

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Paparan Data

##### 1. Sejarah Toko Ikan Koi Ar Royah

Toko Ar Royah merupakan salah satu toko yang menjual produk ikan hias atau ikan koi yang terletak di desa Dawuhan Mangli. Toko Ar Royah didirikan pada tanggal 10 November 2010 oleh Bapak H. Tobibuddin dan Ibu Istikomah sebagai pemilik dan pemimpin toko Ar Royah usaha ikan koi.

Awalnya toko budidaya ikan koi didirikan oleh Bapak H. Shobri bapak dari H.Tobibuddin, pada waktu itu tahun 1990an hingga tahun 2000an, lambat laun toko budidaya ikan koi menjadi pesat hingga ke luar kota itupun bukan hanya ikan koi saja melainkan ikan konsumsi, seperti nila dan gurami. Setelah Bapak Shobri meninggal dunia pada tahun 2008 pada saat itu budidaya ikan koi sempat fakum. Hingga pada waktu itu bapak H. Tobibuddin sempat frustrasi karna gagalnya menjadi anak yang berbakti kepada orang tuanya karena pada saat itu beliau bingung untuk meneruskan toko yang diwariskan oleh bapaknya sendiri, hingga pada tahun 2010 toko budidaya ikan koi aktif kembali yang dikembangkan langsung oleh Bapak H. Tobibuddin selaku pemilik toko budidaya ikan koi, beliau mengembangkan lagi pada tanggal 10 november 2010, tahun demi tahun toko Ar Royah semakin maju sehingga untuk mempermudah pembeli bapak H.Tobibuddin memberi nama dan stempel toko Ar Royah Koi, hingga saat ini sudah diresmikan sebagai kelompok pembudidaya ikan oleh dinas perikanan Jember.

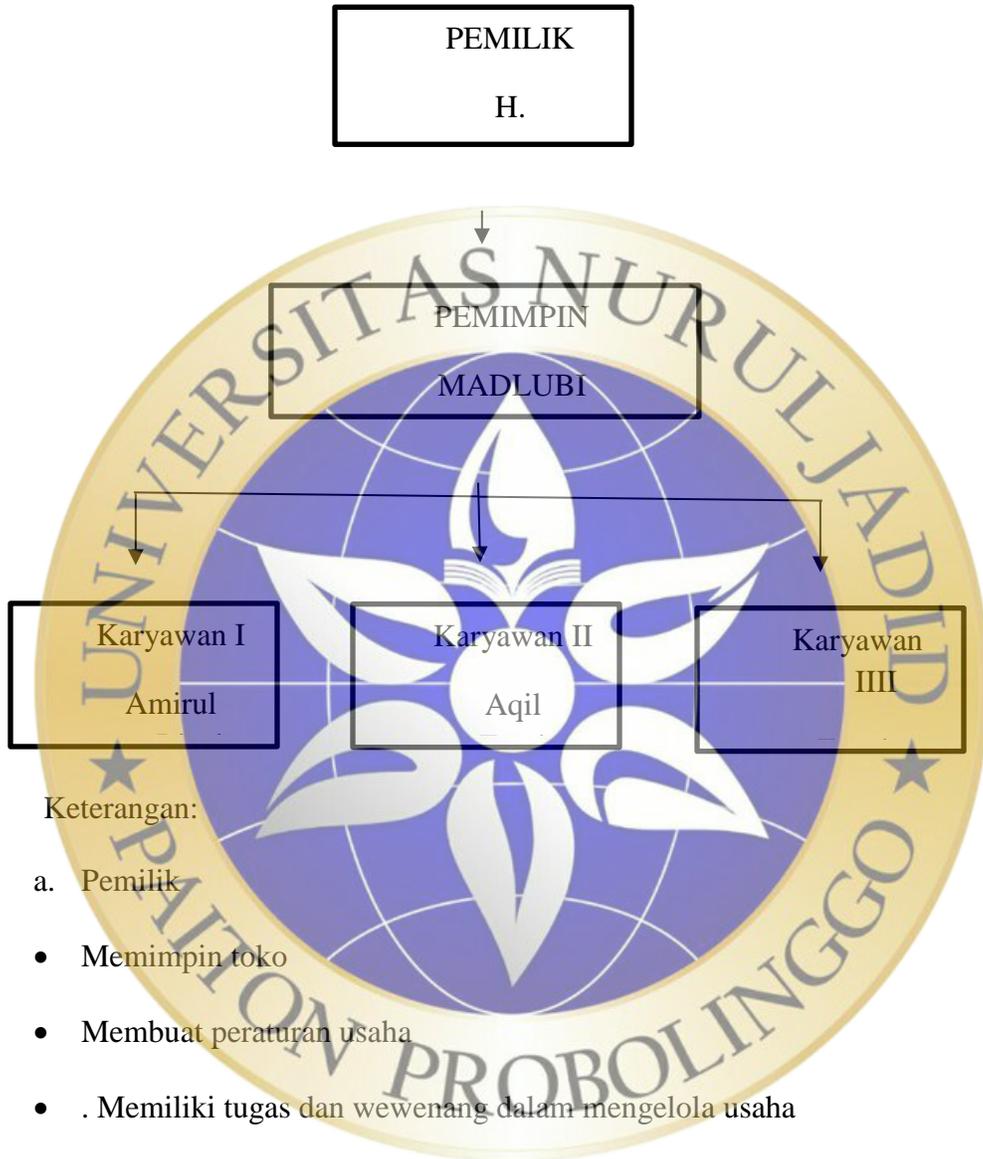
Pemilihan nama toko Ar Royah mengandung makna yang cukup bersejarah bagi bapak H. Tobibuddin selaku pemilik toko Ar Royah, di mana berawal bapak H. Tobibuddin

pergi haji dimana pada waktu bapak H.Tobibuddin berhenti disalah satu masjid Makkah, di mana masjid itu bersejarah bagi umat Islam. Masjid tersebut banyak yang memberi nama masjid kucing, menurut K.Baidoi, masjid tersebut disebut masjid Ar Royah. Mengapa di namakan masjid Ar Royah ? karna pada saat itu Nabii Muhammad SAW, dari Mekkah ke Madinah kembali lagi ke Mekkah untuk merayakan kemerdekaan atau kemenangan umat Islam. waktu pengikut Islam sudah mulai banyak, jadi pada saat kembali lagi Mekkah dan berhenti di salah satu masjid yang disebut masjid kucing, jadi alasan masjid kucing tersebut di beri nama Ar Royah karna kemerdekaan atau kemenangan umat Islam. Jadi alasan bapak H.Tobibuddin mengambil nama Ar Royah karna mempunyai arti bendera kemenangan bagi pengikut Baginda Nabi Muhammad SAW. Dan beliau juga ingin mengambil barokah pada di Mekkah dan Madinah pada saat beliau haji. Berapa bulan setelah kemajuan toko Ar Royah bapak H. Tobibuddin mendirikan kelompok usaha ikan koi yang terdiri dari 12 orang di mana tujuannya untuk mempermudah para pembeli yang ada di luar kota sana. Toko Ar Royah menyediakan berbagai macam jenis ikan koi dari ukur bibit sampai ukur indukan, dari kualitas pasar sampai kualitas konteks. Dari berbagai level bawah hingga level teratas<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Hasil Wawancara bersama Bapak H.Tobibuddin selaku pemilik toko ArRoyah 8 Januari 2023

## 2. Stuktur Toko Ar Royah



Keterangan:

- a. Pemilik
  - Memimpin toko
  - Membuat peraturan usaha
  - . Memiliki tugas dan wewenang dalam mengelola usaha
  - Mengembangkan strategi pemasaran di toko
  - Bertanggung jawab atas kerugian
  - Memeriksa laporan keuangan
- b. Pemimpin

- Memantau, merencanakan, dan menggerakkan kegiatan atau aktivitas yang ada di toko
  - Membuat laporan keuangan
  - Bertanggung jawab atas kelanjutan dan ketertiban di toko
  - Memeriksa kekurangan yang ada di toko
  - Bertanggung jawab atas pemesan kelompok (sesuai kota)
- c. Karyawan
- Bertanggung jawab dalam proses penjualan di toko
  - Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan atau pengunjung
  - Memastikan persediaan pakan ikan atau kebutuhan lainnya
  - Memeriksa pesanan para konsumen baik yang individu atau yang dari pengelompokan.<sup>70</sup>
3. Macam-Macam Ikan Koi
- a. Chagoi
  - b. Shiro Utsuri
  - c. Thanco Koi
  - d. Ki Utsuri
  - e. Kumpay Slayer
  - f. OchibaShigure
  - g. Kumonryu
  - h. Shusui
  - i. Geromo

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara bersama bapak H.Tobibuddin selaku pemilik toko Ar Royah 11 Januari 2023

- j. Ogon
- k. Asaghi
- l. Showa Sansahoku<sup>71</sup>

## B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang diterapkan Toko Ar Royah dalam mempertahankan persaingan usaha ikan koi

Penelitian ini berdasarkan kenyataan yang terjadi di lapangan yaitu di toko Ar Royah desa Dawuhan Mangli. Penelitian ini mengambil tema strategi pemasaran terhadap persaingan usaha ikan koi di toko Ar Royah desa Dawuhan Mangli dalam persepektif ekonomi Islam. Strategi pemasaran yang digunakan peneliti untuk menganalisis menggunakan pemasaran teori berdasarkan Bapak H. Tobibuddin pemilik toko Ar Royah sendiri yang meliputi kualitas, pelayanan, dan harga. Narasumber dalam penelitian ini yaitu pemilik usaha ikan koi toko Ar Royah dan pembeli usaha ikan koi toko Ar Royah. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

Penerapan bauran strategi pemasarannya ikan koi yang diterapkan toko Ar Royah dalam mempertahankan persaingan usahanya untuk mengetahui peneliti melakukan wawancara dengan bapak H.Tobibuddin selaku pemilik toko Ar Royah dalam wawancara sebagai berikut :

“Penerapan yang di pakai toko kami untuk menjaga dan mempertahankan pemasaran toko kami sendiri yang pertama selalu menjaga kualitas dari ikan koi, maksudnya saya dalam menjaga kuliatas ikan koi karna sekarang banyak para pesaing di luar sana yang berlomba-lomba mempercantik ikan koi baik warna mupun tubuh sekiranya para konsumen tertarik dan tidak kecewa dengan produk toko kami. Jadi saya selalu mengutamakan menjaga kualitas ikan yang terdiri dari ; mnejaga kesehatan ikan, menjaga pola makan ikan, menjaga warna tubuh ikan, dan merawat

---

<sup>71</sup> Hasil wawancara bersama bapak H.Tobibuddin selaku pemilik toko Ar Royah 11 Januari 2023

ikan dengan baik. Yang kedua pelayanan, dimana pelayanan ini penting sekali dalam mempertahankan pemasaran terutama dalam ikan hias, toko kami mengutamakan dalam pelayanan karna selain menarik para konsumen, bisa menambah nilai plus pada konsumen, pelayanan yang baik membuat konsumen nyaman akan hal itu. Jadi dengan itu toko kami selalu mementingkan pelayanan dalam pemasaran toko saya. Yang ketiga harga dimana ini selalu menjadi saingan dalam pemasaran jadi toko kami selalu memberi harga yang cocok sekiranya para pembeli tidak terlalu kecewa dengan harga yang beri toko kami. Ikan yang saya kelola ini memang ikan asli bibit atau olahan dari toko kami sendiri, saya tidak pernah kolan ke toko lain benar-benar asli bibit toko Ar Royah.”<sup>72</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Madlubi Tobibuddin selaku pemimpin toko Ar Royah mengatakan:

“Biasanya kalau masalah penerapan pemasaran yang di gunakan oleh toko Ar Royah sendiri kami selalu menjaga kepercayaan konsumen, di mana pelayanan dan harga yang paling penting agar pembeli puas dengan toko kami dan juga tentunya tidak luput dengan penjagaan ikan koi dimana dari merawat bibit hingga ke indukan yang tentu perlu pengawasan karena nanti bibit yang bagus bisa dijadikan konteks. Kami tidak pernah menjual produk dari kolan toko lain atau pasar lain, ini murni dari bibit toko kami sendiri, selanjutnya dalam promosi pada tahun 2010 hingga tahun 2016 di toko kami kalau masalah promosi biasanya hanya promosi di akun facebook, semenjak banyak para konteks dan kelompok yang mempercayai toko kami akhirnya toko kami berhenti untuk promosi di akun facebook karna sudah ada kelompok masing-masing yang mana nantinya mereka memesan sesuai kotanya biar para ketua kelompok yang memberitahukan kepada toko kami tentang pesanan tersebut. Waktu sekitar 2019 akhir pada musim corona jadi tujuan adanya kelompok di toko kami agar mudah di luar kota jember memesan sesuai kotanya misal kota bondowoso ingin membeli ke toko kami nanti itu sudah ada ketua kelompok bondowoso yang akan mengkonfirmasi kepada kami sesuai pesanan. Jadi promosi di toko kami dengan cara menggunakan para kelompok yang sudah berkerja sama dengan toko kami, ini mempermudah toko kami yang jauh dari toko kami misal luar kota jember, jadi buat luar kota jember yang ingin memesan ikan koi di toko kami sudah ada kelompok masing-masing tinggal memesan pada ketua kelompoknya”<sup>73</sup>

Dan ini juga disampaikan salah satu konsumen yang membeli ikan koi di toko Ar Royah waktu saya wawancara sama bapak H. Tobibuddin, bapak Samsul pelanggan langganan budidaya ikan koi mengatakan terkait pasaran ikan koi di toko Ar Royah dan ikan koi di toko Ar Royah:

---

<sup>72</sup> Hasil Wawancara Bapak H.Tobibuddin selaku pemilik toko Ar Royah 10 Januari 2023 10.00 WIB

<sup>73</sup> Hasil Wawancara Bapak Matlubi Tobibuddin selaku pemimpin toko Ar Royah 10 Januari 2023 11:30 WIB

“saya selama beli ikan koi di toko Ar Royah tidak pernah kecewa dengan produk bapak Tobibudiin, beliau selalu memberi yang terbaik, tidak pernah mengecewakan saya, awalnya saya tidak pernah tertarik dengan yang namanya ikan koi atau semacam ikan hias pada saat itu saya ikut teman saya lihat konteks di Blitar di mana disana banyak para budidaya ikan koi yang memperkenalkan ikan koinya di konteks itu, dan yang membuat saya tertarik sama ikan koi pada waktu itu ketika saya melihat ikan koi yang dimiliki toko Ar Royah sama Rondok koi di mana punya toko Ar Royah warna sesuai dengan tubuhnya jadi kelihatan kalau ikan koi toko Ar Royah bisa menarik para juri atau para pengikut konteks, sedangkan punya toko Rondok koi warna pas cuman masih kurang cocok ke tubuhnya”<sup>74</sup>

Persaingan merupakan sifat dasar yang dimiliki oleh manusia guna mendapatkan perhatian dari pihak yang dituju. Dalam persaingan usaha terdapat tiga hal yang harus diketahui dalam persaingan yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara bersaingnya harus sehat, produk yang dipersaingkan. Untuk mengetahui persaingan usaha pemasaran ikan koi dilakukan wawancara dengan Bapak H. Tobibuddin selaku pemilik toko Ar Royah mengatakan bahwa:

“Dari usaha ikan koi di toko yang kami lakukan untuk menghadapi persaingan pemasaran yaitu kami harus fokus dengan usaha kami sendiri, fokus dengan bibit koi yang ada di toko kami, dalam persaingan budidaya pemasaran ikan koi kami punya pengalaman di mana kami pernah memasarkan ikan koi di pasar mingguan, waktu budidaya yang ada di toko kami masih belum ada pengelompokan ikan koi. Di pasar mingguan banyak para budidaya ikan koi untuk memasarkan ikan koinya ke para konsumen dengan harga yang murah atau harga pasaran, jadi kami dan para tim kami memaksimalkan kualitas yang ada di toko kami, agar para pembeli nanti tidak kecewa dengan ikan koi yang ada di toko kami, dalam persaingan ini kami tidak pernah curang dalam berbisnis meskipun nantinya kami harus rugi atau bahkan tidak ada yang beli di toko kami, karena saya sendiri selalu ingat dengan hadis Nabi Muhammad SAW, hadis ini saya dapat dari almarhum bapak saya sendiri, Rasulullah SAW bersabda dimana beliau melarang jual beli dengan cara yang licik hadistnya yang berbunyi:

"عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغُرْرِ"

Yang artinya : “Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasulullah SAW telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu)”. Ikan koi toko kami murni bibit atau yang di buat sendiri dari toko kami dan kami tidak pernah mencampur warna bahan pengawet untuk ikan koi yang ada di toko kami. Jadi meskipun waktu itu toko kami rugi tidak ada yang membeli di toko kami tidak masalah karena dalam usaha memang ada untungnya ada ruginya toko kami selalu menjaga kepercayaan konsumen agar

<sup>74</sup> Hasil Wawancara Bapak SamsulKonsementokoArRoyah 10 Januari 2023 01.30. WIB

tidak kecewa dengan toko kami walaupun toko kami mengalami kerugian yang sangat besar”.<sup>75</sup>

Berdasarkan wawancara diatas bahwa dapat disimpulkan strategi penerapan dalam pemasaran usaha ikan koi, diamna toko Ar Royah dalam penerapan pemasaran menjaga kualitas ikan koi, merawat ikan koi agar menarik, merawat warna ikan koi, menjaga kepercayaan konsumen, dan menetapkan harga serta mengawasi bibit ikan koi. Untuk persaingan pemasran usaha ikan koi toko Ar Royah tetunya kualitas paling uatama, tidak memberi bahan warna pengawat pada ikan koi, dan toko Ar Royah tidak curang dalam hal bisnis meskipun toko Ar Royah nanti rugi atau bahkan tidak ada yang mebeli.

Membahas tentang pemasaran ikan koi dalam dunia persaingan disampaikan juga oleh bapak Ali koi salah satu penduduk desa Dawuhan Mangli yang juga mempunyai budidaya ikan koi.

“Saya Ali Rifqi salah satu pemilik budidaya ikan koi di desa Dawuhan Mangli , desa ini kerap para penghuni semua menyukai dengan dunia bisnis, ada juga yang menyukai bertani. Disni banyak penduduknya berbisnis ikan koi atau ikan konsumsi karena sejuknya air yang membuat ikan koi betah akan tempatnya .Saya menyukai ikan koi dari teman saya bapak Baharuddin, Saya mempunyai toko ikan koi juga berbakat bapak Baharuddin bapak Baharuddin saudara dari bapak H.Tobibuddin di mana beliau yang membuat saya tertarik dengan dunia perikanan hingga saya diajari mengelolah budidaya ikan koi. Penerapan yang saya pakai dalam dunia pemasaran tidak luput dengan menjaga kualitas ikan yang saya kelelolah baik dari tubuh maupun warna, meskipun toko saya baru tapi saya tidak pernah menyerah dan iri dalam hal apapun karna menurut saya rizki sudah ada yang menentukan, yang kedua saya menentukan harga, yang ketiga promosi dalam hal ini biasanya saya mempromosikan ikan koi pada teman-teman saya dan juga saya mempromosikan lewat media yang mana di bantu oleh anak saya sendiri, karna kurangnya pengetahuan dalam dunia perikanan terkadang saya rugi dalam berbisnis, karna disini sekitar 7 toko selain pasar ikan desa Dawuhan Mangli, disnsi yang sering maju toko perikanan toko Ar Royah sama toko Fairus Koi bisa disebut juga toko Toyota Koi, kalau dalam dunia persaingan budidaya ikan koi toko Ar Royah sama toko Toyota Koilah yang kerap selalu menjadi bahan perbincangan para konteks, jadi pemasaran toko saya sendiri masih minim pendapatan saya dalam sebulan sekitar 7-8jt”<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Hasil Wawancara Bapak H.Tobibuddin selaku Pemilik Toko ArRoyah 10 Januari 2023 10: 30 WIB

<sup>76</sup> Hasil Wawancara Bersama Bapak Ali Rifqi selaku pemilik toko Ali Koi 14 Januari 2023 09.00

Ini juga disampaikan oleh bapak Fairus Koi atau bisa disebut toko Toyota Koi dalam persaingan dunia perikanan

“ saya Fairus, semua desa sini kerap memanggil toko saya dengan Toyota yang mana itu karna dulu saya mempunyai mobil langka dari bapak almarhum saya yang hampir mirip dengan Toyota, saya mempunyai bisnis ikan koi semenjak tahun 2008, semenjak saya lulus SMA hingga saat ini waktu masih belum ada perkonteksan saya menyukai ikan koi atau ikan hias karna dulu mempunyai masalah yang mana masalah ini rahasia dari saya kecil mungkin ini tidak bisa saya ceritakan pada intinya dulu saya sering ke dunia malam atau bisa disebut club tapi setelah bapak saya meninggal saya masuk pesantren disalah satu Jember saya mondok kurang lebih sekitar 8 tahunn alhamdulillah setelah saya lulus dan berhenti dari pondok saya pergi bersama teman-teman saya seangkatan ke Jogja berhenti salah satu wisata yang mana wisata tersebut seperti laut tapi kata teman saya wisata ini danau yang mana danau ini banyak sekali ikan disana karna jernihnya air danau bisa melihat ikan-ikan yang cantik dan menarik, disana saya bisa merasakan ketenangan dan nyaman dari situ saya menyukai ikan koi. Sepulang dari Jogja saya izin sama ibu saya mau membuka usaha ikan koi dan konsumsi setelah beliau menyetujui akhirnya saya mulai buka usaha pada tahun 2013 waktu masih minim akan peminat ikan koi, dalam dunia ikan koi saya belajar dari bapak Abbas ketua konteks Jember. Pemasaran yang saya gunakan dalam toko saya sendiri mungkin hampir semua toko memakainya pertama dalam produk maksudnya penjagaan ikan koi baik dari segi menjaga tubuh atau warna dan juga dalam penjagaan pola makan yang sehat, karna makanan sehat akan menimbulkan warna yang bagus dan pas, kedua dalam promosi masalah promosi dari dulu saya selalu mengiklankan di facebook, dan tiktok hingga saat ini, yang terakhir saya selalu menentukan harga yang pas kiranya konsumen tidak kecewa. Jujur saya akui kalau masalah pemasaran budidaya ikan koi saya masih kalah dengan toko Ar Royah yang ada di serbang jalan saya selalu melihat kalau masalah membuat bibit yang unggul disana pakarnya, saya hampir mau tutup toko dulu karna saya hampir bangkrut tapi berkat bapak Abbas dan bapak H.Tobibuddin membantu saya memasarkan ikan koi saya, saya hampir iri sama bapak H.Tobibudiin dalam dunia budidaya ikan koi karna dalam persainagn beliau selalu menang baik di pasar maupun di konteks tapi saya sadar mungkin rezeki sudah ada yang mengaturnya, intinya dunia perikanan tidak sama dengan dunia petani jika kalian stres pergilah kedanau atau kolam yang banyak ikannya terutama ikan koi karna semakin kita menghayati atau meneliti jernihnya ikan yang ada di kolam maka akan semakin tenang.”<sup>77</sup>

Membahas masalah dunia persaingan ikan koi disampaikan juga oleh bapak Sasmit

Jons Kurniawan pemilik toko Joins Pancing Koi mengatakan:

“saya bapak Jons atau Sasmit pemilik toko Jons Pancing Koi, saya mendirikan toko saya sejak awal menikah di mana pada waktu saya masih hidup sebatang kara

---

<sup>77</sup> Hasil Wawancara bersama Bapak Fairus selaku pemilik Toko Toyota Koi 12 Januari 2023 11.00 WIB

sama istri saya, awalnya saya sama istri tidak ada kata restu dari bapak istri saya tapi istri saya mengancam sama bakaknya pada akhirnya direstui setelah menikah dapat 3 bulan saya bingung mau bekerja apa karna saya bukan lulusan sarjana saya sekolah sampai dasar saja berbeda dengan istri saya yang tamat samapi SMA, pernikahan yang beda kasta cukup rumit tidak direstui mertua dan juga saya belum dapat pekerjaan karna uang saya tidak cukup beli rumah akhirnya saya kontrak sama istri saya di perumahan lumayan buat tinggal berdua, bingung mau bekerja apa akhirnya saya ke pasar ikut teman saya waktu teman saya jual ikan hias dan saya tertarik akhirnya saya ikut teman saya jual ikan di mana kolakannya di pasar arjasa yang sekarang sudah jadi pasar ikan malam, setelah sekitar 2 tahun saya jual ikan keliling alhamdulillah saya mendapat rezeki yang cukup akhirnya saya membeli rumah serta ladang buat dijadikan kolam tepat waktu istri saya hamil pada tahun 2003. Sekitar tahun 2009 alhamdulillah toko saya menjadi lebih berkembang dan maju banyak orang luar jember menanyakan tentang ikan koi, waktu desa Dawuhan Mangli yang menjual ikan koi masih minim sekitar 3 toko yang menjual ikan koi salah satu toko Ar Royah dimana toko Ar Royah tempatnya bermacam ikan koi. Membahas masalah dunia persaingan dalam pemasaran ikan koi saya tidak luput dengan menjaga akan pola kesehatan baik berupa makanan ataupun berupa warna tubuhnya, menjaga ikan tidak sama dengan menjaga hewan lainya karna ikan itu koi kalau kita teliti dan dicermati indah bisa membius orang yang stres, dimana pengelolaan ini saya lakukan ketika sudah mau mencapai indukan, dan terakhir harga, ini yang saya sering kali rugi dalam pemasaran terkadang saya sering kalah sama toko Ar Royah dan toko Toyota tapi saya pernah memenangkan konteks dari toko Ar Royah dan Toyota yang diadakan di Arum Kelangkang Jember. Sekarang saya mengutamakan indukan daripada bibit untuk dipasarkan atau dijadikan konteks meskipun sedikit yang membeli di toko kami alhamdulillah selama saya usaha ikan koi masih banyak para pelanggan yang percaya dengan toko kami”.<sup>78</sup>

## 2. Kendala- kendala dalam Pemasaran dan Persaingan Usaha Ikan Koi oleh Toko Ar Royah

Dalam pemasaran tentunya banyak para pengusaha yang akan mengalami kendala-kendala baik itu bisa diatasi atau tidak bisa diatasi, apalagi dalam dunia persaingan dimana akan banyak menimbulkan masalah atau kendala yang ada di usahanya. Adapun kendala pemasaran yang di alami toko Ar Royah dalam menghadapi persaingan usahanya sebagai berikut dikatakan langsung oleh bapak H . Tobubuddin:

“ kendala yang ada di toko kami dalam budidaya pemasaran ikan koi yang pertama dalam masalah pengiriman di mana kadang ada banyak para konsumen di luar kota jember meminta untuk dikirim alamat tuju, di mana kami khawatir ikan koi kalau menggunakan pengiriman JNT atau semacamnya takutnya mati karna lamanya

---

<sup>78</sup> Hasil Wawancara Bersama Bapak Jons atau Sasmit selaku pemilik Toko Jons Pancing Koi 14 Januari 2023 02.30 WIB

di perjalanan. Pada tahun 2019 pada saat itu musim penyakit corona yang mana banyak hambatan atau kendala yang mengakibatkan para konsumen kecewa dengan toko kami karna tidak bisa mengirim atau menggunakan JNT dan semacamnya. Jadi pada saat itu saya dan para tim toko Ar Royah mengevaluasi atau mencari solusi tentang pengiriman ikan koi toko kami agar bisa selamat sampai tujuan. Selanjutnya kendalanya kurangnya tempat buat bibit yang baru melahirkan sehingga banyak bibit yang mati, banyaknya ikan koi yang ada di toko Ar Royah membuat saya terkadang bingung akan tempat, pada tahun 2018 ikan koi yang ada di toko kami membludak hingga tidak ada tempat lagi untuk menampung ikan koi yang ada di toko kami, 4 kolam yang ada di toko kami itu untuk yang indukan yang sudah berumur sekitar 1 tahun lebih 1 kolamnya untuk ikan koi yang berumur 5-8 bulan dan 1 kolamnya untuk bibit yang baru di pisah satu kolamnya untuk ikan koi yang hamil 1 kolamnya untuk ikan koi yang bibit berumur 2-4 bulan dan 1 kolamnya untuk ikan koi yang kawin (membuahkan warna Adengan B), jadi terkadang kami kesusahan dengan tempat hingga ada yang di pindahkan di sawah untuk bibit yang berumur 2-5 bulan.<sup>79</sup>

Hal ini juga di sampaikan oleh bapak Amirul Rizal selaku karyawan toko Ar Royah dalam kendala-kendala toko Ar Royah

“saya Amirul Rizal, saaya bekerja di toko Ar Royah sejak saya masih nyatri sebagai hadam bapak K.H.Tobibuddin pada saat itu saya berumur 16 tahun setelah saya lulus saya melamar di berbagai tempat tapi pada akhirnya saya tidak diterima dan akhirnya saya mengunjungi K.H.Tobibuddin beliau mengatakan kalau ingin bekerja di toko saya silahkan tapi disini gajinya tidak sama dengan toko lainnya saya langsung menerimannya. Saya bekerja sama bapak .KH.Tobibuddin pada tahun 2015 sekitar 9 tahun saya bekerja dengan K.H. Tobibuddin, beliau orang yang tabah, sabar, baik tidak pernah marah meskipun para santri dan para karyawan disini membuat ulah. Saya bekerja di toko Ar Royah bersama teman saya dan senior saya. Toko Ar Royah semakin tahun semakin maju, semakin banyak pengunjung. Meskipun begitu toko Ar Royah juga punya kekurangan kendala salah satunya kurangnya tempat, dan juga kurangnya tenaga. Setiap bulan bibit selalu tambah hingga terkadang tidak ada tempat untuk bibit selanjutnya. Kurangnya tenaga ya terkadang saya sama teman dan senior saya kewalahan kalau sudah banyak para pengunjung atau para konsumen yang membeli ikan koi apalagi kalau sudah kebetrok dengan pemisahan bibit (burayak) di mana itu membutuhkan tenaga banayak, karna pemisahan bibit itu bukan hanya 300 tapi bisa 3000an lebih.”<sup>80</sup>

### 3. Solusi dalam Mengatasi Pemasaran dan Persaingan Usaha Ikan Koi oleh Toko Ar Royah

<sup>79</sup> Hasil Wawancara bersama Bapak H.Tobibuddin selaku Pemilik Toko Ar Royah 11 Januari 2023 09.30 WIB.

<sup>80</sup> Hasil Wawancara berasama Bapak Amirul Rizal selaku karyawan Toko Ar Royah 11 Januari 2023 11: 00 WIB

Dalam masalah tentunya pasti ada solusi untuk mengatasinya, begitupun dengan toko budidaya ikan koi toko Ar Royah di mana disampaikan langsung oleh bapak H.Tobibibuddin selaku pemilik toko Ar Royah:

“toko kami dalam mengatasi masalah tentunya pertama saya bermusyawarah terlebih dahulu membicarakan kendala-kendala yang ada di toko kami setelah itu kami mencari solusi, tadi saya sudah jelaskan kendala-kendala yang ada ditoko kami pertama masalah pengiriman yang jauh atau di luar kota jember solusi toko kami waktu itu menggunakan gojek atau para karyawan yang ada di toko kami mengantarkan kerumahnya tapi harga ini lebih mahal sedikit kalau hanya lumajang bondowoso mungkin biayanya hanya 20 ribu rupiah tapi untuk ke banyuwangi, situbondo, bahkan ke malang mungkin sekitar 50an ke atas. Semenjak di toko kami sudah ada pengelompokan untuk luar kota Jember jadi bisa menggunakan pengelompokan jika ingin dikirim ke alamat tuju, jadi kami tidak perlu bingung untuk pengiriman yang ada di luar kota jember. selanjutnya kendala kurangnya tempat buat yang bibit yang baru di pisah ini yang sulit banget untuk cari solusi bahkan terkadang kami bingung kalau sudah pada hamil karna tidak ada tempat untuk bibitan solusi sampingan toko kami menyewa sawah yang sudah panen tapi hanya merugikan toko kami kadang saya menumpang pada tetangga yang punya sawah yang ditanam padi yang masih basah. Adanya kendala ditoko kami bukan membuat saya putus asa atau membuat saya kehilangan semangat justru saya tambah semangat mungkin adanya masalah ditoko kami ada yang tersembunyi hikmahnya”.<sup>81</sup>

Bericara masalah kendala dan solusi juga disampaikan oleh Madlubi Tobibuddin pemilik toko Ar Royah mengatakan:

“ mungkin sama bapak H.Tobibuddin sudah di jelaskan kendala dan solusinya, disini saya hanya ingin menyampaikan sedikit tentang kendala dan solusi, kendala yang sering terjadi pada toko kami ialah kurangnya tempat untuk bibit yang baru melahirkan, karena bukan sembarangan tempat untuk dijadikan tempat singgah buat bibit, di mana harus luas, dan tidak ada bocoran sedikitpun, bocor sedikit aja akan banyak ikan koi yang keluar atau kabur ketempat lain. Apalagi ketika mau membuahkan bibit baru harus butuh tempat yang khusus karena tempat nyaman bisa membuat ikan jadi leluasa untuk menghasilkan produk yang baru, disini terkadang toko kami kesulitan jika ada pemesanan bibitan yang baru memang toko kami mempunyai solusi tapi hanya membuat toko kami rugi. Jadi kendala-kendala yang ada di toko kami masih belum menemukan solusi yang pas untuk dijadikan solusi. Semoga nantinya toko kami bisa menemukan solusi agar bisa menampung ikan-ikan koi yang ada di toko kami.”<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Hasil Wawancara bersama Bapak H.Tobibuddin selaku Pemilik Toko Ar Royah 11 Januari 2023 10.30.

<sup>82</sup> Hasil Wawancara bersama Bapak Madlubi Tobibuddin selaku pemimpin Toko Ar Royah 11 Januari 2023 11.00.

### C. Pembahasan

Pembahasan ini akan diuraikan berdasarkan hasil penelitian mengenai permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Ikan Koi di Toko Ar Royah di Desa Dawuhan Mangli Dalam Persepektif Ekonomi Islam. Strategi Pemasaran yang di terapkan toko Ar Royah dalam menghadapi Persaingan usaha Ikan Koi mengingat data yang diperoleh penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi telah dikumpulkan secara runtut dan umum sudah dapat digambarkan dalam poin-poin tertentu yang berhubungan dengan fokus permasalahan.

Setelah menyelesaikan tahap-tahap penelitian yang kemudian menghasilkan paparan data, terdapat strategi yang diterapkan Toko Ar Royah untuk dalam menghadapi persaingan dan kendala-kendala dalam menghadapi persaingan usaha ikan koi di toko Ar Royah. Menyadari berbagai kelemahan tersebut, toko Ar Royah yang selalu diminati para konsumen juga memiliki kendala-kendala. Toko Ar-Royah dalam menghadapi persaingan usaha ikan koi menggunakan beberapa strategi pemasaran dengan tujuan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis. Strategi tersebut meliputi:

1. Persaingan barang yang berkualitas dari ikan koi, kualitas ini menjadi salah satu pentingnya untuk usaha ikan koi karena jika kualitas rendah maka peminat juga semakin kurang. Jadi semaksimal mungkin beri yang terbaik buat pelanggan. Jika kualitas bagus maka banyak para pelanggan yang minat akan barangnya. Selanjutnya persaingan dalam harga, harga adalah suatu nilai pada barang atau produk yang di jual. Perbedaan harga pada beberap usaha merupakan hal yang wajar. Ada harga naik dan ada harga turun tergantung tujuan pengusahanya untuk memberikan harga pada suatu produknya atau barangnya. Selanjutnya persaingan pelayanan, pelayanan adalah upaya

yang dilakukan penjual dalam melayani konsumen dengan baik. Pelayanan yang baik kepada konsumen akan berdampak baik dan konsumen menjadi loyal. Terakhir persaingan promosi, di mana ini menjadi salah untuk menarik konsumen suka akan usaha kita. Mengenai penerapan pada toko Ar Royah alhamdulillah sudah mencapai apa yang peneniliti teliti bahkan dalam penerapannya toko Ar Royah banyak diminati oleh para toko lainnya contohnya dalam hal promosi di mana toko Ar Royah menggunakan pengelompokan yang terdiri 12/kelompok dan 12 ketua yang mana pengelompokan ini ada di setiap desa Dawuhan Mangli atau luar kota Jember.

2. Kendala dan solusi toko Ar Royah usaha ikan koi strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan yaitu kendalanya pengiriman langsung pada luar kota Jember, kurangnya tempat buat bibit yang baru melahirkan. Mengenai kendala-kendala pada toko Ar Royah masih kurang maksimal masih belum mempunyai solusi termasuk pemilik toko AR Royah sendiri ada solusi cuman hanya merugikan toko Ar Royah sendiri contoh dalam hal kurangnya tempat buat bibit di mana toko Ar Royah terkadang menyewa sawah pada tetangga atau saudara di mana dalam penyewaan sawah dalam jangka 1 6 bulannya bisa dibuat untuk membeli pakan ikan pada indukan.