

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix pada Usaha Budidaya Ikan Lele “Terminal Lele” di Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar Untuk Meningkatkan Volume Penjualan” yang ditulis oleh Putri Budiarti, NIM. 12405183312, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis yang ketat serta penurunan volume penjualan dikarenakan adanya persaingan terhadap penjual ikan lele dimasa Pandemi Covid-19, hal ini yang mendasari diterapkannya strategi *Marketing Mix* di Budidaya Ikan Lele “Terminal Lele” guna meningkatkan volume penjualan.

Tujuan pada penelitian ini 1) Untuk mengetahui penerapan strategi *marketing mix* pada usaha Budidaya Ikan Lele “Terminal Lele” di Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar 2) Untuk mengetahui kendala dan solusi penerapan strategi *marketing mix* di Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar 3) Untuk mengetahui dampak strategi *marketing mix* terhadap peningkatan volume penjualan pada usaha Budidaya Ikan Lele “Terminal Lele” di Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data bersumber dari pemilik usaha Budidaya Ikan Lele “Terminal Lele”, karyawan serta pelanggan. Dalam menganalisis data penulis menggunakan 3 metode yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini : 1) Penerapan strategi *marketing mix* yang dilakukan pada usaha Budidaya Ikan Lele “Terminal Lele” sudah dilakukan dengan baik, 2) Kendala yang dihadapi pada usaha Budidaya Ikan Lele “Terminal Lele” adalah a) Kendala Internal meliputi modal dan harga ikan tidak terlalu tinggi, b) Kendala Eksternal meliputi penyakit pada ikan, dan pakan ikan yang mahal. Untuk solusi a) Kendala Internal meliputi memaksimalkan modal dana pinjaman ke bank, dan menstabilkan harga ikan lele, b) Kendala Eksternal meliputi pemberian vitamin C memelihara sesuai dengan SOP dan pembelian pakan secara berkala. 3) Dampak penerapan strategi *marketing mix* meningkatkan volume penjualan adalah dampak dari segi perekonomian yang stabil dan meningkatkan volume penjualan dengan cara mengolah ikan lele menjadi kemasan dalam bentuk *Frozen*.

Kata Kunci: Strategi, *Marketing Mix*, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis under the title "Analysis of Implementation Marketing Mix Strategy in Catfish Cultivation Business "Terminal Catfish" in Dermojoyan Village, Srengat District, Blitar Regency To Increase Sales Volume" written by Putri Budiarti, NIM. 12405183312, Department of Sharia Business Management, Supervisor Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M. Ag.

This research is motivated by tight business competition and a decrease in sales volume due to competition against catfish sellers during the Covid-19 Pandemic, this is the basis of implementing the Marketing Mix strategy in Catfish Cultivation "Catfish Terminal" in order to increase sales volume.

The objectives of this study are 1) To find out the application of the marketing mix strategy in the Catfish Cultivation business "Terminal Catfish" in Dermojoyan Village, Srengat District, Blitar Regency 2) To find out the obstacles and solutions for implementing the marketing mix strategy in Dermojoyan Village, Srengat District, Blitar Regency 3) To find out the impact of the marketing mix strategy on increasing sales volume in the Catfish Cultivation business "Terminal Catfish" in Dermojoyan Village, Srengat District, Blitar Regency.

This study uses a qualitative approach and the type of descriptive research. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and documentation. The data is sourced from the owner of the catfish farming business "Terminal catfish", employees and customers. In analyzing the data the author uses 3 methods, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results obtained from this study are 1) The implementation of the marketing mix strategy carried out in the "Terminal Catfish" Catfish Cultivation business has been carried out well, 2) The obstacles faced in the "Terminal Catfish" Cultivation business are a) Internal constraints include capital and the price of fish is not too high, b) External constraints include disease in fish, and expensive fish feed. For solutions, a) Internal constraints include maximizing loan capital from banks, and stabilizing catfish prices, b) External constraints include providing vitamin C, maintaining according to SOP and purchasing feed on a regular basis. 3) The impact of implementing a marketing mix strategy to increase sales volume is the impact in terms of a stable economy and increasing sales volume by processing catfish into frozen packaging.

Keywords: Strategy, Marketing Mix, Sales Volume