

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Usaha di JS *Fish Farm* Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Pingkan Ekka Yunanda, NIM. 12405183034, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.

Konteks penelitian ini adalah pada fenomena yang sedang terjadi atas meningkatnya persaingan bisnis dan isu beralihnya sebagian besar pedagang ikan hias air tawar di Tulungagung ke ikan konsumsi dikarenakan harga ikan hias yang turun. Dengan adanya fenomena tersebut, JS *Fish Farm* atas dasar relasi dan implementasi strategi pemasaran yang tepat tetap stabil dan menuju ke arah pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Fokus penelitian yang diambil dalam penelitian ini, yaitu: (1). Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam pengembangan usaha di JS *Fish Farm* Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dengan menggunakan bauran pemasaran 7P? (2). Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam pengembangan usaha di JS *Fish Farm* Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dengan menggunakan pemasaran holistik? (3). Bagaimana pengembangan usaha di JS *Fish Farm* Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dengan mengimplementasikan strategi pemasaran? (4). Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam perspektif manajemen bisnis syariah dalam pengembangan usaha di JS *Fish Farm* Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dan dengan tehnik pengumpulan data: obserervasi, wawancara, dan dokumentasi, serta tehnik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Implementasi strategi pemasaran dalam pengembangan usaha di JS *Fish Farm* dengan menggunakan bauran pemasaran 7P adalah dengan menawarkan produk ikan hias air tawar yang berkualitas serta penetapan harga sesuai kondisi ikan. (2). Implementasi strategi pemasaran dalam pengembangan usaha di JS *Fish Farm* dengan menggunakan pemasaran holistik adalah dengan pemasaran secara online dan dari mulut ke mulut. (3). Pengembangan usaha di JS *Fish Farm* dengan mengimplementasikan strategi pemasaran adalah dengan pemasaran produk meliputi beberapa pulau di Indonesia dan luar negeri. (4). Implementasi strategi pemasaran dalam perspektif manajemen bisnis syariah dalam pengembangan usaha di JS *Fish Farm* adalah mempromosikan produk dengan benar.

Kata Kunci; Strategi pemasaran, pengembangan usaha, perspektif manajemen bisnis syariah.

ABSTRACT

Thesis with the title "Implementation of Marketing Strategy in Business Development at JS Fish Farm, Bono Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency" written by Pingkan Ekka Yunanda, NIM. 12405183034, majoring in Sharia Business Management, supervisor Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.

The context of this research is the ongoing phenomenon of increasing business competition and the issue of the shifting of most of the freshwater ornamental fish traders in Tulungagung to consumption fish due to falling ornamental fish prices. With this phenomenon, JS Fish Farm on the basis of relationships and the implementation of the right marketing strategy remains stable and leads to sustainable business development.

The focus of the research taken in this study, namely: (1). How is the implementation of marketing strategies in business development at JS Fish Farm, Bono Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency using the 7P marketing mix? (2). How is the implementation of marketing strategies in business development at JS Fish Farm, Bono Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency using holistic marketing? (3). How is business development at JS Fish Farm, Bono Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency by implementing a marketing strategy? (4). How is the implementation of marketing strategies in the perspective of sharia business management in business development at JS Fish Farm, Bono Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency?

This study uses a descriptive qualitative research approach and type, and with data collection techniques: observation, interviews, and documentation, as well as data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study indicate that: (1) The implementation of marketing strategies in business development at JS Fish Farm using the 7P marketing mix is to offer quality freshwater ornamental fish products and pricing according to the condition of the fish. (2) Implementation of marketing strategies in developing Business at JS Fish Farm by using holistic marketing is online marketing and word of mouth (3) Business development at JS Fish Farm by implementing a marketing strategy is by marketing products covering several islands in Indonesia and abroad (4) The implementation of marketing strategies in the perspective of sharia business management in business development at JS Fish Farm is to promote products properly.

Keywords; Marketing strategy, business development, sharia business management perspective.