

**STRATEGI BUDIDAYA IKAN KOI
DALAM MENGEMBANGKAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT MUSLIM DI DESA SUMBER KEMUNING
KECAMATAN TAMANAN KABUPATEN BONDOWOSO**

SKIRPSI

Telah di uji dan di terima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi Ekonomi Syariah



Oleh:

Muhamad Lukman Hakim
NIM: 203105020003

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2024**

**STRATEGI BUDIDAYA IKAN KOI
DALAM MENGEMBANGKAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT MUSLIM DI DESA SUMBER KEMUNING
KECAMATAN TAMANAN KABUPATEN BONDOWOSO**

SKIRPSI

Di ajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Muhamad Lukman Hakim

NIM: 203105020003

Di Setujui Pembimbing



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

**STRATEGI BUDIDAYA IKAN KOI
DALAM MENGEMBANGKAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT MUSLIM DI DESA SUMBER KEMUNING
KECAMATAN TAMANAN KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Telah di uji dan di terima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi Ekonomi Syariah

Hari: Senin
Tanggal: 18 November 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Amiatus Zahriah, S.E., M.Si
NIP. 198907232019032012


Wildan Khisbullah Suhma, M.Akun., M.Ak
NUP: 202109194

Anggota:

1. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA. (
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.


(

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP196812261996031001

MOTTO

وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْصُصْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

“Berlakulah wajar dalam berjalan dan lembutkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.” (Q.S Al-luqman 19)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”. (Q.S Al-Baqarah 275)

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil, tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna”

(Bapak Ibu Tercinta)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbil alamin segala puji dan rahmat yang telah Allah SWT limpahkan kepada penulis, sehingga saya mampu menyelesaikan karya tulis ini. Karya tulis ini saya persembahkan sebagai tanda bukti cinta dan sayang yang tiada tara. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu saya Samaina yang saya hormati dan saya sayangi, yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang serta semangat dan suport saya untuk mencapai tujuan yang saya inginkan yaitu gelar sarjana.
2. Bapak saya Sukandar berkat kerja kerasnya untuk membiayai saya dalam pendidikan ini, doa dan dukungan darinya tentu menjadi motivasi bagi saya untuk terus melangkah untuk meraih gelar sarjana. Mereka berdua bagi saya adalah surga. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, rizki, panjang umur bagi mereka berdua aminn.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu Afton, Andre, Fadol dan Danil yang selalu ada dikala senang maupun susah.
4. Untuk pasangan saya Dwi oktavia kurnia ramadlani yang telah mensupport dan mendukung saya terimakasih selalu ada untukku.
5. Keluarga besar Ekonomi Syariah 1 angkatan 2020.
6. Saudara-saudara saya di UKOR Uin Khas Jember.
7. Seluruh Almamater Uin Khas Jember tercinta.

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur peneliti sampaikan kepada Allah SWT atas kenikmatannya berupa nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga peneliti dapat membuat proposal skripsi ini samapai selesai.

Tentunya kesuksesan peneliti dalam membuat proposal skripsi ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak. oleh karna itu , peneliti menyampaikan terimakasih yang sedalam dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni,S.Ag.,MM.,CPEM Selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah ,M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. Selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
5. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Segenap Dosen Yang Telah Memberikan Ilmu Kepada Peneliti Sebagai Bekal Ilmu Hidup Di Dunia Dan Akhirat.
7. Semua Pihak Yang Telah Membantu Atas terselesaikannya Skripsi Ini.

Peneliti menyadari penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun semangat peneliti demi eksempurnaan penelitian ini. Semoga segala amal yang telah Bapak/Ibu berikan mendapatkan balasan yang lebih baik adari Allah STW,Amin.

Jember, 13 Oktober 2024

Muhamad Lukman Hakim
Nim 203105020003

ABSTRAK

Muhamad Lukman Hakim, 2024 : *Strategi Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso*

Kata Kunci : Strategi Budidaya, Ikan Koi, Pengembangan Perekonomian

Usaha budidaya ikan koi salah satu peran penting dalam mengembangkan perekonomian masyarakat. Keberadaan usaha budidaya ikan koi telah berhasil berkontribusi pada pengembangan perekonomian masyarakat, hal ini terjadi karena usaha budidaya ikan koi memberikan sumber pendapatan bagi pemilik usaha maupun masyarakat sekitar.

Fokus masalah dalam penelitian skripsi ini adalah : (1) Bagaimana strategi pengembangan produk budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim Desa Sumber Kemuning. (2) Bagaimana strategi pemasaran budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim Desa Sumber Kemuning.

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk menggambarkan strategi pengembangan produk budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim Desa Sumber Kemuning. (2) Untuk menggambarkan strategi pemasaran usaha budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim Desa Sumber Kemuning.

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian yaitu deskriptif, Lokasi penelitian di tempat usaha budidaya ikan koi Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso. Penentuan subjek penelitian menggunakan purposive sampling, Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif pasif, wawancara mendalam, dan teknik dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis data kualitatif yang dimana proses memilih, memilah dan mengorganisasikan data yang terkumpul dari catatan lapangan, hasil observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, Sedangkan untuk memeriksa keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian ini adalah : (1) strategi pengembangan produk yang diterapkan pada usaha budidaya ikan koi yaitu kualitas produk dimana dengan strategi ini dapat meningkatkan juga pendapatan, dan juga pengembangan varietas baru untuk menciptakan produk baru yang lebih menarik dan berkualitas. (2) strategi pemasaran pada usaha budidaya ikan koi yaitu segmentasi pasar, penetapan harga berdasarkan kualitas dan juga strategi promosi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN BIMBINGAN	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGAMTAR	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II PEMBAHASAN	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kajian Teori	25
1. Manajemen Pemasaran.....	25
2. Strategi Pengembangan Usaha	32
3. Strategi Pemasaran.....	37
4. Budidaya Ikan.....	40
5. Pengembangan Perekonomian Masyarakat Muslim	41
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	46

B. Lokasi Penelitian.....	47
C. Subjek Penelitian.....	47
D. Teknik pengumpulan data.....	48
E. Analisis Data.....	51
F. Keabsahan Data.....	55
G. Tahap-tahap Penelitian	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	58
A. Gambaran Obyek Penelitian	58
B. Penyajian Data Dan Analisis	61
1. Strategi Pengembangan Produk Usaha Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning	61
2. Strategi Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning	69
C. Pembahasan dan temuan.....	74
1. Pengembangan Produk Usaha Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning	74
2. Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning.....	76
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Produksi Budidaya Ikan	7
Tabel 2.1 Hasil Persamaan Dan Perbedaan Peneliti Terdahulu.	21
Tabel 4.1 Batas Desa Sumber Kemuning, kecamatan tamanan.	59
Tabel 2.2 Struktur Organisasi	60



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Kabupaten Bondowoso.....	51
Gambar 4.2 Lokasi Usaha Budidaya Ikan Koi.....	60
Gambar 4.3 Jenis-jenis ikan koi	63
Gambar 4.4 Tempat Kolam Pengembangakan Ikan Koi	65
Gambar 4.5 Proses Kawin Silang Jenis Ikan Koi Showa dan Shiro.....	67



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB 1

PENDAHULUAN

A. KONTEK PENELITIAN

Strategi merupakan suatu garis besar haluan yang di jadikan pedoman dalam bertindak untuk mencapai target yang telah ditentukan. Definisi lain strategi adalah rencana aksi yang akan diambil untuk mencapai keunggulan dalam suatu aktivitas yang di dalamnya terdapat rencana yang cermat dan efektif. Strategi mempengaruhi kegiatan usaha atau organisasi karena bersifat jangka panjang, paling lama berjangka lima tahun.¹

Salah satu keanekaragaman hayati yang di miliki Indonesia dan patut di banggakan adalah keragaman spesies ikan hias air tawar. Ikan hias air tawar di perkirakan sekitar 400 spesies dari 1.100 spesies ikan hias yang ada di seluruh dunia. Salah satu komoditas ikan hias air tawar introduksi yang sampai saat ini masih menjadi primadona di pasar internasional dan merupakan ikan hias kelompok mahal, serta fluktuasi di pasaranpun relatif stabil adalah ikan koi (*Cyprinus carpio*). Ikan hias koi merupakan salah satu ikan hias yang banyak diminati karena keindahan bentuk badan serta warnanya, dan di percaya membawa keuntungan oleh para pecinta koi di Indonesia. Jenis ikan koi yang memiliki harga cukup baik dan stabil di pasar dunia yaitu Kohaku, Taisho, Sanshoku, Showa, Shiro, Utsuri, Shusui, Asagi,

¹ Abdul Hfiz Ihza Mahendra, Asnawi, "Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Gantra Betta Fish Tulungagung Dalam Perspektif SWOT Dan BMC", *Jurnal Riset Ekonomi* Vol,1 No.4(2022):324, <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.749>.

Goromo, Goshiki, Bekko, Tancho, Kinginrin, dan Kawarimono.² Sektor perikanan tidak hanya untuk memenuhi gizi manusia, tetapi juga sebagai ladang untuk mencari rizki, untuk memperbaiki perekonomian keluarga. Seperti yang diterangkan ayat berikut ini:

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلْكَ
مَوَاحِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ □ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ۙ ١٤

Terjemahan: “Dan Dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan dari padanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur..” (QS. An-Nahl: 14).³

Indonesia adalah negara dengan berbagai macam pulau yang terbentang dari sabang sampai merauke, yang memiliki sumber daya alam melimpah baik di darat maupun di laut. Berbagai potensi yang di hasilkan oleh sektornya dapat menunjang pendapatan negara, seperti sektor pertanian, perikanan, industri, pariwisata dan sebagainya. Indonesia merupakan Negara maritim yang beriklim tropis, sehingga pengelolaan sumber daya pada sektor perikanan sangat berdampak bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Sektor ini besar sumbangsuhnya pada sumber penghidupan manusia, berkontribusi mengurangi tingkat pengangguran serta meningkatkan pendapatan individu maupun pendapatan rumah tangga sebagai kesejahteraan masyarakat. Kegiatan sektor perikanan berhubungan dengan pengelolaan

digilib.uinkhas.ac.id ² Eni Kusriani, Sawung Cindelaras, "Pengembangan Budidaya Ikan Koi (Ciprynus Carpio) Lokal Di Balai Penelitian Dan Pengembangan Budidaya Ikan Hias Depok," *Media Akuakultur* Vol. 10 No. 2 (2015), 71-78.

³ Al-Qur'an dan Terjemah, Kementerian Agama

dana dalam pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungan produksi, pengelolaan sampai pemasaran dalam bisnis perikanan. Sektor ini sebagai sektor unggulan dari bagian pembangunan ekonomi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.⁴

Perikanan merupakan salah satu sub sistem agribisnis yang mempunyai potensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peranan sektor perikanan dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia bahan baku pendorong agroindustri, peningkatan devisa melalui penyediaan ekspor hasil perikanan, penyedia kesempatan kerja, peningkatan pendapatan nelayan atau pembudidaya ikan dan pembangunan daerah, serta peningkatan kelestarian sumberdaya perikanan dan lingkungan hidup.

Ikan hias koi merupakan salah satu jenis ikan hias yang besar peminatnya. Ikan hias koi yang memiliki nama latin *Cyprinus carpio* merupakan jenis ikan air tawar yang besar peminatnya. Banyak pecinta ikan hias yang menggandrungi ikan hias ini. Ikan hias koi ini merupakan jenis ikan dari kawasan benua Amerika Tengah dan Amerika Selatan. Di pasaran ikan hias koi ini memang sangat populer dan penggemarnya terbilang tinggi.⁵

Ikan Koi (*Cyprinus Carpio L.*) merupakan ikan hias air tawar yang berasal dari Jepang. Ikan koi mulai dikembangkan di Jepang pada abad

digilib.uinkhas.ac.id ⁴ Mohammad Iqbal Rasyid Dwi Saputra, "Upaya Pemberdayaan Masyarakat Muslim Dalam Peningkatan Pendapatan Melalui Budidaya Ikan Koi" (Skripsi, UIN Walisongo Semarang 2021).

⁵ Syariful Akhyar Pasirabu, "Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Hias Koi (*Cyprinus Carpio*) di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin", (Skripsi, UMSU, 2020).1-2

17 dengan nama “Nishikigoi” yang berarti ikan yang beragam warna. Keindahan ikan koi terletak pada punggungnya yang memiliki warna dan pola yang unik dan memiliki kurang lebih 100 macam tipe warna. Sedangkan masuk ke Indonesia di perkirakan tahun 1981-1982 di bawa oleh Hany Moniaga yang tinggal di Cipanas, Cianjur, Jawa Barat, ia kemudian mengembangkan peternakan koi yang diberi nama leon dan leonny. Koi pertama panjangnya 90-100 cm, berumur 50-75 tahun. Sejak itulah Koi populer di Indonesia dan belakangan menjadi buruan hobi hingga saat ini.⁶

Budidaya ikan koi salah satu peran penting dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberadaan usaha budidaya ikan koi telah berhasil berkontribusi pada peningkatan tingkat ekonomi di masyarakat. Hal ini terjadi karena usaha budidaya ikan koi memberikan sumber pendapatn bagi pemilik usaha maupun warga sekitar . Selain itu usaha budidaya ikan koi juga berdampak positif dengan memberikan peluang pekerjaan kepada masyarakat setempat. Budidaya ikan koi ini merupakan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan roduktivitas perairan terutama dalam hal budidaya ikan air tawar dimana budidaya ikan air tawar diyakini dapat mengatasi permasalahan kekurangan ikan di masyarakat.⁷

Ikan koi memiliki nilai jual yang tinggi, terutama bagi ikan dengan kualitas warna dan bentuk yang istimewa. Hal ini membuat budidaya ikan koi

⁶ Mohamad Harun. “Pengaruh Pemberian Pakan Alami *Tubifex sp*, *miona sp*, dan Jentik Nyamuk, Terhadap Pertumbuhan Benih Ikan Koi (*Cyprinus Carpio*) 2016.

⁷ Muhammmad Fahrul Aziz, Amanullah, Maria, Agatha Sri, W.H.”Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Doroampel Kecamatan Sumbergempol kabupaten tulungagung tahun 2024,” *Jurnal ilmiah multidiscipline* volume 2,no.1,(2024):462-467, <https://doi.org/10.5281/zenodo.10580292>.

menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Pasar ikan koi terus berkembang, tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga di pasar internasional. Permintaan yang tinggi menciptakan peluang bagi petani ikan koi untuk memasarkan produk mereka secara luas. Budidaya ikan koi juga memungkinkan para petani untuk mengembangkan kreativitas dalam pemasaran. Mereka dapat menciptakan ikan koi dengan pola unik atau warna langka, yang bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi. meskipun sedikit orang yang membudidayakan ikan koi namun budidaya ikan koi ini masih populer di kalangan masyarakat terutama di kalangan peminat ikan koi yang sudah menjadi hobi dan juga pembeli yang berkecimpung dalam pemeliharaan dan pemasaran ikan koi.⁸

Keberadaan budidaya ikan koi di desa Sumber Kemuning ini sangat berdampak pada masyarakat. Dengan banyaknya petani budidaya ikan koi banyak masyarakat sekitar ikut menjadi pekerja di budidaya ikan koi tersebut. Sehingga terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah individu maupun kelompok yang terlibat dalam usaha budidaya ikan koi di Desa Sumber Kemuning ini. Hal ini menciptakan peluang kerja lokal dan kontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat. Di Desa Sumber Kemuning ini dalam budidaya ikan koi bertujuan untuk menghilangkan kejenuhan anak muda di Desa Sumber Kemuning dan juga mengurangi pengangguran sehingga memberikan peluang usaha di Desa Sumber Kemuning. Budidaya ini juga usaha yang menjanjikan karena peminat ikan koi sangat banyak mulai dari anak kecil hingga orang dewasa yang tertarik dengan keindahan warnanya yg

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸ Moh.Ulimta Rusda,Citra Mulya Sari, "Upaya peningkatan perekonomian masyarakat melalui budidaya ikan koi di Desa Kemloko Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar"*e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* 11,No 1 Januari 2023:83-93.

menghipnotis mata untuk memilikinya di jadikan hiasan atau ikan kontes. Dalam melakukan jual beli ikan koi mereka melakukan dengan strategi melalui medsos, seperti WhatsApp, Facebook atau juga konsumen langsung datang secara langsung untuk melihat secara langsung dan juga melakukan negosiasi agar kedua belah pihak sama sama menguntungkan. Selain dengan metode penjualan online didesa sumber kemuning ini juga memiliki jaringan yang luas dari berbagai daerah atau kota sehingga banyak orang yang tertarik untuk membeli ikan hasil budidaya tersebut. Budidaya ikan koi di Desa Sumber Kemuning ini dapat memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat Desa Sumber Kemuning diantaranya dengan menerapkan teknik budidaya yang baik dan perawatan yang tepat harga jual ikan koi bisa meningkat secara signifikan dan juga dapat memberikan peluang peningkatan pendapatan bagi petani atau pengusaha ikan koi.⁹

Selain di desa Sumber Kemuning juga terdapat usaha yang sama di desa Randucangkring Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso. Di mana usaha tersebut sudah berjalan hampir 6 tahun dan sudah memiliki cabang di beberapa desa di Kabupaten Bondowoso. Usaha budidaya ikan koi di Randucangkring mengalami peningkatan yang signifikan sehingga para pecinta ikan koi dari berbagai kota bahkan diluar Provinsi tertarik untuk membeli bibit atau ikan koi yg sudah dewasa untuk dijadikan usaha atau kontes. Ikan koi di Desa Randucangkring ini sudah beberapa kali memenangkan kontes ikan koi di beberapa daerah dan membuktikan bahwa

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹ Beri, pemilik usaha budidaya ikan koi, wawancara oleh penulis, Bondowoso, 28 November 2023.

ikan koi yang berada di Desa Randucangkring merupakan ikan yang berkualitas dan dapat bersaing dengan pembudidaya ikan koi lainnya.¹⁰

Tabel 1.1

Produksi Ikan menurut Kecamatan dan Jenis Perairan Kabupaten Bondowoso, 2018

Fish Production by Kind of Waters and Sub District Bondowoso Regency, 2018

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Jenis Perairan/ Kind of Waters			Jumlah <i>Total</i>
	Budidaya <i>Inland Fishery</i>	Perairan Umum <i>Open Water</i>	Lahan Bebas <i>Free Land</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1 Maesan	66 821	13 543	2 412	82 776
2 Grujugan	37 269	15 874	2 134	55 277
3 Tamanan	46 065	8 398	5 655	60 118
4 Jambesari DS	64 877	0	402	65 279
5 P u j e r	29 860	14 487	-	44 347
6 Tlogosari	26 566	4 569	2 896	34 031
7 Sukosari	47 332	0	-	47 332
8 Sbr wringin	14 700	0	10 150	24 850
9 Tapen	10 841	49 586	35 086	95 513
10 Wonosari	93 140	2 586	578	96 304
11 Tenggarang	119 927	7 564	2 413	129 904
12 Bondowoso	116 281	8 145	2 546	126 972
13 Curahdami	71 065	0	3 724	74 789
14 Binakal	17 129	0	3 015	20 144
15 Pakem	11 108	0	180	11 288
16 Wringin	16 041	5 638	1 875	23 554
17 Tegalampel	22 165	3 875	550	26 590
18 Taman Krocok	5 674	2 895	425	8 994
19 Klabang	46 819	1 285	516	48 620
20 Botolinggo	9 920	10 764	3 945	24 629
21 Sempol	6 890	0	-	6 890
22 Prajekan	25 115	7 468	4 876	37 459
23 Cermee	24 127	7 744	4 601	36 472
Bondowoso	929 732	164 421	87 979	1 182 132
2018	916 904	152 512	87 673	1 157 089

Sumber: Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan Kabupaten Bondowoso

Source: Food and Fisheries Security Service of Bondowoso Regency

Sumber Data: BPS Kabupaten Bondowoso

¹⁰ Juri, di wawancara oleh penulis, Bondowoso, 30 November 2023.

Dari data di atas dapat di lihat bahwasanya Kecamatan Tamanan memiliki data budidaya produksi ikan yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah, namun berada di tengah-tengah, dengan kata lain Kecamatan Tamanan memiliki keunikan dari segi pembudidayaan yakni tingkat suhu yang normal (tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin) sehingga tingkat kematian pada budidaya ikan relative kecil. Selain itu keunikan lainnya yaitu pada pembuatan kolam dengan memanfaatkan lahan yang kosong dengan menggunakan molsa.

Di Kecamatan Tamanan terdapat beberapa Desa yakni Desa Sumber Kemuning, Tamanan, Sumber anom, dan Kalianyar. Terdapat 5 budidaya ikan koi yakni Hasyim Family, Danau Damen Akuakultur, Koi Tamanan, Bheri Koi Bondowoso, Galaxy Koi Bondowoso. Usaha yang ingin di teliti oleh penulis yaitu usaha budidaya Bhery Koi dimana usaha yang sudah berjalan sejak tahun 2021. Hal yang menarik dari usaha budidaya ikan koi tersebut yaitu pembuatan filter air yang menggunakan cangkang kerang dan juga jaring bekas untuk menyaring kotoran sehingga hasil air jernih. Dengan cara ini pemilik budidyaya ikan koi mampu menghemat biaya pembuatan filter air.

Meskipun usaha yang di jalani masih bisa dikatakan baru, tetapi usaha yang dijalankan membuahkan hasil. Dimana dengan adanya budidaya ikan koi banyak masyarakat yang tertarik juga untuk melakukan budidaya tersebut dan juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar sehingga berdampak positif bagi masyarakat .

Dari latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam, oleh karena itu peneliti mengambil judul tentang **“STRATEGI BUDIDAYA IKAN KOI DALAM MENGEMBANGKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT MUSLIM DI DESA SUMBER KEMUNING KECAMATAN TAMANAN KABUPATEN BONDOWOSO ”**.

B. FOKUS PENELITIAN

1. Bagaimana strategi pengembangan produk budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning?
2. Bagaimana strategi pemasaran budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menggambarkan strategi pengembangam produk budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning.
2. Untuk menggambarkan startegi pemasaran budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Mendapat gambaran yang jelas tentang strategi budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian bagi masyarakat muslim khususnya di Desa Sumber kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.

2. Sebagai informasi bagi peneliti mengenai ilmu pengetahuan tentang strategi budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim di Desa Sumber kemuning kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.
3. Dapat bermanfaat untuk dijadikan acuan referensi selanjutnya.

E. DEFINISI ISTILAH

Definisi istilah berisi tentang pengertian-pengertian penting yang menjadi titik penelitian peneliti dan judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti, Adapun istilah-istilah penting dalam judul penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi Budidaya Ikan Koi

Strategi budidaya ikan koi adalah serangkaian pendekatan, metode, dan teknik yang direncanakan secara sistematis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam produksi budidaya ikan koi. Strategi budidaya ini bertujuan untuk menghasilkan ikan koi dengan kulit bagus, dan tentunya dari segi bentuk, pola, warna dan corak pada tubuh ikan koi.

Strategi budidaya ikan koi yang di gunakan dalam penelitian ini terdapat beberapa strategi yaitu strategi pengembangan usaha, strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, dan strategi pemasaran.

2. Budidaya ikan

Budidaya ikan merupakan proses pengelolaan ikan dan pemeliharaan ikan dalam lingkungan yang terkendali untuk tujuan meningkatkan populasi, produksi, dan serta kualitas ikan tersebut. Budidaya ikan dapat dilakukan di berbagai media seperti kolam tanah, tambak, keramba, jaring apung, serta sistem akuakultur insentif dalam ruangan. Selain untuk meningkatkan produksi, budidaya ikan juga bertujuan untuk menjaga kehausan sumber daya perikanan dan memenuhi kebutuhan pasar ikan baik secara lokal maupun internasional.

3. Pengembangan Perekonomian Masyarakat Muslim

Pengembangan perekonomian masyarakat Muslim merupakan upaya dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah dan memafaatkan sumberdaya yang ada secara optimal. Pengembangan perekonomian masyarakat Muslim ini menekankan kepatuhan terhadap hukum Islam termasuk larangan riba, gharar, dan investasi pada hal-hal yang haram.

Dari definisi istilah di atas maka yang di maksud dengan judul ini membahas tentang pengembangan perekonomian masyarakat Muslim dengan strategi-strategi budidaya ikan koi yang dimana mencakup strategi pengembangan produk dan strategi pemasaran. Dari strategi-strategi tersebut untuk dapat mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim harus menekankan prinsip-prinsip syariah terhadap hukum Islam.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam karya ilmiah yang berjudul “Strategi budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim di Desa Sumber Kemuning Kerajan Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso” ini bersisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian, untuk mempermudah pembahas dan penulis skripsi ini terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi gambaran umum mengenai isis penelitian yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah serta sistematika pembahasan yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menyusun skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori yang berhubungan dengan variabel penelitian dan di ambil dari beberapa kutipan (skripsi, jurnal) berupa teori-teori budidaya perikanan. Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, penyajian fakta dan data penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang mencakup langkah-langkah yang di ambil untuk mengumpulkan data, teknik analisis data yang digunakan serta alasan dibalik pemilihan metode tersebut.

Mencakup penejelasan tentang penelitian pendekatan dan jenis penelitian,

lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Pad bab ini bersisian pembahasan tentang deskripsi analisis data penelitian yang sudah terorganisasikan meliputi bagaimana strategi budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian ini mengenai strategi budidaya ikan ko dalam mengembangkan perekonomian masyarakat musim di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso, beserta saran-saran atau rekomendasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Muhammad Fahrul Aziz Amanulloh , Maria Agatha Sri W. H. Pada tahun (2024). “Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Doroampel Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung Tahun 2024”. Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan deskriptif kualitatif dan hasil penelitiannya yaitu keberadaan usaha budidaya ikan air tawar telah berhasil berkontribusi pada peningkatan tingkat ekonomi di masyarakat. Hal ini terjadi karena usaha budidaya ikan air tawar memberikan sumber pendapatan baik bagi pemilik usaha maupun warga sekitar. Selain itu, kehadiran usaha ini juga berdampak positif dengan memberikan peluang pekerjaan kepada masyarakat setempat, yang pada gilirannya berkontribusi pada perbaikan ekonomi mereka. Usaha budidaya ikan air tawar tidak hanya menyediakan penghasilan bagi pemiliknya, melainkan juga menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat memberikan manfaat signifikan terhadap kehidupan ekonomi masyarakat. Adanya pekerjaan yang dihasilkan oleh usaha ini secara efektif membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang sebelumnya mungkin menghadapi tantangan ketidakterediaan pekerjaan. Dengan adanya usaha budidaya ikan air tawar, masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan dapat diberdayakan melalui

partisipasi dalam kegiatan ini, sehingga mereka dapat memperoleh pendapatan yang dapat meningkatkan taraf ekonomi mereka.¹¹

2. Heri Purwanto, Edi Andriansyah, Deden Rizal, Bela Ardilla, Fitri Yani Sa'adah, Risma Siti Cahyani pada tahun (2023). "Peningkatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Budidaya Ikan Koi Sebagai Unggulan Desa Cibubuan Sumedang" Metode yang digunakan pada pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan dan praktek. Hasil dari penelitian ini yaitu Budidaya ikan Koi membutuhkan pengetahuan dan teknik yang tepat, termasuk mempersiapkan kolam dan kualitas air, pemberian pakan, dan pencegahan penyakit sehingga dibutuhkan perencanaan ekosistem yang dapat mengatasi tantangan berkaitan dengan kualitas lingkungan dan sistem kekebalan ikan, proses pemijahan (breeding), pemilihan bibit yang berkualitas, pengecekan pH dan suhu air untuk menjaga kondisi ideal kolam, pembesaran, perawatan ikan, penghitungan biaya, dan pra penjualan. Luaran yang diharapkan adalah mitra memahami secara komprehensif berkaitan dengan tata kelola dan tata niaga bisnis budidaya ikan Koi yang memenuhi persyaratan konsumen. Berdasarkan hasil analisis situasi, permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra, adalah belum memahami ilmu budidaya ikan hias Koi.¹²

¹¹ Muhammad Fahrul Aziz Amanulloh , Maria Agatha Sri W. H, "Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Doroampel Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung Tahun 2024", *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol 2, No 1, (2024),: 462-467 <https://doi.org/10.5281/zenodo.10580292>.

¹² Heri Purwanto, Edi Andriansyah, Deden Rizal, Bela Ardilla, Fitri Yani Sa'adah, Risma Siti Cahyani' " Peningkatan ekonomi masyarakat berbasis budidaya ikan koi sebagai unggulan Desa Cibubuan Sumedang", *Communnity Development Journal*, Vol.4 No. 4,(2023), 8913-8920,<https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.20018>

3. Nur Wijayanti pada tahun (2022) dengan judul “Pemberdayaan ‘Aisyiyah Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga Melalui Budidaya Ikan Dalam Ember” Dengan menggunakan metode penelitian pendekatan partisipatif yaitu pendekatan yang berorientasi kepada upaya peningkatan peran serta masyarakat secara langsung dalam berbagai proses dan pelaksanaan, Hasil pengabdian pada masyarakat menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan, wawasan dan keterampilan pimpinan dan anggota Ranting ‘Aisyiyah Donokerto I dalam budidaya ikan dalam ember. Hasil dari budikdamber dapat meningkatkan pemasukan kepada Ranting ‘Aisyiyah sehingga dapat di gunakan untuk mengembangkan misi dakwahnya. Program ini diharapkan dapat dikembangkan oleh para anggota Ranting ‘Aisyiyah Donokerto I lainnya sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga.¹³
4. Dadang Mashur pada tahun (2020) dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Budidaya Ikan Air Tawar di Kabupaten Pasaman” Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini adalah pemberdayaan masyarakat dalam budidaya ikan air tawar oleh pemerintah dan Kota Pasaman di nilai berhasil, meningkatkan produksi ikan air tawar dari 46.809 ton pada tahun 2013 menjadi 51.827 ton pada tahun 2018 dan meningkatkan produksi ikan. Masyarakat yang dulu berpenghasilan kurang dari Rp 10 juta kini meningkat menjadi Rp 25 juta dalam tiga bulan, menjadikan Kabupaten

¹³ Septi Nur Wijayanti, Agus Nugroho Setiawan, Prihati Yuniarlin, “Pemberdayaan ‘Aisyiyah Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga Melalui Budidaya Ikan Dalam Ember” *Jurnal Masyarakat Mandiri* ,vol 6 no 4 (2022).

Pasaman sebagai salah satu daerah budidaya ikan air tawar terbaik di Indonesia.¹⁴

5. Rachman Fadly Pangestu pada tahun (2020). “Kajian Aspek Ekonomi Masyarakat Dalam Pengembangan Budidaya Ikan Di Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara” Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif dan hasil penelitian ini yaitu Produksi yang telah diperhitungkan sebelum melakukan usaha budidaya tidak sesuai dengan produksi dari praktek budidaya. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, antara lain naiknya harga benih ikan, naiknya harga pakan, serta menurunnya harga ikan diwaktu panen. Produksi budidaya ikan yang ada di Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur fluktuatif dalam tiap tahunnya. Hal ini dikarenakan banyak pembudidaya yang tidak konsekuen dalam menjalankan usaha budidayanya khususnya dalam hal pengadaan modal untuk budidaya. Pada usaha pembesaran ikan dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang berhubungan dengan kolam daratan, dan yang yang berbasis air. Kelompok pertama antara lain terdiri dari kolam air tenang, kolam air deras, kolam/tambak, bak, akuarium dan tangki. Sedangkan kelompok ke dua terdiri dari jaring apung, jaring tancap, karamba, dan kombongan.¹⁵

¹⁴ Dadang Mashur, Fadel M. Azhari, & Putri Zahira..”Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Budidaya Ikan Air Tawar Di Kabupaten Pasaman” *Jurnal Niara*, 13,no 1 (2020),: 172-179. <https://doi.org/10.31849/niara.v13i1.3969>

¹⁵ Rachman Fadly Pangestu, “*Kajian Aspek Ekonomi Masyarakat Dalam Pengembangan Budidaya Ikan Di Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara*”, (Skripsi Univeritas Pancasila Tegal 2020).

6. Ayuni Dwi Putri, Khadijah Nurani pada tahun (2023). “Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Nila Di Danau Maninjau Nagari Tanjung Sani Kabupaten Agam” Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dan hasil penelitian ini yaitu Pendapatan dan tingkat kemajuan ekonomi yang di rasakan oleh masyarakat yang membudidayakan ikan niladisini mengalami perubahan yang positif atau lebih baik. Karena hasil dari budidaya ikan niladapat memenuhi kekurangan kebutuhan ekonomi rumah tangga. Selain itu tingkat kemajuan ekonomi yang juga dirasakan tidak hanya oleh pelaku budidaya ikan nila namun juga masyarakat sekitar yang tidak ikut serta dalam kegiatan budidaya namun bisa ikut membantu dalam proses budidaya, dengan kata lain membuka lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran.¹⁶
7. Yaumil Hadi, (2023) Strategi pengembangan usaha budidaya ikan gurame dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa pesanggrahan Kec. Montong Gading Lombok Timur. Hasil penelitian ini potensi yang harus di kembangkan dalam pedesaan terbilang cukup banyak dan luas untuk di jadikan sebagai lahan pertanian maupun kolam ikan dengan tanah yang luas untuk budidaya ikan Gurami. Desa Pesanggraha terkenal dengan daerah yang subur sehingga selain di bidang pertanian usaha budidaya ikan Gurami sangat baik dijadikan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan masyarakat sekitar dan juga budidaya ikan Gurame di Desa

¹⁶ Ayuni Dwi Putri, Khadijah Nurani. “Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Nila Di Danau Maninjau Nagari Tanjung Sani Kabupaten Agam” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1No.6,November(2023),833-844, <https://j-economics.my.id/index.php/home/index>.

Pesanggrahan memiliki kualitas hasil panen yang baik karena selalu melakukan pemeliharaan yang baik dari pemberian pakan setiap pagi dan sore, perawatan kolam secara teratur dan pemilihan benih ikan yang bagus maka akan menghasilkan hasil panen ikan yang berkualitas baik. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif.¹⁷

8. Andra Rejekining Rahayu pada tahun (2024). “Manajemen Strategi Usaha Perikanan Budaya Ikan Hias Berbasis Komoditas Unggulan Di Kabupaten Tulungagung”. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dan hasil penelitian ini yaitu sektor perikanan di Kabupaten Tulungagung masuk ke dalam klasifikasi sektor potensial atau berkembang secara cepat singga dapat berpotensi untuk di kembangkan. Didapatkan tujuh komoditas unggulan ikan hias yang menjadi andalan ekspor keluar daerah yakni Gupi, Koki, Lemon, Manfish, Merble, Moli dan Red fin. Yang secara spesifik perlu dikembangkan.¹⁸
9. Hayatul Ismi (2022). Strategi peningkatan usaha pemasaran ikan hasil budidaya keramba jaring apung masyarakat desa kampung panjang. Hasil dari penelitian ini Salah satu permasalahan dalam melakukan budidaya ikan di keramba adalah permasalahan dalam bidang pemasaran hasil produksi. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem. pada sistem pemasaran ikan nelayan

¹⁷ Yaumil Hadi, *Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurame Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pesanggrahan kec. Montong Gading Lombok Timur*, (Skripsi, UIN Mataram, 2023).

¹⁸ Andra Rejekining Rahayu pada tahun 2024. “Manajemen Strategi Usaha Perikanan Budaya Ikan Hias Berbasis Komoditas Unggulan Di Kabupaten Tulungagung”, *Jurnal Agribisnis*, Vol, 24, No 1 (2024), 326-332, <https://doi.org/10.32503/agribisnis.v24i2.5877>.

skala kecil lebih di dominasi pedagang pengumpul dan yang paling dominan menentukan harga ikan adalah pedagang pengumpul. Bahkan pada waktu hasil tangkapan nelayan melimpah, pelaku usaha (tauke) memanfaatkan tersebut untuk menekan harga bagi pihak nelayan. Tauke akan menjual ikan tersebut dengan harga yang jauh lebih mahal daripada harga beli. Pembagian lingkaran masyarakat ini di dasarkan pada kepemilikan dan banyaknya hubungan mereka yang terhubung pada lokasi, pemasaran dan pedagang pasar yang di awasi bayangan ikan juragan/pelaku usaha (tauke). Seiring waktu strategi pemasaran ikan dari hasil Keramba Jaring Apung (KJA) di Sungai Kampar yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menjual hasil dari budidaya ikannya, pelaku usaha telah dibekali ilmu dan praktik mengenai bagaimana cara memasarkan produknya secara online salah satunya yaitu facebook. Di mana peran facebook sangat memudahkan dalam proses pemasaran dan lebih banyak dikenal masyarakat¹⁹ dan mampu meningkatkan penjualan.¹⁹

10. Moh.Ulimta Rusda, Citra Mulya Sari (2023). Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Koi Di Desa Kemloko Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar. Hasil penelitian Pada tahun 2014 berawal dari kesepakatan beberapa warga desa Kemloko yang bersepakat untuk memulai usaha budidaya ikan dan seiring berkembangnya minat akhirnya diputuskan untuk membentuk kelompok budidaya ikan yang diberi nama Kelompok Budidaya Ikan Kelud Koi. Terdiri dari 10 anggota

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁹ Hayatul Ismi,Hasby Abiyyu Farras,”Strategi peningkatan usaha pemasaran ikan hasil budidaya keramba jaring apung masyarakat Desa Kampung Panjang”,*Unri Conference Series: Community Engagement*, Vol 4,(2022):225-260. <https://doi.org/10.31258/unricsce.4.255-260>

kelompok pembudidaya ikan yang berperan sebagai tempat tukar menukar informasi dan wadah silaturahmi antar anggota serta menyalurkan permasalahan dan inovasi terkait dunia perikanan untuk mendorong kerjasama dalam bentuk kemitraan usaha antar pembudidaya. Kelompok kelud koi juga pernah meraih penghargaan di tingkat nasional karena ikan yang di miliki oleh kelompok kelud koi bagus-bagus dan memiliki harga ekonomi yang tinggi, kelud koi merupakan kelompok yang fokus pada pembibitan ikan hias yaitu ikan Koi.²⁰

Tabel 2.1
Hasil Persamaan Dan Perbedaan Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Muhammad Fahrul Aziz Amanulloh , Maria Agatha Sri W. H. (2024).	Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Doroampel Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung Tahun 2024	Objek penelitian sama dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	Penelitian yang di teliti bertempat di Desa Sumber Gempol, Tulungagung.
2	Heri Purwanto, Edi Andriansyah, Deden Rizal, Bela Ardilla, Fitri Yani Sa'adah,	Peningkatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Budidaya Ikan	Objek yang di teliti sama-sama ikan koi.	Metode penelitian menggunakan pelatihan dan praktek.

²⁰ Moh.Ulimta Rusda, Citra Mulya Sari."Upaya peningkatan perekonomian masyarakatmelalui budidaya ikan koi di Desa Kemloko Kecamatan Ngelegok Kabupaten Blitar"*e-jurnal apresiasi ekonomi*, Vol 11, No 1,(2023):83-93.

	Risma Siti Cahyani (2023).	Koi Sebagai Unggulan Desa Cibubuan Sumedang		Tempat penelitian Desa Cibubuan Sumedang.
3	Nur Wijayanti pada tahun (2022)	Pemberdayaan 'Aisyiyah Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga Melalui Budidaya Ikan Dalam Ember	Objek penelitian sama-sama ikan air tawar.	Metode penelitian menggunakan pendekatan partisipatif dan Tempat budidaya ikan menggunakan ember.
4	Dadang Mashur (2020)	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Budidaya Ikan Air Tawar di Kabupaten Pasaman	Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dan objek penelitian sama-sama ikan koi.	Objek yang diteliti ikan konsumsi.
5	Rachman Fadly Pangestu pada tahun (2020).	Kajian Aspek Ekonomi Masyarakat Dalam Pengembangan Budidaya Ikan Di Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara		
6	Ayuni Dwi Putri, Khadijah Nurani. (2023).	Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui	Metode penelitian sama menggunakan deskriptif	Objek yang diteliti ikan konsumsi yaitu ikan nila.

		Budidaya Ikan Nila Di Danau Maninjau Nagari Tanjung Sani Kabupaten Agam	kualitatif.	
7	Yaumil Hadi, (2023)	Strategi pengembangan usaha budidaya ikan gurame dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa pesanggrahan Kec. Montong Gading Lombok Timur	Metode penelitian menggunakan kualitatif.	Objek penelitian ikan konsumsi daan fokus penelitian tentang hasil panen ikan gurame.
8	Andra Rejekining Rahayu. (2024)	Manajemen Strategi Usaha Perikanan Budaya Ikan Hias Berbasis Komoditas Unggulan Di Kabupaten Tulungagung	Metode penelitian menggunakan kualitatif.	Objek penelitian da beberapa jenis ikan diantaranya Gupi, Koki. Lemon, Manfish, Merble, Moli dan Red fin
9	Hayatul Ismi (2022).	Strategi peningkatan usaha pemasaran ikan hasil budidaya keramba jaring apung masyarakat desa kampung panjang	Melakukan penjualan dengan cara online.	Peneliti fokus terhadap strategi peningkatan pemasaran ikan hasil keramba.
10	Moh.Ulimta	Upaya	Objek yang di	Lokasi

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.d digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

	Rusda, Citra Mulya Sari (2023).	Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Koi Di Desa Kemloko Kecamatan Ngelegok Kabupaten Blitar	teliti sama-sama ikan koi, fokus penelitian meningkatkkan perekonomian masyarakat, dan metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif.	penelitian terdapat kendala dalam pemasaran.
--	---------------------------------	---	---	--

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas yang di gunakan sebagai referensi, menjadikan hasil peneliti menemukan hal yang lebih spesifik, berbeda, dan lebih menarik ketimbang beberapa referensi diatas. Dari beberapa penelitian terdahulu diatas lebih banyak memfokuskan objek terhadap ikan konsumsi dari pada ikan hias. Dari setiap penelitian terdahulu diatas terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memfokuskan tujuannya untuk mengembangkan atau meningkatkan perekonomian masyarakat dan juga tentang strategi-strategi usaha budidayanya. Sehingga peneliti dapat mengambil penelitian yang berfokus pada strategi budidaya dalam mengembangkan perekonomian masyarakat dalam sektor perikanan air tawar.

B. KAJIAN TEORI

1. Manajemen pemasaran

a) Pengertian Manajemen Pemasara

Manajemen berasal dari bahasa Inggris *manage* yang memiliki arti mengatur, mengurus, melaksanakan, mengelola. Sedangkan menurut istilah, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.²¹

Manajemen pemasaran dijabarkan sebagai proses menganalisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan yang mempunyai tujuan untuk menciptakan pertukaran dengan pasar sasaran dalam rangka upaya mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen pemasaran dibutuhkan oleh perusahaan guna tercapainya target yang telah ditentukan. Dengan adanya manajemen pemasaran,

²¹ Hadion Wijoyo, Denok Sunarsih, Yoyok Cahyono, Irjus Indrawan. *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi* (Purwokerto Jawa Tengah: CV. Pena Persada), 1-4.

maka akan tercipta pemasaran permintaan terhadap hasil produksi suatu industri.²²

b) Konsep Dalam Manajemen Pemasaran

Konsep manajemen Pemasaran merupakan suatu konsep bisnis yang berorientasi memenuhi keperluan pembeli yang termasuk ke dalam persyaratan ekonomi dan sosial perusahaan yang berkelanjutan. Konsep manajemen pemasaran terdiri atas tiga unsur, yaitu (a) Berpusat pada konsumen, maksudnya pemasaran hendaknya memprioritaskan pelanggan dalam penentuan strategi pemasaran, (b) Menyusun rencana pemasaran secara menyeluruh, artinya aktivitas pemasaran adalah satu kegiatan berkaitan dengan konsep bauran, (c) Kepuasan pelanggan, ialah hal yang paling penting serta harus dijadikan prioritas perusahaan. Terdapat lima konsep manajemen pemasaran yang harus dipedomani oleh perusahaan dalam memasarkan produknya, yaitu:

1) Konsep Produksi

Pembeli lebih tertarik dengan barang yang murah dan terjangkau. Oleh sebab itu meningkatkan efisiensi produksi dan pendistribusian sangat penting. Konsep ini tepat bila dihadapkan pada dua jenis keadaan. Kondisi pertama, jika produk yang diminta melebihi pasokan, produksi perlu ditingkatkan. Situasi kedua, apabila anggaran yang dibutuhkan banyak, diperlukan penurunan produksi dan perbaikan kualitas produk.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²² Musnaini, Yohanes Totok Suyoto, Wiwik Handayani, Muhammad Jihadi. Manajemen Pemasaran, (Sumatra Barat: Cv Insan Cendekia Mandiri),3.

2) Konsep Produk

Pembeli lebih memilih produk yang bermutu daripada produk lain. Oleh sebab itu penting dilakukan peningkatan kualitas produksi yang berkelanjutan.

3) Konsep Penjualan

Pembeli tidak berminat terhadap suatu produk, jika perusahaan tidak mempromosikan dan menjual produknya. Hal ini umumnya berlaku pada produk-produk yang tidak terkenal, seperti asuransi dan buku ensiklopedia. Oleh karena itu, perusahaan harus gencar melakukan promosi dengan teknik penjualan potensial untuk menarik minat pembeli, misalnya dengan menerangkan manfaat dan kegunaan produk tersebut.

4) Konsep Pemasaran

Poin penting dalam pencapaian sasaran perusahaan yaitu bersikap jeli dalam penentuan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha memuaskan kebutuhan konsumen²³

c) Tujuan Dan Fungsi Manajemen Pemasaran

Dalam manajemen pemasaran tentu harus memiliki tujuan, karena tujuan merupakan langkah awal untuk melaksanakan suatu kegiatan. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan selanjutnya menjual dirinya sendiri.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²³ Musnaini, Manajemen Pemasaran, 5-7.

Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Adapun tujuan pemasaran diantaranya: Strategi budidaya ikan koi merupakan serangkaian pendekatan, metode, dan teknik yang direncanakan secara sistematis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam produksi ikan koi.

- a) Memberi informasi (promosi), promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikan pada angka penjualan.
- b) Menciptakan pembelian.
- c) Menciptakan produk (megabrand), produk yang sudah memiliki pelanggan setia akan menciptakan megabrand sehingga tidak mungkin produk tidak dilirik oleh konsumen.

Untuk menciptakan perusahaan yang bertahan dan mumpuni ke depan, pihak manajemen dan perusahaan atau organisasi itu sendiri harus merancang berbagai tujuan sebagai bentuk kolaborasi. Tujuan pemasaran mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa agar produk yang dijual akan cocok sesuai dengan keinginan pelanggan, akibatnya produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Beberapa tujuan utama dari manajemen pemasaran, sebagai berikut:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1) Jangka pendek

Tujuan jangka pendek bagi perusahaan adalah untung secepat mungkin. Artinya dapat menutup semua biaya-biaya produksi yang digunakan dan jika ada kelebihan maka dikatakan laba.

2) Jangka menengah

Tujuan jangka menengah adalah mengusahakan mencapai titik impas antara total biaya produksi dan total volume penjualan, memperluas cakupan promosi, dan berusaha lebih memperbesar cakupan volume penjualan.

3) Jangka panjang

Untuk jangka panjang perusahaan mempertahankan para pelanggan setia agar tetap loyal dengan produknya, antara lain dengan produk inovatif, kreatif dan berdaya guna lebih serta memberikan potongan harga khusus bagi pelanggan.²⁴

Setelah merumuskan dan mengetahui tujuan dari pemasaran, maka selanjutnya adalah memahami fungsi pemasaran, mengingat pemasaran merupakan tugas terakhir dari kegiatan ekonomi dalam memuaskan kebutuhan hidup manusia. Pemasaran memiliki fungsi yang dimana menentukan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia serta menjual barang dan jasa tersebut ke tempat konsumen berada pada waktu yang diinginkan, dengan harga terjangkau tetapi

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁴ Saida Zainurossalamia, Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi. (Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 7-9.

tetap menguntungkan bagi perusahaan yang memasarkan. Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yang terlibat dalam menggerakkan barang dan jasa dari produsen sampai ke tangan konsumen.²⁵

Berdasarkan hal itu, bisa dipetik sebuah pemahaman bahwa pemasaran memiliki posisi dan peran yang strategis dalam memenuhi kebutuhan konsumen setiap saat dengan memertimbangkan aspek kemudahan bagi pembeli untuk mendapatkan barang tersebut, sehingga perusahaan dalam hal ini akan mendapatkan keuntungan.

Adapun fungsi-fungsi pemasaran yaitu sebagai berikut:

a) Pembelian

Sebagai fungsi untuk pemenuhan kebutuhan barang yang tidak tersedia kemudian dibeli dengan kebutuhan konsumen yang selanjutnya dijual ke pasar. Fungsi ini dilakukan oleh pembeli untuk memilih jenis barang yang akan dibeli, kualitas yang diinginkan, kualitas yang memadai, dan penyedia yang sesuai.

b) Penjualan

Mencakup aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk mencari calon pembeli produk yang ditawarkan dengan harapan dapat menguntungkan. Kegiatan penjualan merupakan lawan dari pembelian.

²⁵ Saida Zainurossalamia, Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi, 9-10.

c) Transportasi

Sebagai fungsi pemindahan barang dari tempat barang yang dihasilkan ke tempat barang yang dikonsumsi. Fungsi pengangkutan dapat dilakukan dengan menggunakan kereta api, truk, pesawat udara, dan sebagainya. Selain itu, fungsi ini juga menjadi sarana perluasan pasar karena menghubungkan berbagai pihak

d) Penyimpanan

Fungsi penyimpanan agar produk atau barang yang dibeli dan diproduksi sebagai persediaan agar terhindar dari resiko kerusakan maupun resiko lainnya.

e) Informasi pasar

Sebagai fungsi untuk mengetahui kondisi pasar serta kebutuhan konsumen yang selanjutnya ditindak lanjuti oleh perusahaan dalam melakukan aktivitas produksi. Pengumpulan informasi pasar, bertujuan mengumpulkan berbagai macam informasi pemasaran yang dapat di pakai oleh manajer pemasaran untuk mengambil keputusan.²⁶

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai tujuan dan fungsi pemasaran bahwa perusahaan dalam menjalankan bisnisnya perlu memahami dan mengetahui kebutuhan, keinginan pasar, mampu membaca situasi pasar serta menjalankan fungsi-fungsi pemasaran

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁶ Saida Zainurossalamia, Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi, 10-13.

tersebut dengan baik karena dengan demikian tujuan dari perusahaan untuk mendapatkan laba dan memiliki konsumen yang loyal akan dapat dipercayai.

2. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi utama dalam pengembangan usaha didefinisikan sebagai pendekatan umum yang komprehensif yang menjadi pedoman bagi tindakan-tindakan utama dalam pengembangan pasar, pengembangan produk, dan inovasi. Strategi yang digunakan sebagai dasar untuk mencapai tujuan jangka panjang utama dari suatu usaha.²⁷

Strategi pengembangan usaha adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar, baik kawasan internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan kondisi pasar eksternal yang dimana akan adanya peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan.

Pengembangan adalah proses usaha melakukan perubahan secara perlahan atau secara bertahap dengan menambah kemampuan yang sudah ada dengan melalui perencanaan. Sedangkan pengembangan usaha adalah adanya tanggung jawab dari wirausaha yang berkeinginan pandangan untuk masa depan adanya motivasi dan kreativitas.²⁸

²⁷ Widyasari Surya Dewi, Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) di Desa Kemloko Kecamatan Ngelegok Kabupaten Blitar, (*Skripsi*, Universitas Brawijaya Malang, 2014), 15.

²⁸ Yaumul Hadi, Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurame Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pesanggaran Kecamatan Montong Kabupaten Lombok Timur, (*Skripsi* UIN Mataram, 2023), 11-12.

Jadi secara umum pengembangan usaha merupakan proses yang dilakukan oleh wirausaha dengan cara bertahap serta terus menerus untuk meningkatkan hasil yang dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Dalam strategi pengembangan usaha terdapat beberapa jenis diantaranya:

a) Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk yaitu meningkatkan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada mengembangkan yang baru. Strategi di rancang untuk memastikan tujuan utama sebuah perusahaan bisa diperoleh melalui pelaksanaan yang tepat dan juga merupakan rencana yang di satukan secara menyeluruh dan terpadu guna mengaitkan keunggulan strategi suatu perusahaan.²⁹

Pengembangan produk merupakan segala sesuatu aktivitas yang dijalankan oleh pasar untuk mendapatkan perhatian, di beli, di pergunakan atau di konsumsi, supaya dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan sesuai perkembangan zaman.³⁰

Strategi pengembangan produk ini di lakukan perusahaan untuk memodifikasi atau memperbaiki produk yang ada atau melakukan inovasi produk yang masih terkait dengan produk yang masih di

²⁹ Farah Husniar, Tita Resita Sari, "Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Uapaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan" *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN AKUNTANSI* 3, No.2 (Agustus 2023): 24, <https://10.55606/jurima.v3i2.2156>.

³⁰ Holifian Daulat Tambun Saribu, dan Eoudia Grace Maranatha, "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap penjualan PT Astragraphia Medan", *Jurnal Manajemen*, vol 6, no.1 (Januari-Juni 2020): 2, <http://ejournal.lmiimedan.net>.

jalankan.³¹ Dengan hal ini, produk yang di modifikasi dapat di pasarkan oleh konsumen dengan pemasaran yang ada. Strategi ini di gunakan untuk memuaskan konsumen startegi ini juga dapat melakukan peningkatan daya tarik produk para konsumen.

Pengembangan produk bisa di jalankan oleh personalia dalam perusahaan dengan sistem mengembangkan produk baru dengan menyesuaikan model-model yang sesuai. Pengembangan meliputi upaya untuk meningkatkan keterampilan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan melalui pendidikan dan pelatihan.³² Ada beberapa cara yang dapat di lakukan suatu perusahaan dalam pengembangan produk yaitu:

- 1) Penciptaan ide, Pengembangan produk baru diawali dengan menciptakan ide yang merupakan pencarian sistematis untuk ide produk yang baru. Tujuan dari penciptaan ide tersebut yaitu menghasilkan ide yang cukup banyak yang dimana nantinya di pertimbangkan supaya layak atau tidaknya untuk diproses jika layak diteruskan dan sebaliknya jika tidak layak maka di berhentikan.
- 2) Penyaringan ide, dalam hal ini bertujuan untuk menemukan ide dalam jumlah yang tidak sedikit, tahap yang di lakukan

³¹Yaumil Hadi, Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurame Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pesanggaran Kecamatan Montong Kabupaten Lombok Timur,(*Sripsi* UIN Mataram, 2023), 15.

³²Yuladul Fitriah, Nafilathul Layli Ramadhaniah, Drian Fahriss Gofur, Zulfa Dwi Diana Putri, Nurul Setianingrum, "Strategi Dalam Menghadapi Tantangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Di Era Digital", *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Vol 2, No 10 (Oktober 2024), 92, <https://doi.org/10.59435/gimi.v2i10.960>.

dalam proses penyaringan ide yaitu menemukan ide untuk menciptakan id yang baik dan membuang ide yang buruk. Dala hal ini produsen bis menghasilkan ide ide baik yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- 3) Pengembangan dan pengujian konsep, langkah selanjutnya yaitu dengan memperkenalkan produk baru kemudian di perlihtkan kepada konsumen dan melakukan survei terhadap pendapat konsumen pada produk baru tersebut.
- 4) Pengembangan strategi pemasaran, Dalam hal ini setiap perusahaan pastinya merencanakan strategi pemasaran pada produ barunya dengan menggunakan sementasi pasar dan cara lainnya.³³

b) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar atau market develoment adalah suatu strategi pengembangan bisnis yang lebih fokus pada memperkenalkan produk yang ada ke target pasar baru. Perusahaan menggunakan strategi ini untuk melakukan indetifikasi dan mengambangkan peluang baru agar bisa menjual produk mereka di pasar yang belum pernah mereka jelajah.

Strategi pengembangan pasar sangat penting bagi perusahaan untuk menjangkau audiens potensial yang lebih luas dan jga dapat menembangkan bisnis.

³³ Husniar, Sari, “Startegi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan”, 24-25.

Selain itu strategi pengembangan pasar memiliki manfaat lain sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kualitas produk
- 2) Memperoleh pelanggan baru
- 3) Mengembangkan pendapatan
- 4) Mendukung perkembangan perusahaan dalam waktu jangka panjang
- 5) Mempertahankan perusahaan
- 6) Meningkatkan penjualan pelanggan
- 7) Menghasilkan lebih banya penjualan.³⁴

Strategi pengembangan pasar merupakan startegi yang memasarkan produk atau jasa kepada konsumen di segmen pasar yang baru . Pasar dan pemasaran daam dunia usaha merupakan dua sisi yang tidak bisa dipisahkan satu sama lainnya, Strategi pengembangan pasar ditekankan dari strategi yang ada meliputi pemasaran produk yang dilakukan dengan mempertimbangkan keahlian dan keterampilan dalam pengoprasian secara baik untuk pelanggan yang aad atau pelanggan baru.³⁵

³⁴ “Strategi Market Develoment – Definisi dan Cara Menerapkannya”, Adminlp2m, November 12, 2022,<https://lp2m.uma.ac.id/2022/11/12/strategi-market-development-definisi-dan-cara-menerapkannya/>.

³⁵ Yaumil Hadi, Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurame Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pesanggarahan Kecamatan Montong Kabupaten Lombok Timur,(*Sripsi UIN Mataram*, 2023), 13-16.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah segala upaya yang di buat perusahaan untuk memenuhikepuasan knsumen dengan cara yang menguntungkan perusahaan.³⁶ Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang harus di lakukan oleh perusahaan barang maupun jasa untuk menjaga kelangsungan usahanya dan juga salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam mencitakan nilan ekonomi.³⁷ Hal ini di karenakan pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan kosumen. Pemasaran juga sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengolah hubungan pelanggan dengan cara yang mengunungkan organisasi dan pihak-pihak berkepentingan terhadap organisasi.

Strategi pemasaran adalah membuat keputusan tentang biaya pemasaran dari anggaran pemasaran dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan yang diantisipasi. Secara umum sukses tidaknya perkembangan suatu perusahaan tergantung pada bagaimana perusahaan memutuskan strategi pemasaran yang diterapkannya, tetapi

³⁶ M.F Hidayatullah, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum, Ahmadiono, "Strategi Pemasaran Produk Mitraguna Di Bank Syariah Indonesia", *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol 6, No 2 (2024), 2, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4123>.

³⁷ Muhammad Aly Husain, Khamdan Rifa'i, Dan Abd Rokhim, "Aanalisi Strategi Bauran Pemasaran Islam Pedagang Pasar Tradisional Di Kabupaten Lumajang" *Indonesian Journal Of Islamic & Finance*, Vol 4, No 2 (Desember 2021), 2, <https://jurnalpasca.uinkhas.ac.id/index.php/IJIEF/article/view/1820>.

juga tergantung pada analisis dan pengamatan yang tepat terhadap faktor – faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan.³⁸

Strategi pemasaran pada hakikatnya merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Strategi pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor. dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka. Maka, strategi yang sebaiknya digunakan dan diterapkan oleh manajemen pemasaran sebagai berikut:

- a. Promosi, promosi merupakan salah satu strategi pemasaran suatu produk dengan cara memberikan informasi yang benar dan tepat agar konsumen dapat tertarik pada produk yang dijual.
- b. Iklan, iklan merupakan salah satu alat promosi dengan bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk dengan menggunakan seperti koran, majalah, radio, televisi, outdoor display (seperti poster, billboards, dan baln udara).
- c. Personal selling, yaitu komunikasi secara langsung saling tatap muka antar pembeli dan penjual.³⁹

³⁸ Dhea Nita Syafina Rambe, Nur Aslami, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global”, *El Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 2, (2021): 215. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>.

³⁹ Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. (Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 31-34.

a. Jenis-jenis Strategi Pemasaran

Dalam menjalankan bisnis perusahaan atau organisasi, banyak organisasi atau perusahaan menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan. Ada beberapa jenis-jenis strategi pemasaran yang sering digunakan dan berlaku secara umum bagi organisasi atau perusahaan.

1) Strategi integrasi vertikal, strategi ini memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok atau pesaing.

2) Strategi intensif penetrasi pasar dan pengembangan produk, Strategi ini memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3) Strategi diversifikasi, terdapat tiga strategi diversifikasi yaitu diversifikasi horizontal, konsentrik dan konglomerat. Dimana strategi ini menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

4) Strategi umum, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu, keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi

yaitu strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

4. Budidaya Ikan

Budidaya perikanan dalam arti sempit adalah usaha memelihara ikan yang sebelumnya hidup liar di alam menjadi ikan perairan. Pengertian secara luas, yaitu semua usaha membesarkan dan mendapatkan ikan, baik ikan itu masih liar di alam atau sudah dibuatkan tempat tersendiri, dengan adanya campur tangan manusia. Budidaya tidak hanya memelihara ikan di kolam, tambak, sawah dan sebagainya namun secara luas juga mencakup kegiatan mengusahakan komoditas perikanan di waduk, sungai, atau laut.

Dalam pertanian budidaya merupakan kegiatan terencana pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk diambil manfaat atau hasil panennya. Kegiatan budidaya dapat dianggap sebagai inti dari usaha tani. Budidaya ikan melibatkan usaha pembesaran atau bibit atau benih termasuk benur dan nener pada budidaya perikanan, pada suatu lahan tertentu selama beberapa waktu untuk kemudian di jual, di konsumsi untuk di manfaatkan daging serta bagian tubuh lainnya dan digunakan untuk hobi seperti ikan hias.⁴⁰

⁴⁰ Eko prasetyo, *Pemberdayaan Perempuan Melalui Kelompok Budidaya Ikan "Mina Lestari" Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung*, (Skripsi, IAIN Tulungagung ,2019) ,70.

Budidaya ikan merupakan suatu upaya dalam memanfaatkan sumber daya yang ada disekitar untuk mencapai tujuan bersama dalam kelompok. Budidaya merupakan bentuk campur tangan manusia dalam meningkatkan produktivitas perairan. Kegiatan ini di lakukan dalam rangka memproduksi ikan dalam suatu wadah atau media terkontrol dan berorientasi pada keuntungan. untuk melakukan budidaya ikan dengan baik dan hasil yang memuaskan perlu adanya strategi yang dapat di perhatikan sebagai berikut:

- a. Pemeliharaan tempat dan kondisi lingkungan di dasarkan pada jenis tanah, topografi, kualitas dan kuantitas air serta temperatur air.
- b. Perencanaan budidaya ikan meliputi ukuran unit usaha, penyediaan air dan sistem pengeringan.
- c. Perencanaan pembuatan kolam didasarkan pada ukuran kolam budidaya, bentuk kolam, kedalaman kolam, dan bahan pembuatan kolam.
- d. Perencanaan metode budidaya di dasarkan pada pertimbangan biologis dan ekonomis, cara pengelolaan, dan rencana tahunan.

5. Pengembangan Perekonomian Masyarakat Muslim

Pengembangan adalah sebuah cara yang di lakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik. Sedangkan perekonomian/ekonomi yang berasal dari kata oikos dan nomos. Oikos adalah rumah tangga dan nomos berarti mengatur. Sehingga ekonomi memiliki pengertian aturan cara tentang mengelola ekonomi

rumah tangga dan tujuannya untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Pengembangan perekonomian masyarakat Muslim yang di maksud dalam penelitian ini adalah pengembangan pendapatan yang di peroleh masyarakat Muslim di Desa Sumber Kemuning Kabupaten Bondowoso setelah adanya budidaya ikan koi.⁴¹

Ekonomi Islam saat ini telah menjadi pusat perhatian dunia dengan segala sisi menariknya termasuk tentang sharia economic (Industry Halal) Indonesia termasuk negara yang berpotensi sangat besar dalam pengembangan ekonomi Islam.⁴² Perekonomian Masyarakat Muslim merupakan sekumpulan kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang di alami dalam lingkungannya. Maksud dari pengembangan perekonomian ini adalah upaya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah yang di manfaatkan sumber daya yang ada secara optimal.

Ekonomi Islam adalah sebagai induk keuangan Islam, dengan sebutan Ekonomi Tauhid. Cerminan watak “Ketuhanan” ekonomi Islam bukan pada aspek pelaku ekonominya, sebab pelakunya pasti manusia, tetapi pada aspek aturan atau sistem yang harus di pedomani oleh para pelaku ekonomi. Ini di dasarkan pada keyakinan bahwa semua faktor ekonomi termasuk diri manusia pada dasarnya adalah kepunyaan Allah,

digilib.uinkhas.ac.id ⁴¹ Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21 digilib.uinkhas.ac.id

⁴² Sofiah, “Rekonstruksi Ekowisata Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Halal Tourism”, *Journal Proceedings Of Annual Convergence For Muslim Scholars*, Vol 6, No 1 (2022), 632, <https://doi.org/10.36835/ancoms.v6i1.349>.

dan kepadaNya (kepada aturanNya) di kembalikan segala urusan. Dengan mengakses kepada aturan Ilahiah, setiap perbuatan manusia mempunyai nilai moral dan ibadah. Setiap tindakan manusia tidak boleh lepas dari nilai, yang secara vertikal merefleksikan moral yang baik, dan secara horizontal memberi manfaat bagi manusia dan makhluk lainnya. Dalam konteks itulah, keuangan Islam juga bersandar pada nilai-nilai normatif imperatif tersebut.

Perekonomian berbasis Hukum Islam pada dasarnya telah di perkenalkan sejak jaman Rasulullah dan para sahabat. Di larangnya penguasaan riba, maisir, gharar, dzolim dan haram menjadi syarat-syarat yang mendasar pelaksanaan ekonomi Islam. Hal ini di karenakan ekonomi berbasis Hukum Islam sudah menjadi kewajiban bagi umat muslim di manapun berada untuk mempelajari, memahami dan menerapkannya. Hukum dari pengamalan ekonomi berbasis Hukum Islam adalah wajib bagi umat muslim sebagai bentuk ketaatan manusia secara kaffah kepada Allah SWT.⁴³ Berdasarkan dasar itulah kemudian perekonomian Islam hadir di tengah masyarakat. Meski dalam perkembangannya tidak sepopuler ekonomi konvensional, perekonomian berbasis Hukum Islam memiliki banyak peminat. Tidak hanya umat muslim namun juga masyarakat non muslim.

Pengembangan perekonomian masyarakat Muslim merupakan upaya dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Muslim

⁴³ Aisyah Ayu Musyafah, Perkembangan Perekonomian Islam Di Beberapa Negara Di Dunia, "Journal Diponegoro Private Law Review", Vol 4, No 4, (2019), 420, <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr/article/download/5103/2712>.

berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Ekonomi Islam mengedepankan keadilan, transparansi, dan kesejahteraan bersama, serta melarang praktik-praktik yang dianggap merugikan seperti riba, gharar dan maysir.

Dalam bagian yang komperensif Islam telah menerangkan tentang aturan berekonomi, termasuk elemen-elemen di dalamnya seperti produksi, distribusi, dan konsumsi. Ungkapan ini merupakan pernyataan yang melegitimasi bahwa Islam sebagaimana dalam Al-Qur'an telah mengatur sistem ekonomi yang sempurna. Hal ini merupakan bukti bahwa Islam mampu mengimbangi perkembangan sistem ekonomi yang berlaku di kalangan umat manusia. Dalam perkembangan ini, ada dua sistem ekonomi yang paling berpengaruh di dunia, yaitu sistem ekonomi kapitalis dan sistem ekonomi sosialis.

- a. Sistem ekonomi kapitalis adalah suatu sistem ekonomi yang mengizinkan di miliknya alat-alat produksi oleh pihak swasta, atau juga sering dikatakan bahwa sistem kapitalis ini merupakan sistem ekonomi yang berpihak pada pemilik modal besar.
- b. Sistem ekonomi sosialis merupakan kebalikan dari sistem ekonomi kapitalis di mana pemerintah atau pekerja memiliki serta menjalankan semua alat produksi, hingga demikian, usaha swasta dibatasi dan mungkin kadang-kadang dihapuskan sama sekali.

Berbeda dengan kedua sistem ekonomi di atas, Islam menerapkan sistem ekonomi dengan mempergunakan moral dan hukum bersama untuk

menegakkan bangunan suatu sistem yang praktis. Berkenaan dengan prioritas Islam menyetengahkan konsep keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan negara (umum) yang bersumber kepada Al-Qur'an dan al-sunnah.⁴⁴ Berdasarkan uraian itu, dapat dipahami bahwa ekonomi menurut Islam merupakan sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari Al-Qur'an dan Sunnah, dan merupakan bangunan yang di dirikan di atas landasan-landasan tersebut sesuai dengan tiap lingkungan dan masa.



⁴⁴ Neli, Pengembangan Ekonomi Umat, “*Journal Cross-Border*”, Vol 2, No 2, (2019),157, <https://journal.iainsambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/download/711/561/>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang di gunakan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena metode ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena yang kompleks, memahami makna subjektif yang diberikan individu, dan menangkap konteks sosial atau budaya secara holistik. Pendekatan ini juga menawarkan fleksibilitas dalam pengumpulan dan analisis data, memungkinkan penyesuaian selama penelitian berlangsung, Selain itu, metode kualitatif cocok untuk menggambarkan teori baru ketika sedikit atau tidak ada teori yang tersedia, serta menghasilkan data yang kaya dan deskriptif yang memberikan wawasan mendalam tentang topik yang diteliti.⁴⁵

Jenis penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara menggali sumber dan hasil dokumentasi serta wawancara.

Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang actual mengenai “Startegi Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso”.

⁴⁵ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Harva Creative, 2023), 37.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan di mana tempat yang akan dilakukan untuk penelitian. Wilayah penelitian biasanya bentang lokasi (Desa, organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya).

lokasi penelitian bertempat di Desa Sumber Kemuning Kabupaten Bondowoso. Lokasi ini dipilih karena beberapa alasan yang mendukung kesesuaian dan relevansi dengan tujuan penelitian, yang pertama aksesibilitas lokasi cukup baik sehingga memudahkan pelaksanaan penelitian secara efisien, yang kedua komunitas di sekitar lokasi mendukung penelitian ini baik melalui partisipasi maupun pengetahuan lokal yang bermanfaat untuk mendapatkan persepektif yang lebih komprehensif, dan juga adanya fenomena yang dinilai menarik, karena pembuatan kolam yang terbuat dari terpal dan pembuatan filter sendiri yang terbuat dari cangkang kerang, garam dan juga jaring bekas, dimana dengan cara ini pemilik dapat menghemat pengeluaran.

Dengan adanya budidaya ini dapat menarik banyak pasang mata terutama para pecinta ikan hias, dan dampak positif tersebut dapat mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini di laporkan jenis data dan sumber data. teknik yang di gunakan adalah teknik purposive di mana peneliti ini dapat memikirkan siapakah responden yang memiliki posisi untuk menjawab pertanyaan

wawancara atau memberi wawasan yang peneliti perlukan.⁴⁶ sumber data yang diperlukan dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informan. sumber data primer ini diperoleh hasil wawancara peneliti dengan 4 informan yaitu:
 - a. Pemilik usaha budidaya ikan koi Bapak Bheri.
 - b. Anggota kelompok usaha budidaya ikan koi yaitu Wildan, Rudi, Heru yang tergabung sejak awal pembentukan kelompok Bheri koi.
2. Sumber Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari catatan-catatan, dokumen, artikel, jurnal, serta data pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini peneliti mengumpulkan data dari sumber primer dimana sumber data langsung memberikan informan kepada peneliti. Teknik yang di gunakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu menggunakan 3 teknik yang terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Masing-masing harus di deskripsikan tentang apa saja yang diperoleh melalui teknik tersebut.

1. Observasi Partisipatif Pasif

Observasi partisipasi pasif merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti mengamati situasi atau perilaku tanpa terlibat langsung dalam aktivitas atau interaksi yang di amati. Peneliti berperan sebagai

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁶ Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2023, 105.

pengamat yang netral tidak mempengaruhi aktivitas yang terjadi di lapangan dan peneliti fokus mencatat secara detail setiap perilaku, kejadian, dan interaksi yang terjadi di lapangan. Tujuannya yaitu untuk mendapatkan gambaran yang objektif tentang fenomena yang diteliti di lapangan.⁴⁷

Dengan menggunakan teknik observasi ini peneliti mendapatkan data Strategi Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Kabupaten Bondowoso yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi pengembangan produk budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Kabupaten Bondowoso.
- b. Strategi pemasaran budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari narasumber, baik melalui wawancara langsung maupun tidak langsung. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan wawancara terbuka. Metode yang digunakan peneliti yaitu teknik wawancara mendalam.

Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan ide-ide dan pandangan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁷ Amtai Alaslan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok, PT Rajagrafindo Persada 2021), 75, <https://www.academi.edu/80228820/MetodePenelitianKualitatif>.

tentang permasalahan yang diteliti secara terbuka sehingga peneliti hanya perlu mndengarkannya dengan teliti dan mencatat informasi yang disampaikan.⁴⁸

Dengan menggunakan teknik wawancara ini peneliti mendapatkan tentang:

- a. Strategi Pengembangan Produk Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.
- b. Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.

3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi dapat di gunakan sebagai pelengkap dari observasi dan wawancara. Teknik ini memuat tentang berbagai catatan peristiwa yang sudah terjadi sebelumnya dalam bentuk lisan maupun dokumen lainnya seperti catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, beografi, peraturan, kebijakan yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang sedang diteliti.⁴⁹

Adapun instrumen dalam mengumpulkan data melalui metode dokumentasi ini adalah peneliti sendiri. Sedangkan alat bantu peneliti gunakan dalam metode dokumentasi adalah perekam gambar atau foto.

Adapun yang akan di dokumentasi oleh peneliti meliputi:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁸ Amtai Alaslan, *Metode Penilitin Kualitatif*, 78.

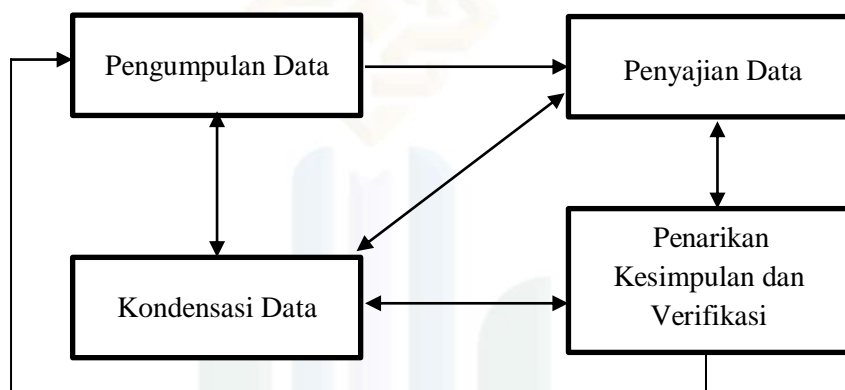
⁴⁹ Amtai Alaslan, *Metode Penelitian Kualitatif*, 79.

- a. Proses wawancara dengan informan.
 - 1) Strategi Pengembangan Produk Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.
 - 2) Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso.
- b. Struktur organisasi usaha budidaya ikan koi.
- c. Tempat usaha budidaya ikan koi.

E. Analisis Data

Analisis data yang di gunakan peneliti adalah menggunakan analisis interaktif model. Di mana analisis data kualitatif di lakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus dan tuntas sehingga datanya lengkap. Aktivitas dalam analisis data yang di lakukan sesuai dengan analisis data yang di kemukakan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yaitu terdiri dari: Pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.⁵⁰

⁵⁰ Matthew B. Miles & A Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia UI-Press, 2014) 15.



Gambar komponen-komponen analisis data model interaktif.

Dalam pandangan ini kegiatan analisis dan kegiatan penumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus siap bergerak di antara empat sumbu kumparan itu selama pengmpulan data, selanjutnya bergerak bolak balik di antara kegiatan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan /verifikasi selama sisa waktu penelitian. Pengkodean data misalnya (kondensasi data) menjurus kearah gagasan baru guna di masukkan keadalam suatu matrik (penyajian data). Bagian matrik terisi kesimpulan awal dapat di tarik tetapi hal itu menggiring pada pengambilan keputusan misalnya untuk menambah kolom pada matriks untuk dapat menguji kesimpulan tersebut.⁵¹

Dalam pengertian ini analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang dan terus-menerus. Masalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menjadi keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang aling susul-menyusul namun dua hal lainnya seantiasa merupakan bagian dari lapangan.

⁵¹ Matthew B. Miles & A Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, 20.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah di lapangan. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih di fokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

Adapun langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data di gunakan untuk mengumpulkan data-data atau fakta-fakta yang di gunakan untuk bahan penelitian. Contoh teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data-data dari lapangan itu kemudian di catat dalam catatan lapangan berbentuk deskriptif tentang apa yang di lihat, apa yang di dengar, dan apa yang di alami atau di rasakan oleh subjek penelitian.

2. Kondensasi Data

Kondensasi data adalah pengodean, pengelompokan, pemilihan, pengabstrakan, dan penyajian data yang difokuskan. Pengodean adalah tahap pertama di mana data di beri label atau kode sesuai tema yang relevan, di ikuti oleh pengelompokan kode-kode ini ke dalam kategori yang lebih luas. Setelah itu, data yang paling signifikan di pilih untuk di analisis lebih lanjut dalam tahap pemilihan. Pengabstrakan di lakukan untuk menyusun data menjadi konsep atau tema yang lebih abstrak, yang kemudian di sajikan secara terfokus melalui tabel, diagram, atau narasi untuk memudahkan penarikan kesimpulan dan identifikasi pola atau

hubungan dalam data. Tahapan ini membantu peneliti mengelola dan menganalisis data yang kompleks dengan lebih terstruktur dan mendalam.

3. Data Display (penyajian data)

penyajian data bisa di lakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di fahami tersebut. Selanjutnya di sarankan ,dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matrik, jejaring kerja dan chart.

4. Conclusion Drawing/Verification

Kegiatan analisis yang penting adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seseorang penganalisis kualitatif mlai mencari arti benda-benda mencatat keteraturan pola-pola. Penjelasan konfigurasi-konfigurasi yang mungkn alur sebab akibat, dan proposisi. Peneliti yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu dengan longgar, ketak terbuka dan skeptis tetapi kesimpulan sudah di sediakan mula-mula belum jelas namun dengan meminjam istilah klasik kemudian menigkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh secara induktif.⁵²

⁵² Matthew B. Miles & A Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. 16-19.

F. Pengecekan Keabsahan Data

Peneliti dalam keabsahan data menggunakan kriteria kredibilitas, hal ini bertujuan untuk membuktikan bahwa hasil data yang dikumpulkan sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. supaya hasil data yang didapatkan peneliti tidak diragukan lagi. dengan demikian peniliti memerlukan pengecekan keabsahan data dengan cara triangulasi sumber dan teknik

Triangulasi sumber data yaitu peneliti dalam mengumpulkan data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda.⁵³ Triangulasi sumber data merupakan triangulasi pertama yang dibahas dalam menguji data dari beberapa informan yang akan menerima informasinya dengan cara melakukan mengecek data yang telah di peroleh selama perisetan melalui berbagai sumber atau informan, dapat meningkatkan kredibilitas data. Dengan teknik yang sama peneliti dapat mengumpulkan data dari berbagai informan. Seperti peneliti yang dilakukan sekarang yaitu ingin mengumpulkan data tentang strategi budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat muslim di Desa Sumber kemuning, peneliti dapat mewawancarai pemilik usaha tersebut dan juga karyawan-karyawan pada usaha budidaya ikan koi. Setelah data di kumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber maka harus di gambarkan, di kategorikan, dan di evaluasi dari hasil pengumpulan data tersebut.⁵⁴

digilib.uinkhas.ac.id ⁵³ Abd Hadi, Asrori, Rusman, *Penelitian Kualitatif*, (Purwokerto: CV, Pena Persada), 66. uinkhas.ac.id

⁵⁴ Dedi Susanto, Risnita, M.Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah", Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora, Vol 1, No 1 (Mei 2023), 56-57, <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

Berbeda dengan triangulasi sumber, triangulasi teknik di gunakan untuk menguji daya dapat dipercaya sebuah data yang di lakukan dengan cara mencari tahu dan mencari kebenaran data terhadap sumber yang sama melalui teknik yang berbeda. Maksudnya periset menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Dalam hal ini, periset dapat menyilangkan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian digabungkan menjadi satu untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.

G. Tahap-tahap Penelitian

1. Tahap pralapangan

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Menyusun rencana penelitian yang terdiri dari:
 - 1) judul penelitian
 - 2) Latar belakang penelitian
 - 3) Fokus penelitian
 - 4) Tujuan penelitian
 - 5) Manfaat penelitian
- c. Mengurus perizinan
- d. Menjajaki dan menilai lapangan
- e. Memilih dan memanfaatkan informan

2. Tahap pelaksanaan lapangan

- a. Memasuki objek penelitian
- b. Memahami latar penelitian

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran dan Obyek Penelitian



Gambar 4.1 Peta Kabupaten Bondowoso

Desa Sumber Kemuning adalah salah satu desa dari 9 desa yang berada di Kecamatan Tamanan. Desa Sumber Kemuning terletak di bagian utara yang berbatasan dengan Desa Jambesari, sebelah timur Desa Sumber Anom, sebelah selatan Desa Tamanan dan sebelah barat Desa Kaliyantar. Luas Desa Sumber Kemuning 220,230 ha dengan jumlah penduduk 5.467 jiwa dimana sebagian besar masyarakat Sumber Kemuning bermata pencaharian sebagai petani. Desa Sumber Kemuning terdapat 4 dusun yaitu dusun kerajan, dusun karang tengah, dusun karang timur, dan gunung malang dengan jumlah Rt 31 dan Rw 5 yang sebagian besar penduduknya bersuku Madura begitupun bahasa sehari-harinya.

Tabel 3.1

Batas Desa Sumber Kemuning, Kecamatan Tamanan.

NO	Letak Wilayah	Batas Wilayah
1	Utara	Desa Jambesari
2	Timur	Desa Sumber Anom
3	Selatan	Desa Tamanan
4	Barat	Desa Kalianyar

Sumber: Kantor Desa Sumber Kemuning

Berikut adalah gambaran umum penelitian:

1. Sejarah berdirinya usaha budidaya ikan koi Pak Bhery.

Usaha budidaya ikan koi Pak Bhery terletak di Desa Sumber Kemuning, Kecamatan Tamanan, Kabupaten Bondowoso. Objek penelitian yang merupakan usaha milik pribadi atau keluarga yang dijalankan sejak Tahun 2021 bulan Maret sampai sekarang. Pendirian usaha ini berawal dari pamannya yang menjalankan usaha budidaya ikan koi, lalu Pak Bhery tertarik dan berinisiatif untuk mencoba usaha budidaya ikan koi tersebut dengan modal awal Rp 250,000 untuk membeli bibit ikan koi yang dibudidaya selama 3 bulan, dari hasil panen selama 3 bulan tersebut bisa mendapatkan keuntungan sebesar Rp 2.500.000, dari pendapatan ini dapat dibelanjakan indukan untuk dibudidayakan sehingga dapat menghasilkan ribuan anakan ikan koi. Berdirinya usaha ini bertujuan sebagai kerja sampingan karena usaha ini sangat menjanjikan.⁵⁵

2. Visi Dan Misi

Usaha budidaya ikan koi milik Pak hery ini memiliki visi menciptakan usaha keluarga yang bermanfaat bagi keluarga dan

⁵⁵ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 13 Juli 2024.

masyarakat, memberikan jenis-jenis ikan yang berkualitas dan juga mencari keberkahan.

Sedangkan misi dari usaha budidaya ikan koi ini adalah supaya dapat menginspirasi masyarakat banyak untuk menjadikan budidaya ikan koi sebagai sampingan atau juga sebagai hobi.

Dari Visi Misi yang dijelaskan usaha budidaya ikan koi ini mampu menghasilkan jenis-jenis ikan koi yang berkualitas dan bisa dijadikan produk unggulan desa Sumber Kemuning pada bidang perikanan. Usaha milik Pak Bhery merupakan usaha pribadi yang langsung ditangani oleh Pak Bhery sendiri dan juga 4 orang karyawannya.⁵⁶

Tabel 4.1
Struktur Organisasi

No	Nama	Jabatan
1	Pak Bhery	Pemilik dan ketua tenaga kerja
2	Wildan	Tenaga kerja
3	Rudi	Tenaga kerja
4	Heru	Tenaga kerja



Gambar 4.2
Lokasi usaha budidaya ikan koi milik Pak Bhery⁵⁷

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁶ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 15 Juli 2024.

⁵⁷ Dokumentasi, Bondowoso 13 Juli 2024.

Lokasi penelitian ini bertepatan di depan rumah Pak Bhery dimana tempat ini bisa dikatakan nyaman dan strategis karena lahan yang cukup luas juga sumber mata air yang melimpah. usaha milik Pak Bhery ini terdapat beberapa jenis ikan hias yang ditempatkan dalam kolam seluas 2x1,5 meter 3 petak dan 3x3 meter 2 petak, dimana kolam-kolam kecil ini untuk tempat pemijahan juga pemilahan jenis-jenis ikan koi yang siap dilepas dalam kolam pembesaran yang luasnya setengah hektar. untuk kolam mini tersebut dapat menampung kurang lebih 40-50 ribu burayak dan 10 ribu ikan koi yang berukuran 12-15 cm.⁵⁸

B. Penyajian Data Dan Analisis

Pada penjelasan di bab 3 mengenai analisis data, penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi serta catatan lapangan sebagai pendukung. peneliti telah mengumpulkan sejumlah data yang dibutuhkan dengan terjun langsung ke lapangan. hasil dari penelitian ini akan disajikan dalam fokus penelitian.

1. Strategi Pengembangan Produk Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning.

Seperti yang kita tahu setiap perusahaan pastinya mempunyai strategi untuk perusahaannya. Strategi pengembangan produk merupakan strategi yang berorientasi untuk meningkatkan penjualan dengan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁸ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 15 Juli 2024

memperbaiki produk atau jasa yang ada saat ini. Adapun ditempat pembudidayaan ikan koi ini telah menerapkan strategi pengembangan produk, antara lain sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Produk merupakan elemen penting dalam keseluruhan penawaran pasar. Salah satu hal utama dalam memasarkan produk yaitu dengan memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan. Karena kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja suatu produk atau jasa perusahaan, sehingga kualitas mempunyai hubungan erat dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil obeservasi yang dilakukan oleh peneliti, tempat pembudidayaan ikan koi ini mempunyai berbagai macam jenis ikan koi diantaranya adalah Showa, Shiro Utsuri, Kohaku, Sangke, Bekko, Gosiki, Kujako, Ociba,⁵⁹

Senada dengan hasil observasi di atas, Bapak Bhery selaku pemilik usaha budidaya ikan koi ini juga memaparkan bahwa:

“Disini ada berbagai jenis ikan yang saya budidaya mas, seperti showa, shiro, utsuri, kohaku, sangke, bekko, gosiki, kujako, ociba, shiro utsuri. tapi semua jenis ikan tersebut disini tidak semuanya redy setiap harinya mas, hanya beberapa yang setiap harinya ada seperti kohaku, showa, shiro utsuri, dan bekko mas.”⁶⁰

Karyawan Bapak Bhery yaitu mas Heru juga menjelaskan bahwa:

⁵⁹ Obsevasi , 13 Juli 2024.

⁶⁰ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 13 Juli 2024.

“Untuk jenis ikan koi disini memang tidak semua ada tiap hari mas seperti yang dikatan pemilik budidaya ini mas, Dari jenis ikan koi seperti kohaku, showa, shiro dan bekko itu memang ada setiap hari tetapi dengan jumlah yang tidak banyak mas jadi untuk jenis-jenis ikan koi lainnya yang tidak ada disini kami biasanya saling kerja sama antar pembudidaya ikan koi jika ada pemesanan terhadap jenis ikan koi yang tidak ada disini mas”⁶¹

Senada dengan hasil obserrvasi tersebut, Mas Rudi selaku karyawan budidaya ikan koi ini juga memaparkan bahwa:

Seperti yang dikatakan mas Heru benar mas, jadi kami disini untuk memperoleh jenis ikan yang tidak ada disini kami melakukan kerja sama antar pembudidaya ikan koi, karena dengan cara ini para pembudidaya ikan koi bisa saling mensupport untuk keberhasilan usahanya mas, Pembudidayaan disini masih melakukan pengembangan jenis baru untuk memunculkan jenis-jenis ikan koi yang kami inginkan mas, supaya untuk pelanggan yang membutuhkan jenis ikan koi yang diinginkan kami sudah siap untuk stoknya mas,⁶²

Dari penjelasan di atas tentang jenis-jenis ikan koi di tempat budidaya ini tidak semuanya ada dan masih melakukan pengembangan jenis baru untuk menambah jeni ikan yang tidak ada di tempat pembudidayaan ini, Hal ini di kuatkan dengan bukti dokumentasi jeni-jenis ikan koi sebagai berikut:



Gambar 4.3
Jenis-jenis ikan koi (Kohaku, Showa, Thanco, Shiro utsuri, Hi utsuri, Komunryu, Nagashima, dan Shiro bekko) ⁶³

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶¹ Heru, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 13 Juli 2024.

⁶² Rudi, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 13 Juli 2024.

⁶³ Dokumentasi, Bondowoso, 13 Juli 2024.

Dari setiap produk yang di kembangkan dan diperjual belikan tentunya memiliki keunggulan atau kelebihan. Mas Wildan selaku karyawan pada usaha budidaya ikan koi ini menjelaskan bahwa:

“Dalam menentukan suatu kualitas produk bagus tidaknya itu sangat perlu dalam usaha budidaya ikan koi ini mas. tentunya hal yang harus paling diperhatikan yaitu kebersihan kolam juga perairannya yang harus benar-benar bersih, terus juga pemasangan aerator untuk memenuhi kebutuhan kadar oksigen terlarut dalam air yang dimana alat ini sangat penting untuk kelangsungan hidup ikan didalam kolam, dengan ini kami bisa memiliki produk yang berkualitas saat nantinya siap panen mas.”⁶⁴

Lanjutan dari pernyataan di atas, Mas Heru selaku karyawan juga di usaha budidaya ikan koi ini menjelaskan bahwa:

“iya benar mas apa yang dikatakan mas Wildan tersebut. dalam menentukan kualitas produk ini juga perlu penanganan khusus mas agar ikan itu tidak stress saat dilepaskan dikolam, tentunya pemilihan bibit ikan koi yang sehat setelah itu harus dikarantina terlebih dahulu sekitar 5-10 menit setelah itu bisa dilepaskan ke kolam pembesaran mas.”

Hasil observasi ini mas Rudi selaku karyawan budidaya ikan koi disini juga memaparkan bahwa:

“Selepas di tebar di kolam pembesaran penanganan ian koi harus diperhatikan dari segi pengecekan suhu air, pemberian pakan yang rutin dan berkualitas sesuai porsinya dan juga pemberian garam, tumbuhan air seperti cabomba pada kolam agar dapat terhindar dari penyakit atau kutu air, supaya hasil ikan koi yang kita peliharaan ini berkualitas bagus dan sehat mas, sehingga nantinya saat dipasarkan para pecinta ikan hias ini tertarik untuk membelinya mas dan tentunya kami tidak hanya mementingkan usaha ini tetapi juga dari segi pelayanan dan kepuasan pelanggan yang kami harus dilakukan mas.”⁶⁵

⁶⁴ Wildan, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 13 Juli 2024.

⁶⁵ Heru, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 13 Juli 2024

Hasil wawancara diatas diperkuat oleh dokumentasi berikut:



Sumber: Data diperoleh peneliti pada saat melakukan observasi

Gambar 4.4
Tempat Kolam Pengembangan Ikan Koi⁶⁶

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, kualitas produk yang baik dan bagus dapat menarik para pecinta ikan koi ini, dan dengan produk yang berkualitas bagus dapat meningkatkan pemasaran juga pendapatan yang meningkat dan di jadikan sebagai tambahan pendapatan pada masyarakat.

b. Pengembangan Varietas

Untuk menambah ketertarikan pelanggan dalam pengembangan produk budidaya ikan koi yaitu dengan melakukan pengembangan varietas. Dimana pengembangan varietas ini bertujuan untuk memperkenalkan varietas ikan koi baru dengan pola dan warna yang

⁶⁶ Dokumentasi, Bondowoso, 13 Juli 2024.

unik supaya menciptakan strain yang menarik bagi penggemar ikan koi⁶⁷. Seperti yang paparkan oleh Bapak Bhery bahwa:

“Dalam proses pengembangan varietas ini kami para petani ikan koi tentunya memilih indukan ikan koi dengan warna, pola dan ukuran yang diinginkan untuk meningkatkan kemungkinan generasi berikutnya memiliki kualitas yang sama atau bisa lebih bagus mas”⁶⁸

Hal ini juga di jelaskan oleh Mas Rudi selaku tenaga kerja pada usaha budidaya ikan koi ini sebagai berikut:

“Untuk menciptakan varietas baru kami tidak hanya mengembangkan dengan satu jenis ikan koi mas, Tetapi kami juga melakukan seleksi genetik dengan cara kawin silang pada ikan koi mas, dengan cara ini mengawinkan ikan dengan karakteristik yang berbeda bisa menghasilkan keturunan atau generasi berikutnya supaya memiliki warna dan corak yang lebih bagus dan juga unik mas, dari hasil tersebut kami bisa memasarkan produk kami melalui pameran atau mengikuti kontes supaya dapat menarik para pecinta ikan koi mas.”⁶⁹

Dari penjelasan di atas peneliti juga menanyakan tentang jenis apa yang di kembangkan dalam pengembangan varietas tersebut? mas

Heru selaku karyawan budidaya ikan koi memaparkan bahwa:

“Untuk proses kawin silang saat ini kami menggunakan jenis ikan koi Showa dan Shiro mas, karena dengan bentuk tubuhnya yang bagus dan warna yang menarik memungkinkan untuk mendapatkan jenis keturunan ikan koi yang lebih menarik lagi mas.”

⁶⁷ Observasi usaha budidaya ikan koi, Sumber Kemuning, Bondowoso, 15 Juli 2024

⁶⁸ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 15 Juli 2024

⁶⁹ Rudi, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 15 Juli 2024.



Sumber: Data di peroleh peneliti pada saat meakukan observasi.

Gambar 4.5
Proses Kawin Silang Jenis Ikan Koi Showa Dan Shiro⁷⁰

Dari penjelasan di atas melalui proses ini, pengembangan varietas baru pada ikan koi dapat menciptakan produk yang inovatif dan menarik bagi penggemar ikan koi, juga dapat memperkenalkan varietas baru ini melalui pameran, publikasi dan pemasaran untuk menarik minat pembeli dan kolektor, serta dapat meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk di pasar.

2. Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemnuning.

Strategi pemasaran budidaya ikan koi dapat berperan signifikan dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim. Strategi pemasaran merupakan salah satu langka yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan supaya dapat mencapai target atau tujuannya. Setiap perusahaan pastinya mempunyai tujuan untuk perusahaannya, baik itu

⁷⁰ Dokumentasi, Bondowoso, 15 Juli 2024.

tujuan jangka menengah atau tujuan jangka panjang. Untuk mencapai tujuan tersebut pastinya perusahaan membutuhkan strategi yang tepat.⁷¹

Strategi pemasaran pada usaha budidaya ikan koi ini terdapat beberapa aspek diantaranya:

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar pada usaha budidaya ikan koi merupakan salah satu langkah penting untuk memahami dan menjangkau kelompok-kelompok konsumen yang berbeda berdasarkan karakteristik dan kebutuhan mereka. Segmentasi pasar penting untuk dilakukan karena membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya secara efisien dan menciptakan pemasaran yang lebih efektif. Seperti yang di paparkan oleh Bapak Bhery yaitu:

“Untuk segmentasi pasar ini mas kami para petani biasanya terjun langsung kepasar terlebih dahulu untuk melakukan riset, supaya apa yang dibutuhkan dipasar atau para konsumen itu kami tahu mas, agar kedepannya itu apa yang dibutuhkan dipasar itu kami sudah siap untuk memasarkan produk kami mas.”⁷²

Senada dengan pernyataan di atas, Mas Wildan juga menjelaskan bahwa:

“Kami melakukan segmentasi pasar berdasarkan lokasi, para peminat ikan koi dan juga penggunaan produk mas, karena dengan segmen tersebut kami bisa mengidentifikasi target pasar di daerah sekitar tempat budidaya seperti penjual ikan hias local mas.”⁷³

⁷¹ Observasi, usaha budidaya ikan koi Sumber Kemuning, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁷² Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁷³ Wildan, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

Dari penjelasan tersebut peneliti juga menanyakan tentang, Siapakah target utama dari usaha budidaya ikan koi ini? Apakah mereka dikalangan usia anak muda atau dewasa? Disini mas Heru menjelaskan bahwa:

“Untuk target kami dipasaran yaitu disemua kalangan mas karena banyak sekali para pecinta ikan koi dari kalangan anak muda sampai dewasa bahkan ada juga dikalangan yang sudah lanjut usia tertarik dengan keindahan ikan koi ini mas, dan yang utama pastinya para penggemar ikan koi atau kolektor ikan hias yang mengoleksi berbagai ikan hias yang dijadikan hiasan atau juga kontes mas.”⁷⁴

Di lanjutkan dengan penjelasan dari mas Rudi selaku karyawan usaha budidaya ikan koi bahwa:

“Jadi gini mas, untuk dikalangan anak muda biasanya itu mereka memelihara untuk melakukan usaha budidaya juga mas, karena disekitaran daerah disini banyak yang tertarik untuk melakukan usaha budidaya ini mas. Sedangkan untuk orang dewasa mereka itu biasanya membelinya untuk dipelihara dan dijadikan ikan kontes mas.”⁷⁵

Untuk mendapatkan data yang lebih mendalam lagi peneliti juga menanyakan, Apa yang lebih penting bagi pelanggan saat membeli ikan koi? Disini Bapak Bhery selaku pemilik budidaya ikan koi disini menjelaskan bahwa:

“Dari pengalaman kami disini mas para pelanggan itu pastinya mementingkan kualitas, harga, warna, pola, dan jenis dari ikan koi. Jadi kami saat melakukan segmentasi pasar kami tidak luput dari semua itu, karena perilaku pelanggan berbeda beda jadinya kami sebisanya menyeimbangi apa yang pelanggan inginkan supaya produk kami saat ingin dipasarkan cocok dengan pembeli dan kami siap untuk memasarkan apa yang pelanggan inginkan mas.”⁷⁶

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁴ Heru, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁷⁵ Rudi, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁷⁶ Bhery Subayri, Diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

Berdasarkan penjelasan tersebut segmentasi pasar yang dilakukan oleh Bapak Bhery beserta karyawannya yaitu menentukan keinginan pasar dan pelanggan supaya apa yang dipasar perlukan dari usaha budidaya ikan koi milik Pak Bhery ini siap untuk dipasarkan berdasarkan permintaan pelanggan. Dengan memahami dan penerapan segmentasi pasar ini, para peternak usaha budidaya ikan koi ini dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan penjualan serta pemasaran dan juga memperkuat posisi dipasar.

b. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Kualitas

Dalam usaha pastinya ada penetapan harga tentunya harus sesuai dengan harga yang berada di pasaran, supaya tidak mematkan harga di pasar pada penjual lainnya, selain itu harga harus sesuai dengan produk yang siap untuk dipasarkan. Dalam penetapan harga ikan koi di sini dapat di lihat dari ukuran dan jenis ikan koi yang di mana kualitas dapat menentukan harga, semakin bagus kualitasnya maka harga bisa lebih dari biasanya.

Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Bhery bahwa:

“Dalam penetapan harga disini mas, kami melakukan penyortiran ikan dari jenis, kualitas, dan ukuran mas, karena setiap ikan koi disini memiliki kualitas dan ukuran yang berbeda dimana kualitas dan ukuran ini yang bisa menentukan harga untuk dipasarkan mas. untuk penjualan ikan koi disini kami menjualnya mulai dari ukuran 10-20 cm yang harganya itu Rp 10.000 – Rp 20.000 dan juga ada yang berukuran 20-25 cm, kami menjualnya dengan harga Rp 15.000 – Rp 30.000 dari

harga-harga tersebut mas bisa berubah karena kualitas, jenis dan ukuran dari ikan koi sendiri mas.”⁷⁷

Hal ini juga diungkapkan oleh Mas Heru selaku karyawan pada usaha budidaya ikan koi ini bahwa:

“Betul mas, harga ikan koi tersebut bisa berubah karena kualitasnya dan jenis, ukurannya, misalnya ikan koi dengan jenis Showa,Shiro Utsuri,Sanke dan ukurannya diatas 50 cm itu bisa sekitaran Rp 400.000 lebih tergantung pola dan warnanya mas, Dari jenis,kualitas,pola,ukuran,dan warna kami bisa melakukan penetapan harga.”⁷⁸

Dari penjelasan di atas penetapan harga berdasarkan kualitas bisa di ukur dengan pola,warna,jenis, dan ukuran. Peneliti juga menanyakan tentang, Apakah penetapan harga ikan koi ini sama dengan pasaran? Mas Rudi selaku karyawan di tempat usaha budidaya kan koi menjelaskan bahwa:

“Untuk harga biasanya kami menyesuaikan dengan pasar mas,seumpama dipasar naek disini juga ikut naek tidak hanya itu mas, biasanya terjadi persaingan di pasar yang dimana biasanya menjual ikan dengan harga murah dengan cara mengobral mas, sehingga bisa menyebabkan ketidak stabilan harga mas.”

Bagaimana cara mengatasi masalah tersebut?

“Jadi untuk menghadapi masalah tersebut yang kami lakukan ini pastinya tetap melakukan yang terbaik untuk konsumen seperti menjaga kualitas ikan, kesehatan ikan, kebersihan kolam, dan juga pakan yang teratur mas supaya produk kami tetap terjaga dan bagus mas, dengan ini kami bisa menetapkan harga yang sesuai dengan kualitasnya mas, karena para konsumen pastinya akan tertarik untuk membeli porduk yang berkualitas dan bagus mas, Jadi kami itu tidak terlalu khawatir untuk masalah seperi itu mas karena kualitas ikan yang seperti itu biasanya tidak bagus.”⁷⁹

⁷⁷ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁷⁸ Heru, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁷⁹ Rudi, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024

Dari penjelasan di atas dengan menerapkan strategi penetapan harga berdasarkan kualitas para peternak budidaya ikan koi menentukan harga-harga dengan jenis, pola, warna dan ukurannya sehingga bisa menarik para pelanggan untuk membelinya karena kualitasnya yang bagus. Para pembudidaya ikan koi ini dapat meningkatkan pendapatan mereka dan secara keseluruhan dapat membantu mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar.

c. Strategi Promosi

Promosi merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan minat dan permintaan terhadap suatu produk perusahaan agar dapat di kenal oleh masyarakat luas. tujuan dari promosi adalah untuk menarik perhatian pelanggan, memperkenalkan produk dan mendorong untuk melakukan pembelian. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik secara langsung maupun secara tidak langsung, pada usaha budidaya ikan koi ini promosi yang dilakukan yaitu dengan cara langsung dan tidak langsung. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Bhery, bahwa:

“Kami disini melakukan penjualan dengan dua cara mas, yaitu dengan cara promosi langsung dan tidak langsung mas, dimana promosi langsung ini melibatkan komunikasi langsung dengan pelanggan yang ingin membeli ikan kami mas, promosi langsung ini bisa langsung ketempat kami juga bisa lewat telfon seperti itu mas, sedangkan promosi tidak langsung kami melakukan dengan cara memposting produk kami di sosial media seperti Facebook, Instagram dan tempat kami sudah ada di google map mas supaya mempermudah penjualan dan para pembeli tidak kebingungan seperti itu mas.”⁸⁰

⁸⁰ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024

Senada dengan pernyataan diatas, Mas Rudi selaku karyawan pada usaha budidaya ikan koi ini juga menjelaskan bahwa:

“Promosi yang kami lakukan disini tidak hanya dilokasi dan media sosial saja mas, tetapi juga terkadang berpartisipasi mengikuti event atau kontes yang diadakan didaerah sekitar mas, untuk meningkatkan eksposur dan menarik perhatian target pasar mas, dengan cara ini kami bisa mendapatkan perhatian masyarakat dan secara tidak langsung kemungkinan besar meningkatkan penjualan kami mas.”⁸¹

Hal ini juga di jelaskan oleh Mas Wildan tentang seberapa besar peran sosial media dalam strategi promosi pada usaha budidaya ikan koi ini?

“Untuk promosi yang dilakukan di sosial media itu berperan sangat penting mas, karena membantu penjualan dan memudahkan para petani ikan koi dalam menjual produknya mas. Seiring berkembangnya zaman mas teknologi kan sekarang sudah canggih semua dan hampir semua orang pastinya menggunakannya jadi kami disini memanfaatkan sosial media dengan sebaik mungkin untuk memperkenalkan produk kami di sosial media mas.”⁸²

Dari penjelasan di atas, Peneliti juga menanyakan apa tujuan utama dari promosi dalam usaha budidaya ikan koi ini? Bapak Bhery selaku pemilik usaha budidaya ikan koi ini menjelaskan bahwa:

“Tujuan kami disini pastinya untuk meningkatkan penjualan mas, karena dengan melakukan promosi pastinya banyak peminat ikan koi tertarik dengan produk yang kami jual mas.”⁸³

Karyawan dari usaha budidaya ikan koi ini yaitu Mas Heru juga menjelaskan bahwa:

“Tujuan kami disini tidak hanya meningkatkan penjualan mas, Tetapi juga untuk memperkenalkan produk baru yang dimana

⁸¹ Rudi, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁸² Wildan, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

⁸³ Bhery Subayri, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

kami sudah melakukan pengembangan varietas baru untuk menghasilkan bibit-bibit unggul. Dari hasil tersebut kami bisa menunjukkan hasil kami dipasaran mas.”⁸⁴

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan strategi promosi ini usaha budidaya ikan koi ini bisa menarik lebih banyak perhatian dari masyarakat atau para pecinta ikan koi. Dalam hal promosi para pembudidaya ikan koi tidak hanya mengandalkan penjualan di tempat saja tetapi juga dengan seiring berkembangnya zaman pembudidaya ikan koi ini juga mengandalkan media sosial untuk dijadikan alat bantu pemasaran dan memudahkan produknya supaya dapat dikenal masyarakat luas. yang dimana pada akhirnya dapat membantu mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi Pengembangan Produk Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning.

Dalam upaya mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning dengan melalui usaha budidaya ikan koi terdapat beberapa strategi pengembangan produk yang peneliti temukan. Strategi pengembangan produk merupakan segala sesuatu aktifitas yang dijalankan oleh pasar untuk mendapatkan perhatian, di beli, dipergunakan atau di konsumsi supaya dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁴ Heru, diwawancara oleh penulis, Bondowoso, 16 Juli 2024.

sesuai perkembangan zaman.⁸⁵ Dengan melakukan pengamatan pada usaha budidaya ikan koi di Desa Sumber Kemuning para petani ikan koi tersebut menerapkan beberapa strateginya diantaranya:

a. Kualitas Produk

Dalam kualitas produk pada usaha budidaya ikan koi ini peneliti menemukan langkah-langkah yang diterapkan pada usaha budidaya ikan koi ini diantaranya:

Memperhatikan kebersihan kolam, dengan memperhatikan kebersihan kolam pada usaha budidaya ikan koi ini sangat berpengaruh terhadap kualitas produk, karena produk yang berkualitas dan bagus tentunya dapat meningkatkan penjualan atau pemasaran.

Penangan khusus pada ikan koi, pada langkah ini para petani usaha budidaya ikan koi menerapkan penanganan khusus pada ikan dengan tujuan mendapatkan kualitas yang bagus. dengan cara ini petani memilih bibit-bibit yang bagus dan di pelihara dengan baik yang di mana sebelum memasuki kolam tentunya harus di karantina terlebih dahulu sekitar 5-10 menit supaya ikan nantinya tidak stress dalam kolam dan rutin memberikan pakan yang berkualitas, pengecekan suhu air, pemberian garam supaya terhindar dari penyakit dan kutu air. dengan penerapan tersebut bisa dapat menghasilkan kualitas ikan yang bagus dan sehat. dengan hasil yang berkualitas dapat meningkatkan pemasaran dan menarik para pecinta ikan koi untuk membelinya.

⁸⁵ Holifian Daulat Tambun Saribu, dan Eoudia Grace Maranatha, "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap penjualan PT Astragraphia Medan", Jurnal Manajemen 6, no.1 (Januari-Juni 2020): 2, <http://ejournal.lmiimedan.net>.

Kualitas produk yang dilakukan perusahaan yaitu untuk memodifikasi atau memperbaiki produk yang ada atau melakukan inovasi produk yang masih terkait dengan produk yang masih dijalankan. Dengan hal ini, produk yang di modifikasi dapat di pasarkan oleh konsumen dengan pemasaran yang ada. Strategi ini di gunakan untuk memuaskan konsumen strategi ini juga dapat melakukan peningkatan daya tarik produk para konsumen.⁸⁶

Pendapat peneliti tentang kualitas produk pada ikan koi sangat penting karena mempengaruhi daya tarik, harga jual, dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk juga ditentukan oleh bentuk tubuh ikan koi kualitas warna, pola dan kesehatan pada ikan. Pembudidaya yang foku pada aspek-aspek ini serta menjaga lingkungan budidaya yang optimal dapat menghasilkan ikan koi berkualitas tinggi yang diminati pasar.

b. Pengembangan varietas

Pengembangan varietas pada usaha budidaya ikan koi ini dapat menciptakan produk baru dari segi warna dan corak pada ikan dimana dengan cara ini dapat menarik para penggemar ikan koi untuk membelinya. Dengan melakukan cara ini petani ikan koi tentunya memilih indukan yang bagus dan ukuran yang diinginkan supaya hasilnya berkualitas dan lebih bagus.

Pada pengembangan varietas usaha budidaya ikan koi di Desa

Sumber Kemuning ini tidak hanya melakukan pengembangan pada satu

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁶ Yaumul Hadi, Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurame Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pesanggrahan Kecamatan Montong Kabupaten Lombok Timur, (*Sripsi* UIN Mataram, 2023), 15.

jenis ikan saja tetapi juga dengan melakukan cara kawing silang pada ikan koi jenis yang berbeda. Jenis ikan koi yang dikembangkan untuk memunculkan varietas baru di tempat usaha budidaya ikan koi ini yaitu jenis ikan koi Showa dan Shiro, Dengan cara ini para petani usaha budidaya ikan koi dapat menghasilkan keturunan dengan corak yang unik dan bagus dari ikan koi tersebut sehingga hasil tersebut bisa dipasarkan melalui pameran dan juga mengikuti kontes agar para pecinta ikan koi dapat tertarik dan juga dapat meningkatkan nilai jual pada ikan dipasar.

Pendapat peneliti tentang pengembangan varietas pada usaha budidaya ikan koi ini yaitu strategi inovatif yang dapat memberikan nilai tambah dan keunggulan dasar ikan hias.

2. Strategi Pemasaran Usaha Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning.

Pada usaha budidaya ikan koi strategi pemasaran berperan secara signifikan dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim di Desa Sumber Kemuning. Strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan barang maupun jasa untuk keberlangsungan usahanya. Dikarenakan pemasaran adalah salah satu kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen.⁸⁷

⁸⁷ Dhea Nita Syafina Rambe, Nur Aslami, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global", El - Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol 1, No 2, (2021): 215, <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

Peneliti disini menemukan tiga strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha budidaya ikan koi di Desa Sumber Kemuning, Diantaranya:

a. Strategi Segmentasi Pasar

Pada usaha budidaya ikan koi ini pemilik melakukan strategi pemasaran dengan cara segmentasi pasar, yang dimana segmentasi pasar ini dilakukan dengan cara terjun langsung kelapngan untuk melakukan riset yang bertujuan untuk mengetahui, memahami apa yang terjadi di pasar dan dibutuhkan dipasar sehingga bisa dapat menargetkan dan tujuannya. Dengan melakukan segmentasi pasar ini petani usaha budidaya ikan koi di Desa Sumber Kemuning ini dapat mengetahui apa yang dibutuhkan pasar atau perilaku konsumen, sehingga kedepannya sudah siap untuk memasarkan produknya.

Pendapat peneliti tentang segmentasi pasar ini yaitu dengan menerapkan segmentasi pasar pada usaha budidaya ikan koi dapat mengembangkan strategi pemasaran dengan lebih efektif dan juga dapat meningkatkan pemasaran, pendapatan serta memperkuat posisi di pasar. Dimana segmentasi ini merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi pasar. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target market akan memberikan suatu acuan dan basis bagi penentuan positioning juga faktor kunci untuk mengalahkan pesaing, karena konsumen yang terlalu heterogen itulah maka perusahaan perlu

mengelompokkan pasar menjadi segmen-segmen pasar, lalu memilih dan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai sasaran.⁸⁸

Dengan adanya hal ini, maka perusahaan terbantu untuk mengidentifikasi peluang pasar dengan lebih baik, dengan demikian perusahaan dapat mengembangkan produk yang tepat, dapat menentukan saluran distribusi dan periklanan yang sesuai dan efisien serta mampu menyesuaikan harga bagi barang atau jasa yang ditawarkan bagi setiap target pasar.

b. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Kualitas

Strategi yang di terapkan pada usaha budidaya ikan koi milik Bapak Bhery ini yaitu dengan cara menentukan jenis, ukuran dan kualitas pada ikan koi. Dengan adanya kualitas pastinya akan berbeda juga harganya, di tempat usaha budidaya ikan koi ini melakukan penyortiran atau pemilihan ikan sesuai jenis, corak, bentuk tubuh ikan, dan warna supaya dapat menentukan kualitas, dan siap dipasarkan sesuai dengan kreterianya.

Dengan malakukan strategi penetapan harga berdasarkan kualitas ini petani usaha budidaya ikan koi dapat meningkatkan pendapatan meraka dan mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar.

c. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan pada usaha budidaya ikan koi ini terdapat dua cara yaitu promosi langsung dan promosi tidak langsung.

⁸⁸ Sonithe Gea, "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan", *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, (2022), 48-54, <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>.

Dimana promosi ini merupakan salah satu strategi pemasaran suatu produk dengan cara memberikan informasi yang benar dan tepat agar konsumen dapat tertarik pada produk yang dijual.⁸⁹ Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang langsung berhubungan dengan konsumen.

Promosi langsung yang dimaksud adalah promosi yang dilakukan secara langsung atau berkomunikasi langsung dengan pelanggan yang ingin melakukan pembelian ikan koi, dimana promosi ini bisa langsung ditempat ataupun bisa dengan cara telfon.

Sedangkan promosi tidak langsung yang dilakukan pada usaha budidaya ikan koi ini yaitu dengan cara memposting produknya di sosial media seperti Facebook dan Instagram. Tempat usaha budidaya ikan koi ini sudah ada google map untuk mempermudah penjualan dan pembeli tidak kebingungan.

Promosi yang dilakukan pada usaha budidaya ikan koi ini juga mengikuti event dan kontes untuk meningkatkan eksposur supaya menarik perhatian target pasar. Penerapan startegi promosi pada usaha budidaya ikan koi ini dapat menarik banyak perhatian masyarakat terutama para pecinta ikan koi dan juga dengan mengandalkan sosial media usaha budidaya ikan koi dapat mengembangkan produknya lebih luas lagi sehingga dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁹ Saida Zainurossalamia, Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi. (Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 31-34.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah peneliti jelaskan diatas, maka apat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pengembangan produk budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning yaitu dengan menggunakan dua strategi. 1) kualitas produk, dalam melakukan pemasaran produk usaha budidaya ikan koi tentunya memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan supaya dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan meningkatkan penjualan. 2) Pengembangan Varietas yaitu memperkenalkan jenis ikan koi baru dengan pola, warna yang unik supaya menciptakan strain yang menarik bagi penggemar ikan koi, serta untuk memperkanlakan varietas baru melalui pameran atau kontes yang dapat meningkatkan nilai jual produk dipasar.
2. Strategi pemasaran budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim Desa Sumber Kemuning. Dalam melakukan pengembangan perekonomian masyarakat dengan strategi pemasaran budidaya ikan koi petani melakukan dengan tiga strategi. 1) Segmentasi pasar yakni untuk mendaptkan informasi langsung dari pasar supaya dapat memahami apa yang konsumen butuhkan. 2) Strategi penetapan harga berdasarkan kualitas pada usaha budidaya ikan koi ini penetapan harga dilakukan dengan berdasarkan ukuran, jenis dan kualitas

pada ikan yang dimana kualitas ikan dapat menentukan harga, semakin bagus ikan semakin meningkat juga harga ikan koi pada udaha budidaya ini. 3) Strategi promosi, usaha budidaya ini melakukan dengan dua cara yaitu promosi langsung dan tidak langsung dimana promosi langsung bisa dilakukan dengan bertatap muka di tempat dan bisa melalui media telfon dengankan promosi tidak langsung yaitu dengan menggunakan sosial media.

B. Saran-saran

1. Bagi petani usaha budidaya ikan koi perlu adanya strategi-strategi lainnya seperti strategi marketing mix yang dimana mencakup strategi pengembangan, perencanaan dan pelaksanaan yang bertujuan mencapai keberhasilan usaha tersebut supaya ada pemahaman lebih lanjut seperti pelatihan dan pendidikan untuk masyarakat supaya mengenal lebih jauh lagi tentang budidaya ikan koi. Juga perlu menerapkan sistem manajemen yang baik seperti manajemen risiko yang dimana dapat mengidentifikasi risiko seperti perubahan cuaca, penyakit ikan, dan fluktuasi pasar agar dampak risiko bisa diminimalisasi.
2. Perlunya ada penerapan lebih lanjut terhadap strategi promosi pada usaha budidaya ikan koi, yang di mana promosi ini harus juga membuat konten atau video yang menarik agar menunjukkan keindahan ikan koi dan proses pembudidayaannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Alaslan, Amtai, *Metode Penelitian Kualitatif*, Depok, PT Rajagrafindo Persada 2021 <https://www.academi.edu/80228820/MetodePenelitianKualitatif>.

Al-Qur'an dan Terjemah, Kementerian Agama.

Amanda, Dimas Rizki, *Analisis Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Badamn Usaha Milik Desa (BUMBES)*, (Skripsi, UIN Lampung, 2019)

Amanullah, Muhammmad Fahrul Aziz, Maria Agatha Sri W.H, "Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Doroampel Kecamatan Sumbergempol kabupaten tulungagung tahun 2024," *Jurnal ilmiah multidiscipline* volume 2, no.1, (2024), <https://doi.org/10.5281/zenodo.10580292>.

Amanulloh, Muhammad Fahrul Aziz, Maria Agatha Sri W. H, "Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Doroampel Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung Tahun 2024", *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol 2, No 1, 2024, <https://doi.org/10.5281/zenodo.10580292>.

Arifin, Noor, Ilmu Sosial Dasar Untuk IAIN semua Fakultas dan Jurusan Komponen MKU, Bandung : CV Pustaka Setia, 1997.

Asnawi, Abdul Hfiz Ihza Mahendra, "Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Gantra Betta Fish Tulungagung Dalam Perspektif SWOT Dan BMC", *Jurnal Riset Ekonomi* Vol,1 No.4(2022): <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.749>.

Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Desi, Rahmadhani, Ayu Lana Nafisyah, "Aplikasi Mesin Otomasi Pakan (Autofeeder) pada Kolam Budidaya Ikan Koi di Kabupaten Blitar," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, no 4 (2024), <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i4.1087>.

Dewi, Widyasari Surya, Strategi Pengembangn Usaha Budidaya Ikan Koi (cyprinus carpio) di Desa Kemloko Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar, (Skripsi, Uiversitas Brawijaya Malang, 2014)

Fitriah, Yuladul, Nafilathul Layli Ramadhaniah, Drian Fahrif Gofur, Zulfa Dwi Diana Putri, Nurul Setianingrum, "Strategi Dalam Menghadapi Tantangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Di Era Digital", *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Vol 2, No 10, Oktober 2024 <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i10.960>.

Gea, Sonitehe, “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan”, *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, (2022) <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>.

Hadi, Yaumil, *Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurame Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pesanggrahan kec. Montong Gading Lombok Timur*, (Skripsi, UIN Mataram, 2023).

Harun, Mohamad. “Pengaruh Pemberian Pakan Alami *Tubifex sp*, *miona sp*, dan Jentik Nyamuk, Terhadap Pertumbuhan Benih Ikan Koi (*Cyprinus Carpio*) 2016.

Hidayatullah, M.F, Ayu Indahwati, Nurul Setianingrum, Ahmadiono, “Strategi Pemasaran Produk Mitraguna Di Bank Syariah Indonesia”, *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol 6, No 2 (2024), <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4123>.

Holifian, Daulat Tambun Saribu, dan Eoudia Grace Maranatha, “Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap penjualan PT Astragraphia Medan”, *Jurnal Manajemen* 6, no.1 (Januari-Juni 2020) <http://ejournal.lmiimedan.net>.

https://id.wikipedia.org/wiki/Sumber_Kemuning,_Tamanan,_Bondowoso.

Husain, Muhammad Aly, Khamdan Rifa’i, Dan Abd Rokhim, “ Aanalisi Strategi Bauran Pemasaran Islam Pedagang Pasar Tradisional Di Kabupaten Lumajang” *Indonesian Journal Of Islamic & Finance*, Vol 4, No 2 (Desember 2021), 2, <https://jurnalpasca.uinkhas.ac.id/index.php/IJIEF/article/view/1820>.

Husniar, Farah, Tita Resita Sari, “Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan” *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN AKUNTANSI* 3, No,2 (Agustus 2023), <https://10.55606/jurima.v3i2.2156>.

Ismi, Hayatul, Hasby Abiyyu Farras,”Strategi peningkatan usaha pemasaran ikan hasil budidaya keramba jaring apung masyarakat Desa Kampung Panjang”, *Unri Conference Series: Community Engagement*, Vol 4, (2022) <https://doi.org/10.31258/unricsce.4.255-260>

Kusrini, Eni Sawung Cindelaras,”Pengembangan Budidaya Ikan Koi (*Ciprynus Carpio*) Lokal Di Balai Penelitian Dan Pengembangan Budidaya Ikan Hias Depok,” *Jurnal Media Akuakultur* Vol. 10 No. 2, 2015.

Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat Perspektif Kebijakan Publik*, Bandung :Alfabeta, 2012.

- Mashur, Dadang, Fadel M. Azhari, & Putri Zahira..”Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Budidaya Ikan Air Tawar Di Kabupaten Pasaman” *Jurnal Niara*, 13,no 1 (2020), <https://doi.org/10.31849/niara.v13i1.3969>.
- Miles, Matthew B. & A Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia UI-Press, 2014).
- Mubyarto, *Ekonomi Rakyat, Program IDT Dan Demokrasi Ekonomi Indonesia*, Yogyakarta: Aditya Media, 1997.
- Musyafah, Aisyah Ayu, Perkembangan Perekonomian Islam Di Beberapa Negara Di Dunia, “*Journal Diponegoro Private Law Review*”, Vol 4, No 4, 2019, <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr/article/download/5103/2712>.
- Nasution, Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif* , Bandung: Harva Creative, 2023.
- Nawawi, Ismail , *Ekonomi Islam-Perspektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum*, Surabaya, Putra Media Nusantara, 2009.
- Neli, Pengembangan Ekonomi Umat, “*Journal Cross-Border*”, Vol 2, No 2, 2019, <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/CrossBorder/article/download/711/561/>.
- Pangestu, Rachman Fadly, “*Kajian Aspek Ekonomi Masyarakat Dalam Pengembangan Budidaya Ikan Di Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara*”, Skripsi Univeritas Pancasila Tegal 2020.
- Pasirabu, Syaiful Akhyar,”Strategi pengembangan usaha budidaya ikan hias koi (Cyprinus carpio) di Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin”(Skripsi,UMSU Sumatra Utara,2020)
- Prasetyo, Eko, Pemberdayaan Perempuan Melalui Kelompok Budidaya Ikan “Mina Lestari” Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung, (Skripsi, IAIN Tulungagung ,2019).
- Purwanto, Heri, Edi Andriansyah, Deden Rizal, Bela Ardilla, Fitri Yani Sa’adah, Risma Siti Cahyani” “ Peningkatan ekonomi masyarakat berbasis budidaya ikan koi sebagai unggulan Desa Cibubuan Sumedang”, *Communnity Development Journal*, Vol.4 No. 4, 2023, <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.20018>.

- Putri, Ayuni Dwi, Khadijah Nurani. “Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Nila Di Danau Maninjau Nagari Tanjung Sani Kabupaten Agam” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1 No. 6, November 2023, <https://j-economics.my.id/index.php/home/index>.
- Rahayu, Andra Rejekining, “Manajemen Strategi Usaha Perikanan Budaya Ikan Hias Berbasis Komoditas Unggulan Di Kabupaten Tulungagung”, *Jurnal Agribisnis*, Vol, 24, No 1 2024, <https://doi.org/10.32503/agribisnis.v24i2.5877>.
- Rambe, Dhea Nita Syafina, Nur Aslami “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global”, *El - Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 1, No 2, 2021, <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>.
- Rusda, Moh.Ulimta ,Citra Mulya Sari.”Upaya peningkatan perekonomian masyarakatmelalui budidaya ikan koi di Desa Kemloko Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar”*e-jurnal apresiasi ekonomi*, Vol 11, No 1, 2023.
- Rusman, Abd Hadi, Asrori, *Penelitian Kualitatif*, Purwokerto: CV, Pena Persada.
- Saputra, Mohammad Iqbal Rasyid Dwi,”Upaya Pemberdayaan Masyarakat Muslim Dalam Peningkatan Pendapatan Melalui Budidaya Ikan Koi”(Skripsi,UIN Walisongo Semarang 2021).
- Setiawan, Bangkit “*Pengembangan Budidaya Ikan Air Tawar Rekreatif Di Karanganyar*”, Universitas Muhamadiyah Surakarta, April 23 ,2016.
- Sipni, “Analisis Pemsaran Budidaya Ikan Hias Tawar Dalam Persepektif Ekonomi Islam”,(Skripsi, STAI AULIAURRASYIDIN, 2021)
- Sofiah, “Rekonturksi Ekowisata Dan Pemberyaan Ekonomi Masyarakat Melalui Halal Tourism”, *Journal Prooceddings Of Annual Converence For Muslim Scholars* Vol 6, No 1, 2022, <https://doi.org/10.36835/ancoms.v6i1.349>.
- Susanto, Dedi, M.Syahrani Jailani, Risnita, “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah”, *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, Vol 1, No 1 (Mei 2023), <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Suyoto, Musnaini, Yohanes Totok, Wiwik Handayani, Muhammad Jihadi. *Manajemen Pemasaran*, Sumatra Barat: Cv Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Umar, Husein *Strategic Management in Action*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum, 2001.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-2177/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

20 Desember 2023

Kepada Yth.
Pemilik Bheri Koi Bondowoso
Jl. Sumber Kemuning Kerajan

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Muhamad Lukman Hakim
NIM : 203105020003
Semester : 7 (tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Strategi Budidaya Ikan Koi Dalam Menciptakan Lapangan Kerja Pada Masyarakat Desa Sumber Kemuning "Studi Kasus Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso". di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

An. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bhery Subayri
Jabatan : Pemilik Usaha Budidaya Ikan Koi
Alamat : Jl. Sumber Kemuning Tamanan

Dengan ini menerapkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Muhamad Lukman Hakim
NIM : 203105020003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Kiai Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melaksanakan penelitian di Usaha Budidaya Ikan Koi Jl, Sumber Kemuning Tamanan Untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso"

Demikian surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Bondowoso, 7 Oktober 2024

Pemilik Usaha Budidaya Ikan Koi







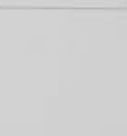
Bhery Subayri.

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Budidaya Ikan Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso	1. Strategi Budidaya Ikan Koi 2. Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning	1. Strategi Budidaya 2. Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim	1. Pengertian Strategi Budidaya Ikan Koi 2. Macam-macam Strategi. 3. Budidaya Ikan Koi 4. Pengembangan Perekonomian Masyarakat Muslim	1. Data primer metode pengumpulan data secara langsung baik melalui observasi dari lapangan, wawancara narasumber yang semua itu di dapatkan langsung dari pihak yang terkait dengan penelitian. a. Pemilik usaha budidaya ikan koi b. Karyawan c. Dokumentasi. 2. Data sekunder data yang mencakup referensi resmi, buku-buku dan hasil penelitian yang berwujud laporan.	1. Pendekatan penelitian kualitatif 2. Jenis penelitian deskriptif 3. Lokasi penelitian Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso 4. Subyek penelitian purposive sampling 5. Teknik pengumpulan data a. Observasi partisipasi pasif b. Wawancara mendalam c. Teknik dokumentasi 6. Teknik analisis data dengan interaktif model (<i>Miles Huberman</i>) 7. Keabsahan data triangulasi sumber dan teknik.	1. Bagaimana strategi pengembangan produk budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso? 2. Bagaimana strategi pemasaran budidaya ikan koi dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Muslim di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

STRATEGI BUDIDAYA IKAN KOI DALAM MENGEMBANGKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT MUSLIM DI DESA SUMBER KEMUNING KECAMATAN TAMANAN KABUPATEN BONDOWOSO

NO	HARI/TANGGAL	JANIS KEGIATAN	TTD
1	10 Juli 2024	Penyerahan surat tugas izin penelitian kepada pemilik usaha budidaya ikan koi	
2	13 Juli 2024	Melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik dan karyawan budidaya ikan koi (Bapak Bhery, Mas Heru, Mas Wildan, dan Mas Rudi)	
3	15 Juli 2024	Melakukan observasi dan wawancara kepada pemlik dan karyawan budidaya ikan koi (Bapak Bhery, Mas Heru, Mas Wildan, dan Mas Rudi)	
4	16 Juli 2024	Melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik dan karyawan budidaya ikan koi (Bapak Bhery, Mas Heru, Mas Wildan, dan Mas Rudi)	
5	1 Oktober 2024	Meminta surat keterangan selesai melaksanakan penelitian	

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

PEDOMAN WAWANCARA

No	Pertanyaan
	gaimana awal mula usaha budidaya ikan koi ini?
	a visi misi pada usaha budidaya ikan koi ini?
	gaimana strategi pengembangan produk pada usaha budidaya ikan koi?
	gaimana anda untuk menentukan kualitas produk pada usaha budidaya ikan koi ini?
	a saja jenis-jenis ikan koi yang ada di tempat usaha budidaya ini?
	gaimana proses pengembangan varietas pada ikan koi untuk mendapatkan jenis ikan koi baru?
	gaimana strategi pemasaran pada usaha budidaya ikan koi?
	gaimana anda untuk melakukan segmentasi pasar?
	apakah target utama dari usaha budidaya ikan koi ini? Apakah mereka dikalangan usia anak muda atau dewasa?
	a yang lebih penting bagi pelanggan saat membeli ikan koi?
	gaimana anda melakukan penetapan harga pada ikan koi?
	akah penetapan harga ikan koi ini sama dengan pasaran?
	gaimana untuk mengatasi masalah tersebut?
	gaimana cara anda melakukan strategi promosi untuk penjualan ikan koi ini?
	berapa besar peran sosial media dalam strategi promosi pda usaha budidaya ikan koi ini?
	a tujuan utama dari promosi dalam usaha budidaya ikan koi ini?



DOKUMENTASI



Wawancara dengan bapak Subayri selaku pemilik usaha udidaya ikan koi .
(Bondowoso 13 Juli 2024)



Wawancara dengan Mas Wildan selaku karyawan usaha budidaya ikan koi.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id (Bondowoso 13 Juli 2024) digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id



Wawancara dengan Mas Heru selaku karyawan usaha budidaya ikan koi.

(Bondowoso 13 Juli 2024)



Wawancara dengan Mas Rudi selaku karyawan usaha budidaya ikan koi.

(Bondowoso 13 Juli 2024)

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Lukman Hakim

NIM : 203105020003

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**Strategi Budidaya Ian Koi Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Muslim Di Desa Sumber Kemuning Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso**" adalah hasil penelitian atau Skripsi sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ada kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember 10 Oktober 2024

Saya yang menyatakan



Muhamad Lukman Hakim

NIM. 203105020003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA



Nama : Muhamad Lukman Hakim
Tempat, Tanggal Lahir : Bondowoso, 19 Desember 2001
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Sumber Kemuning, Kecamatan Tamanan,
Kabupaten Bondowoso.
Agama : Islam
No. Hp : 081331979584
Email : lukmanhakimbws68@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD : SDN Tamanan 01 (2008-2014)
SMP : SMPN 02 Tamanan (2014-2017)
MA : MAN Bondowoso (2017-2020)
PERGURUAN TINGGI : UIN KHAS Jember (2020-2024)