

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengelolaan UD. Tirta Mas Agung Abadi Dalam Peningkatan Kepuasan Konsumen Pada Jual Beli Ikan Hias” ini ditulis oleh Mochamad Nur Salasah Hadi Santoso Nim 12402183358 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan dosen pembimbing: Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Tingginya potensi ikan hias yang ada di Indonesia dan betapa bagusnya prospek dalam industri ikan hias menjadikan para pelaku industri ikan hias untuk berlomba-lomba meraih kepuasan konsumen. Didalam penelitian ini juga mempelajari bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian ikan hias dan strategi apa yang diterapkan oleh sebuah industri dalam mendapatkan kepuasan konsumen.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana Optimalisasi Strategi pengelolaan ikan hias air tawar UD. Tirta Mas Agung Abadi dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pada pembelian ikan hias? (2) Apa saja yang menjadi pola perilaku dan kepuasan konsumen dalam pembelian ikan hias pada industri ikan hias air tawar UD. Tirta Mas Agung Abadi?

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Dalam melakukan penelitian, peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus sebagai pencari dan pengumpul data. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan dari verifikasi. Dan pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi pengelolaan terhadap kepuasan konsumen pada industri tirta mas agung abadi yaitu menerapkan strategi Pengelolaan *POAC Planing* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pengarahan), *Controlling* (Pengawasan). (2) Pola Perilaku Konsumen dalam Pembelian Ikan Hias Pada Industri Ikan Hias UD. Tirta Mas Agung Abadi adalah Motif perilaku konsumen dalam jual beli ikan hias terbagi menjadi 2 yaitu : Motif konsumen sebagai penghoby dan motif konsumen sebagai pebisnis. dan Perilaku konsumen dalam jual beli ikan hias pada industri ikan hias Tirta Mas Agung Abadi adalah yaitu para konsumen dalam membeli produk disini yaitu dengan memilih kualitas terbaik (estetika ikan hias dan kesehatan ikan) dengan harga yang seminimal mungkin. Pola Perilaku dalam pembelian ikan hias pada UD. Tirta Mas Agung Abadi termasuk ke dalam pola perilaku tahziniat yang artinya dalam perilaku ini konsumen mengerjakan kegiatan muamalat yang bertujuan untuk peningkatan martabat seseorang dihadapan masyarakat dan tuhan Allah SWT

**Kata kunci:** *Strategi Pengelolaan, Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen*

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title “Management Strategy UD. Tirta Mas Agung Abadi in Increasing Consumer Satisfaction in the Sale and Purchase of Ornamental Fish.” written by Mochamad Nur Salasah Hadi Santoso Nim 12402183358 Islamic Economics Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, with supervisor: Syamsul Umam, S.H.I., M.H.*

*The high potential of ornamental fish in Indonesia and how good the prospects in the ornamental fish industry make ornamental fish industry players compete to achieve consumer satisfaction. This research also studies how consumer behavior in purchasing ornamental fish and what strategies are applied by an industry in getting consumer satisfaction*

*The formulation of the problem in writing this thesis are (1) How to optimize the management strategy of freshwater ornamental fish UD. Tirta Mas Agung Abadi in increasing the level of consumer satisfaction in purchasing ornamental fish? (2) What are the patterns of behavior and consumer satisfaction in purchasing ornamental fish in the freshwater ornamental fish industry of UD. Tirta Mas Agung Abadi?*

*This research uses a qualitative approach with the type of field research. In conducting research, researchers act as instruments as well as data seekers and collectors. Sources of data in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques using participatory observation, interviews, and documentation. The data analysis technique in this study uses data reduction, data presentation and draw conclusions from verification. And Checking the validity of the data using triangulation.*

*The results of this study indicate that (1) The management strategy for customer satisfaction in the Tirta Mas Agung Abadi industry is to apply the POAC Management Strategy Planning (Planning), Organizing (Organizing), Actuating (Pengarahan), Controlling (Pengawasan). (2) Consumer Behavior Patterns in Purchasing Ornamental Fish in the Ornamental Fish Industry UD. Tirta Mas Agung Abadi is the motive of consumer behavior in buying and selling ornamental fish which is divided into 2, namely: consumer motives as hobbyists and consumer motives as business people. And consumer behavior in buying and selling ornamental fish in the ornamental fish industry Tirta Mas Agung Abadi is that consumers buy The product here is to choose the best quality (esthetics of ornamental fish and fish health) at the lowest possible price. Behavioral patterns in purchasing ornamental fish at UD. Tirta Mas Agung Abadi is included in the pattern of tahziniat behavior, which means that in this behavior consumers do muamalat activities that aim to increase one's dignity in front of society and God Allah SWT.*

**Keywords: Management Strategy ,Consumer behavior, Consumer Satisfactiron**

