dengan memakai termoking karena jika hanya memakai bok ikan kurang maksimal."[106]

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak Kusir, beliau mengungkapkan bahwa, "Ada dua alternatif yaitu pertama saat dipasarkan di pasar itu diberi es biar kualitas tetap terjaga dan kedua dibekukan di gudang pendingin agar tetap beku jadi ikan bisa tahan lama".[107] Dari pernyataan di atas upaya dalam menjaga kualitas ikan ada dua alternatifnya, yaitu:

1) Pemberian Es, pemberian es saat pemasaran di pasar hal ini agar ikan tetap terlihat segar dan tidak berubah baik warna dan bau.
2) Di simpan dalam gudang pendingin, penyimpanan di gudang pendingin bertujuan agar ikan dapat beku sehingga bisa tahan lama.

[106] Wawancara dengan bapak Suyitno..., Pada tanggal 14 Juni 2017
[107] Wawancara dengan bapak kusir..., Pada tanggal 15 Juni 2017

Sehingga dengan cara didinginkan yang secara manual diberi es yang sudah di giling dan diolah dalam gudang pendingin dengan suhu beku. Hal ini menjadikan ikan tetap berkualitas namun juga menyebabkan pertambahan biaya yang meliputi biaya operasional, biaya pembelian es dan biaya operasional gudang yang meliputi biaya perawatan dan biaya listrik. Dengan kualitas yang bagus maka harga akan selalu bagus pula. Kualitas dan harga merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh para kosnumen pada saat membeli ikan.

Persaingan yang terjadi di pasar ikan bandung yaitu para pelaku usaha distributor ikan berlomba-lomba memberikan kualitas dan kuantitas yang sesuai oleh para konsumen. Biasanya ikan dengan kualitas baik banyak peminatnya sehingga harus di imbangi dengan peningkatan jumlah ikan yang tersedia.

d. Persaingan Pelayanan dan Promosi

Pelayanan merupakan sebuah upaya yang diperlukan untuk dapat dirasakan oleh konsumen. Pelayanan merupakan salah satu unsur dari sebuah persaingan. ibu Supiyah selaku pengusaha distributor ikan mengungkapakan bahwa," soal pelayana ya sama dengan lainnya yaitu barang tidak mengharuskan banyar cash pada pelanggan"[108]. Beserta kutipan di atas maka dapat diambil penjelasan bahwa Pelayanan yang diberikan pelaku usaha distributor ikan komsumsi diantaranya yaitu:

[108] Wawancara dengan Ibu Supiyah..., pada tanggal 15 Juni 2017

1) Memberikan proses tawar menawar kepada para pelanggan hal ini bertujuan agar tercipta harga yang adil sehingga tidak ada yang dirugikan.
2) Memberikan cara pembayaran yang tidak tunai harus dibayar saat hari transaksi atau memberikan hutang bayar kepada konsumen, hal ini menjadi daya tarik bagi pelanggan karena pelanggan tidak diberatkan dengan biaya modal sehingga pedagang kecil tidak terkendala pada modal.
3) Menjaga hubungan baik dan kepercayaan kepada pelanggan dengan cara mengerti kebutuhan para pelanggan dan menghargai para pelanggan dengan cara sopan santun dan bersahabat jika ada ikan yang bagus dan murah tidak segan-segan menghubungi pelanggan. Menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan memilih ikan yang sesuai keinginan dan jika dirasa ikan jauh tidak sesuai harapan maka dapat ditukarkan di gudang dan penyediaan timbangan di pasar maupun di gudang hal ini dimaksudkan jika pengambil langsung di gudang para pelanggan dapat mengetahui berat yang sebenarnya pada ikan yang dipilihnya.

Promosi yang dilakukan oleh para pelaku distributor ikan konsumsi di pasar Bandung yaitu promosi secara langsung seperti yang diungkapkan oleh bapak Irul berikut ini :

> “Kalo kami tidak pernah melakukan promosi kayak di toko-toko gitu mas, kami promosinya kalo ada ikan bagus dating ya para pelanggan

> yang kita kabari lewat telepon. Biasanya kalo sudah seperti itu para pelanggan memesan untuk disisihkan agar tidak dibeli oleh orang lain."[109]

Hal serupa juga dikemukakan oleh bapak Lamuji selaku pelanggan di pasar ikan Bandung, beliau mengungkapkan:

> "Kalo di pasar ya promosinya beda sama di toko atau minimarket gitu mas, yang beli satu gratis satu itu. Kalo disini promosinya kalo ada barang bagus pelanggan gitu langsung dihubungi mau pesan apa tidak, soalnya kalo tidak seperti itu nanti bisa tidak kebagian soalnya banyak yang cari kalo barang bagus, apalagi kalau harganya murah ya itu dalam hitungan sudah ludes mas."[110]

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa para distributor dalam melakukan promosi menggunakan metode langsung, yaitu dengan cara menghubungi satu persatu pelanggan tetap di masing-masing distributor. Hal ini juga dapat membuat para pelanggan menjadi merasa istimewa dikarenakan mereka diperlakukan dengan baik, hal tersebut diharapkan agar para pelanggan menjadi semakin loyal.

3. Strategi Pemasaran Distributor Ikan Konsumsi di Pasar Ikan Bandung Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Pengusaha distributor ikan konsumsi dalam menjalankan usahanya guna menghadapi persaingan sesuai dengan hasil wawancara diatas meliputi upaya dalam mengelola usaha. Kemudian strategi dalam memberikan kualitas dan harga produk sesuai dengan kebutuhan

[109] Wawancara dengan bapak Irul…, pada tanggal 15 Juni 2017
[110] Wawancara dengan bapak Lamuji…, pada tanggal 15 Juni 2017

pelanggan atau konsumen, serta memberikan pelayanan yang bagus kepada pelanggan atau konsumen.

Bapak sarijo mengungkapkan bahwa upaya yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik kepada pelanggan, pemasok dan pedagang lain. Beliau mengungkapkan bahwa,

> ”Menjaga kepercayaan, karena jika ikan ternyata jelek bisa dikembalikan, tidak membeda-bedakan pelanggan besar maupun kecil yang penting sesuai harga , menghutangi ikan dengan sabar.dan sabar dalam persaingan” [111]

Kemudian bapak Kusir juga menambahkan,”Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pedagang lain dengan upaya bersikap baik, sopan , jujur dan bersahabat”.[112] Serta bapak Suyitno juga mengungkapkan bahwa,” Ya menjaga hubungan baik menjaga silaturahmi sesama pedagang, kalo mengambil barang dirumah selayaknya seperti tamu sendiri”.[113]

Dari pernyataan singkat diatas menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi antara pengusaha distributor ikan konsumsi terjalin secara sehat dengan menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, pemasok dan pedagang lainnya.

Dalam observasi peneliti lakukan pada para pengusaha distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung setiap pelaku usaha distributor saat terjadi transaksi penjualan baik di pasar maupun di gudang penidngin pengusaha distributor ikan menyiapkan sebuah timbangan elektrik hal ini

---

[111] Wawancara dengan bapak Sarijo..., pada tanggal 13 Juni 2017
[112] Wawancara dengan bapak Kusir..., pada tanggal 15 Juni 2017
[113] Wawancara dengan bapak suyitno..., pada tanggal 14 Juni 2017

merupakan pelayanan guna kenyamanan untuk para pelanggan atau konsumen. Dengan adanya timbangan elektrik maka keakuratan berat lebih terjamin dan lebih cepat sehingga tidak ada yang merasa dicurangi dalam proses transaksi.

C. Analisis Data

Pelaksanaa penelitian yang dilakukan pada para pelaku distributor ikan konsumsi di pasar ikan Bandung kabupaten Tulungagung menemukan beberapa temuan kasus sebagai berikut:

Distributor ikan konsumsi dalam menjalankan usaha mengalami adanya faktor-faktor yang mendasari persaingan guna mendapatkan keunggulan kompetitif dalam pemasaran. Meliputi adanya penurunan kualitas ikan secara alami, menjaga ketersediaan karena penurunan kuantitas ikan secara alami, keuangan dan pengembangan usaha, serta persaingan antar distributor yang semakin banyak. Usaha dalam menjaga persediaan produk yaitu dengan membuka jaringan keberbagai wilayah yang banyak terdapat ikan yang dibutuhkan. Serta memberikan kualitas barang yang berkualitas dengan menjaga mutu barang dengan cara mendinginkan ikan dengan pemberian es maupun disimpan dalam gudang pendingin, dengan hasil ikan yang tetap berkualitas maka harga tetap tinggi. Upaya pengembangan usaha salah satunya dengan menambah gudang pendingin, dengan adanya gudang pendingin persaingan harga bukan menjadi hal yang dapat merugikan karena jika ikan tidak terjual

maka dapat ditimbun di gudang pendingin dan dikeluarkan jika harga sudah stabil.

Para distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis menggunakan beberapa strategi pemasaran dengan tujuan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis. Strategi tersebut meliputi:

Pertama, persaingan tempat karena tempat merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat vital. Karena dengan adanya tempat usaha yang bersih dan nyaman menjadikan nilai tambah tersendiri bagi pelaku distributor ikan di konsumsi

Kedua, persaingan harga karena harga merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam usaha jual beli

Ketiga, persaingan produk yang meliputi kuantitas dan kualitas produk.

Keempat, persaingan pelayanan dan promosi yang bagus menjadi sebuah faktor pendorong penjulan usaha yang dilakukan para pelaku usaha distributor ikan konsumsi diantanya yaitu dengan mengerti kebutuhan para pelanggan dan memberikan pembayaran yang mudah tidak harus tunai serta menjaga hubungan baik kepada pelanggan yang meliputi sopan santun kepada pelanggan dan bersahabat.

Pengusaha distributor ikan konsumsi dalam menanggapi persaingan bisnis mengungkapkan bahwa persaingan merupakan hal yang

wajar terjadi dalam setiap usaha dan menyikapinya dengan berusaha bersikap baik, menjaga hubungan baik dan bersahabat.