

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Budidaya Ikan Lele dalam Meningkatkan Pendapatan Sektor Perikanan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kelompok Tani Ikan Omah Iwak Pandansari – Ngunut – Tulungagung)” ini ditulis oleh Krisna Yoga Septa Antori, NIM. 17402153030, pembimbing Muhammad Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya masalah permainan harga dari tengkulak ikan lele yang mengakibatkan kelompok pembudidaya ikan lele menjadi merugi. Mereka tidak bisa menghindari permainan harga ikan dari para tengkulak karena keterbatasan sistem pemasaran. Akhirnya muncul solusi pemakaian strategi bauran pemasaran yang mana strategi ini saling berkesinambungan mulai dari produk, harga, promosi, dan tempat penjualan. Tujuan pemilihan bauran pemasaran ini adalah untuk memperluas pasar dan mempermudah pemasaran serta meminimalisis permainan harga oleh tengkulak yang menyebabkan kelompok pembudidaya ikan lele merugi.

Fokus kajian ini diarahkan pada: 1) Bagaimanakah penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tani Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung?, 2) Bagaimanakah kendala penerapan dan solusi kelompok tani Omah Iwak menetapkan strategi bauran pemasaran tersebut?, 3) Bagaimanakah tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi bauran pemasaran budidaya ikan lele dalam meningkatkan pendapatan sektor perikanan kelompok tani Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung? Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer maupun sekunder yang diperoleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa: 1) Penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tani Omah Iwak sudah berjalan sesuai prosedur yang diberikan Dinas Perikanan Tulungagung dan teori yang ada serta termasuk kategori berhasil, 2) Kendala yang dihadapi kelompok tani ikan Omah Iwak adalah a) kendala internal meliputi keterbatasan kolam, modal terbatas dan anggota yang pasif. b) kendala eksternal meliputi penyakit pada ikan dan Feed Confersion Ratio atau randoman pakan ikan. Untuk solusi a) kendala internal meliputi meminjami kolam dengan sistem bagi hasil, meminjam modal antar anggota atau perbankan dan komunikasi yang baik agar anggota menjadi aktif. b) kendala eksternal meliputi pemberian obat pada ikan yang terkena penyakit dan pembelian pakan berkala dan juga rotasi pakan, 3) Kelompok tani ikan Omah Iwak sudah menerapkan ekonomi Islam dalam usaha budidayanya dan berhasil meningkatkan perekonomian anggota kelompok.

**Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Ekonomi Islam, Pendapatan Petani Ikan**

## ABSTRACT

Thesis with title “Mix Strategy for Marketing Catfish Cultivation in Increasing Fisheries Sector Income Islamic Economic Perspective (Study on Omah Iwak Pandansasi Fish Farmer Group - Ngunut - Tulungagung)” Written by Krisna Yoga Septa Antori, NIM. 17402153030. Department of Sharia Economics Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), State Islamic Institute (IAIN) of Tulungagung. Advisor: Muhammad Aqim Adlan, M.E.I.

This research was motivated by the problem of the price game of catfish brokers, which resulted in the group of catfish farmers losing money. They cannot avoid playing fish prices from middlemen because of the limitations of the marketing system. Finally, a solution to the use of a marketing mix strategy emerged in which these strategies are mutually sustainable starting from the product, price, promotion, and place of sale. The purpose of choosing this marketing mix is to expand the market and facilitate marketing and minimize the price play by middlemen, which causes groups of catfish farmers to lose money.

The focus of the research is 1) How is the implementation of the marketing mix strategy carried out by the Omah Iwak farmer group Pandansari Village Ngunut Tulungagung ?, 2) How do the constraints on the implementation and solution of Omah Iwak farmer groups determine the marketing mix strategy?, 3) How is the Islamic economic review of the marketing mix strategy of catfish farming in increasing the income of the fisheries sector of the farmer group Omah Iwak Pandansari Village Ngunut Tulungagung? This research uses descriptive qualitative methods. The data used in this research are primary and secondary data obtained by researchers through interviews, observation, and documentation.

From the results of this study it was found that: 1) The application of the marketing mix strategy carried out by Omah Iwak farmer groups had proceeded according to the procedures provided by the Tulungagung Fisheries Service and the existing theories and included the success categories, 2) The obstacles faced by Omah Iwak fish farmer groups were a ) Internal constraints include limited swimming, limited capital and passive members. b) external constraints include diseases in fish and Feed Conversion Ratio. For solutions a) internal constraints include lending pools with profit sharing systems, borrowing capital between members or banking and good communication so that members become active. b) external constraints include the administration of drugs to affected fish and the purchase of periodic feed as well as feed rotation, 3) Omah Iwak fish farmer groups are considered to have applied the Islamic economy in their cultivation business and have succeeded in improving the economy of group members.

**Keywords: Marketing Mix, Islamic Economy, Fish Farmer Income.**