

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Meningkatkan Penjualan Ikan Maskoki Dalam Upaya Mensejahterakan Perekonomian Masyarakat Desa Serut Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus Kelompok Budidaya NGF Team di Desa Serut)” yang ditulis oleh Ainun Azizah, NIM 126402202072, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan Dosen Pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Ikan mas koki (*Carassius auratus*) merupakan salah satu jenis ikan hias yang sangat digemari masyarakat serta memiliki nilai ekonomis yang sangat tinggi. Strategi pemasaran merupakan instrumen penting terhadap upaya perusahaan dalam mencapai kemajuan atau keberhasilan yang diinginkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk 1) Mengetahui penerapan strategi peningkatan kualitas, 2) Mengetahui penerapan peningkatan relasi, 3) Mengetahui penerapan strategi peningkatan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok budidaya NGF Team.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif yang mengacu pada kondisi objek secara ilmiah. Data penelitian diperoleh dari data primer dan sekunder. Pencarian data tersebut dilakukan melalui wawancara kepada Nur Soim selaku pendiri NGF Team, Anggota, Pemerintah Desa serta beberapa pelanggan dari NGF Team dan observasi langsung terhadap pelaksanaan kerja baik di lapangan maupun sosial medianya.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi penjualan berdasarkan bauran pemasaran, NGF Team memfokuskan pada pengoptimalan 3 aspek, yaitu kualitas, relasi dan pemasaran. Memaksimalkan kualitas adalah kunci utama mereka. Kualitas dijaga dengan memperhatikan perawatan, pemilihan induk, proses sortir serta memperhatikan kapasitas kolam. Membangun relasi, menjaga hubungan baik dengan para konsumen. Mengoptimalkan pemasaran dengan cara terus berinovasi dan mengembangkan imajinasi. Dari tingkat penjualan yang tinggi, diharapkan mampu membantu mensejahterakan perekonomian masyarakat.

Berpedoman pada penelitian ini, menyarankan agar NGF Team memperhatikan mengenai persaingan yang ketat. Diharapkan mampu meningkatkan dan memaksimalkan seluruh aspek agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya pasar ekspor. Kualitas, Relasi, dan Sistem Pemasaran yang selama ini dilakukan, perlu dipertahankan atau bahkan ditingkatkan.

Kata kunci: *Penjualan, Kualitas, Relasi, Pemasaran, Ekonomi*

ABSTRACT

Thesis with the title "Strategy to Increase Goldfish Sales in an Effort to Improve the Economic Welfare of the Serut Village Community, Boyolangu District, Tulungagung Regency (Case Study of the NGF Team Cultivation Group in Serut Village)" written by Ainun Azizah, NIM 126402202072, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Economics, Sharia Economics Study Program, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, with Supervisor Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

*Goldfish (*Carrasius auratus*) is a type of ornamental fish that is very popular with the public and has very high economic value. Marketing strategy is an important instrument for a company's efforts to achieve the desired progress or success. The objectives of this research are to 1) Understand the implementation of quality improvement strategies 2) Know the application of improving relationships 3) Understand the implementation of marketing improvement strategies carried out by the NGF Team cultivation group.*

The qualitative method which refers to the condition of the object scientifically. Research data was obtained from primary and secondary data. The data search was carried out through interviews with Nur Soim as the founder of the NGF Team, members, village government, as well as several customers of the NGF Team and direct observation of work implementation both in the field and on social media.

The results of the research show that the sales strategy is based on the marketing mix, the NGF Team focuses on optimizing three aspects, namely quality, relationships and marketing. Maximizing quality is their main key. Quality is maintained by paying attention to care, parent selection, sorting process and pond capacity. Building relationships, maintaining good relationships with customers. optimize marketing by continuing to innovate and develop imagination. It is hoped that a high level of sales will be able to help improve the economic prosperity of the community

Guided by this research, it is recommended that the NGF Team pay attention to the intense competition. It is hoped that it will improve and maximize all aspects so that it can reach a wider market, especially the export market. The quality, relation, and marketing systems that have been implemented so far need to be maintained or even improved.

Keywords: Sale, Quality, Relation, Marketing, Economy