

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Jual Beli Daging Puyuh dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan” ini ditulis oleh Ayu Fandana, NIM 12405193210, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Dra. Hj. Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena usaha peternakan King Puyuh ingin melakukan suatu strategi inovasi produk untuk mengembangkan usahanya. Secara garis besar didalam sebuah perusahaan tentunya memiliki sebuah manajemen dan strategi yang digunakan untuk mencapai suatu target perusahaan dan keberhasilan perusahaan. Usaha peternakan king puyuh telah menerapkan strategi bauran konsep pemasaran yang bertujuan untuk mengembangkan usaha sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Fokus penelitian : (1). Bagaimana strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh “King Puyuh”? (2). Bagaimana strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus. Dalam pengumpulan datanya peneliti menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian: (1.) Strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh “King Puyuh” yaitu dengan cara melakukan bauran konsep pemasaran yakni promosi, memilih tempat, menentukan produk, menentukan harga, menentukan target pasar, menyusun strategi marketing yang tepat dan menganalisa adanya pesaing. (2.) Strategi pengembangan usaha jual beli daging puyuh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan mengenali pelanggan dengan baik, mengutamakan pelayanan yang terbaik dan memenuhi apa yang menjadi kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Strategi Pengembangan Usaha

ABSTRACT

The thesis entitled “Business Development Strategy for Buying and Selling Quail Meat in Increasing Customer Satisfaction” was written by Ayu Fandana, NIM 12405193210, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, Supervisor Dra. Hj. Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D.

The background of this research is because the King Quail livestock business wants to carry out a product innovation strategy to develop its business. Broadly speaking, a company must have a management and strategy that is used to achieve a company target and the success of the company. The king quail farm business has implemented a marketing concept mix strategy that aims to develop the business so as to increase customer satisfaction.

Research focus: (1). What is the development strategy for buying and selling quail meat "King Quail"? (2). What is the strategy for developing a quail meat buying and selling business in increasing customer satisfaction?

The purpose of this research is to analyze the development strategy of buying and selling quail meat in increasing customer satisfaction.

The research method used is qualitative with the type of case study research. In collecting data, researchers used interviews, observation and documentation.

Based on the results of the research: (1.) The strategy for developing the business of buying and selling quail meat "King Quail" is by carrying out a mix of marketing concepts namely promotion, choosing a place, determining the product, determining the price, determining the target market, developing the right marketing strategy and analyzing the existence competitor. (2.) The strategy for developing a quail meat buying and selling business in increasing customer satisfaction is by knowing customers well, prioritizing the best service and meeting what the customer needs.

Keywords: *Bussines Development Strategy, Customer Satisfaction*