

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Digital marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Hias di Desa Tunggulsari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung”, ditulis oleh Saifudin Asy’ari, NIM. 12402193322. Mahasiswa Jurusan Ekonomi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing: Dr. Binti Nur Asiyah. M. Si

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar dunia yang sebagian besar wilayahnya merupakan perairan dan memiliki iklim tropis sehingga mendukung bagi pelaku budidaya ikan. Salah satu program unggulan di Kabupaten Tulungagung yaitu ikan hias karena volume penjualan ikan hias setiap tahunnya memiliki kenaikan, sehingga dalam hal ini budidaya ikan hias memiliki prospek usaha yang besar. Maka melalui strategi *digital marketing* dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu 1) Untuk menganalisis strategi *digital marketing* pada usaha ikan hias di Desa Tunggulsari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. 2) Untuk menganalisis peningkatan penjualan ikan hias di Desa Tunggulsari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. 3) Untuk menganalisis kendala dan solusi dalam strategi pemasaran ikan hias di Desa Tunggulsari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus (*case study research*) dan bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau pengkategorisasian ke dalam setiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Strategi *Digital marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Hias di Desa Tunggulsari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung yaitu strategi digital marketing yang diterapkan oleh pebudidaya dan pengepul ikan hias di Desa Tunggulsari dengan promosi melalui media sosial yaitu marketplace facebook, Shopee, Tokopedia dan whatsapp. 2) peningkatan Penjualan Ikan Hias di Desa Tunggulsari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung yaitu mengalami kenaikan yang signifikan akibat dari terjadi peningkatan volume. Dibuktikan dengan banyak pemesan ikan khususnya dengan sistem pemasaran online, dan transaksi yang dilaksanakan juga dengan menggunakan basis online yaitu melalui facebook, Shopee, Tokopedia dan whatsapp. 3) Kendala dan solusi dalam strategi pemasaran ikan hias di Desa Tunggulsari Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung yaitu berkaitan dengan tidak sesuainya foto yang di posting pada sosial media dengan ikan yang asli dan kendala refund. Maka solusi dilakukan dengan meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan video asli ikan dan mengatasi kasus refund dengan memberikan kriteria refund melalui video panjang mulai dari membuka paket hingga diketahui barang mengalami kerusakan tanpa adanya jeda.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Ikan Hias, Meningkatkan Penjualan.*

ABSTRACT

Thesis with the title "Digital marketing strategy in increasing sales of ornamental fish in Tunggulsari Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency", written by Saifudin Asy'ari, NIM. 12402193322. Students of the Department of Economics. Sharia Economics Study Program. Faculty of Economics and Islamic Business. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Advisor:

Indonesia is one of the world's largest archipelagic countries, most of whose territory is water and has a tropical climate that supports fish farming. One of the leading programs in Tulungagung Regency is ornamental fish because the sales volume of ornamental fish has increased every year, so in this case ornamental fish farming has great business prospects. So through digital marketing strategies can be done to increase sales.

The objectives in this study are 1) To analyze digital marketing strategies in increasing sales of ornamental fish in Tunggulsari Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency. 2) To analyze the increase in sales of ornamental fish in Tunggulsari Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency. 3) To analyze the obstacles and solutions in the ornamental fish marketing strategy in Tunggulsari Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency. The method used in this research is a qualitative method with a case study research approach and is descriptive in nature. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. Data analysis techniques with steps taken are sharpening analysis, classifying or categorizing into each problem through brief descriptions, directing, removing unnecessary, and organizing data so that it can be drawn and verified.

The results of this study are: 1) Digital marketing strategy in increasing ornamental fish sales in Tunggulsari Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency, namely a digital marketing strategy implemented by ornamental fish cultivators and collectors in Tunggulsari Village with promotions through social media, namely Facebook marketplace, Shopee, Tokopedia and whatsapp. 2) the increase in sales of ornamental fish in the Tunggulsari Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency, which experienced a significant increase as a result of an increase in volume. Evidenced by the many fish orders, especially with the online marketing system, and transactions that are also carried out using an online basis, namely through Facebook, Shopee, Tokopedia and WhatsApp. 3) Obstacles and solutions in the ornamental fish marketing strategy in Tunggulsari Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency, which are related to the incompatibility of photos posted on social media with real fish and refund problems. So a solution is made by increasing consumer satisfaction by providing original videos of fish and overcoming refund cases by providing refund criteria through long videos starting from opening the package until it is discovered that the item is damaged without any pause.

Keywords: Digital marketing, Increasing Sales, Ornamental Fish.