

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Penjualan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pembibitan Ikan Air Tawar “Danau Fish” di Krecek Badas Kediri)” ini ditulis oleh Muhammad Afif An-Nawawi, Nim. 17402153518. Pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Perkembangan bisnis yang begitu cepat membuat persaingan didunia bisnis begitu pesat. Sehingga mendorong pelaku bisnis untuk pintar dalam menarik konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan menarik konsumen adalah dengan melakukan strategi *marketing mix*. Pembibitan ikan air tawar “Danau Fish” merupakan salah satu usaha bisnis pembibitan ikan yang menerapkan strategi tersebut. Diharapkan dengan strategi tersebut mampu untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas konsumen pembibitan ikan air tawar “Danau Fish” di Krecek Badas Pare. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha dalam meningkatkan penjualan bibit ikan air tawar “Danau Fish” Kediri ?, (2) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha dalam meningkatkan loyalitas konsumen bibit ikan air tawar “Danau Fish” Kediri ?, (3) Apa saja kendala yang dihadapi pembibitan ikan air tawar “Danau Fish” dalam memasarkan produksi bibit ikan air tawar ?, (4) Bagaimana solusi yang dilakukan “Danau Fish” dalam menghadapi kendala pemasarannya ?.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi. Tahap selanjutnya menganalisis data dengan teori *Milles and Huberman* yaitu dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Danau Fish berjalan baik ditandai dengan meningkatnya penjualan dari tahun ke tahun selain itu tingkat pelanggan semakin lama semakin bertambah. Dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran pihak Danau Fish terdapat kendala yang dihadapi Danau Fish, baik kendala internal maupun kendala eksternal, kendala internal seperti terjadi karena kendala dana dalam peningkatan produktifitas indukan. Sedangkan kendala eksternal yaitu munculnya banyak pesaing dan menerapkan penerapan strategi yang sama. Namun kendala-kendala tersebut mampu teratasi dengan baik melalui beberapa strategi yang dilakukan oleh Danau Fish dengan penerapan strategi meminimalisir biaya produksi dan meningkatkan pelayanan yang baik.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, Loyalitas Konsumen.**

## ABSTRACT

The thesis titled "Marketing Strategy in increasing sales and customer loyalty (case study of freshwater fish breeding "Danau Fish" Krecek Badas Kediri)" was written by Muhammad Afif An-Nawawi, Nim. 17402153518. Mentor Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Business developments that are so fast make competition in the business world so fast. So as to encourage business people to be smart in attracting consumers. One way to attract consumers is to do a marketing mix strategy. Freshwater fish breeding "Danau Fish" is one of the fish nursery business ventures that implements this strategy. It is expected that this strategy will be able to increase sales and consumer loyalty of freshwater fish breeding "Danau Fish" in Krecek Badas Pare. The problem formulation in this research is (1) How is the marketing strategy that entrepreneurs do in increasing sales of freshwater fish seedlings "Danau Fish" Kediri?, (2) How is the marketing strategy entrepreneurs do in improving Consumer loyalty of freshwater fish seedlings "Danau Fish" Kediri?, (3) What are the obstacles facing freshwater fish breeding "Danau Fish" in marketing the production of freshwater fish seedlings?, (4) How is the solution done "Danau Fish" in the face of obstacles The driver?.

In this study using a qualitatively descriptive type approach, the data sources in this study are primary data and skunder data. Methods used in data collection use observation methods, interview methods, and documentation methods. The next stage of analyzing data with Milles and Huberman theory is by reducing data, data presentation, and withdrawal of conclusions.

Based on the results of data analysis can be concluded that the marketing strategy applied Danau Fish goes well characterized by increased sales year after year than that the customer level is getting longer. In conducting the activities of the marketing strategy of Danau Fish Party there are obstacles faced by Danau Fish, both internal constraints and external constraints, internal constraints such as occurs due to the constraints of funds in increasing productivity. While external constraints are the emergence of many competitors and apply the implementation of the same strategy. However, these constraints are able to resolve well through some of the strategies undertaken by Danau Fish with the implementation of strategy minimising the cost of production and improving good service.

**Keywords: Marketing Strategies, Sales, Consumer Loyalty.**