

## ABSTRAK

**Farhan Mujahidin. 3402200444. “Analisis Pendapatan Usaha dan Pemasaran Kepiting Bakau Dalam Meningkatkan Omset (Suatu Studi pada Nelayan Kepiting Bakau Di Desa Legonwetan Kabupaten Subang)”. Dibawah bimbingan Dr. Apri Budianto, M.M. (Pembimbing I), dan Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada: Pendapatan Usaha Nelayan Kepiting Bakau di Desa Legonwetan Kecamatan Legonkulon Kabupaten Subang; Pemasaran Kepiting Bakau di Desa Legonwetan Kecamatan Legonkulon Kabupaten Subang; Meningkatkan Omset nelayan Kepiting Bakau di Desa Legonwetan Kecamatan Legonkulon Kabupaten Subang. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana tingkat pendapatan Usaha nelayan kepiting Bakau di Desa Legonwetan Kecamatan Legonkulon Kabupaten Subang?; Bagaimana model pemasaran kepiting Bakau di Desa Legonwetan Kecamatan Legonkulon Kabupaten Subang?; Bagaimana Meningkatkan Omset nelayan Kepiting Bakau di Desa Legonwetan Kecamatan Legonkulon Kabupaten Subang? Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh yaitu; observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis datanya yaitu menggunakan reduksi data, penyajian data, verifikasi/penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan nelayan kepiting bakau di Desa Legonwetan dipengaruhi oleh kemampuan nelayan dalam memahami pasar dan mengelola usaha secara efektif. Pengalaman dan keterampilan nelayan berperan penting dalam menentukan keberhasilan usaha mereka. Analisis model pemasaran mengungkapkan pentingnya strategi pemasaran yang adaptif dan inovatif untuk meningkatkan jangkauan pasar. Faktor mikro seperti hubungan dengan perantara dan pemasok, serta persaingan lokal, mempengaruhi kesuksesan pemasaran. Pengelolaan hubungan pelanggan yang baik dan partisipasi aktif dalam komunitas lokal membantu meningkatkan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, faktor makro seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan penggunaan teknologi juga berdampak signifikan terhadap strategi pemasaran. Nelayan yang mampu memanfaatkan teknologi digital dan media sosial dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Untuk meningkatkan omset, penelitian ini menekankan pentingnya menjaga kualitas produk dan layanan. Nelayan harus memastikan bahwa kepiting bakau yang dipasarkan memenuhi standar tinggi dari segi ukuran, berat, dan kesegaran. Penerapan strategi pemasaran yang efektif, seperti promosi diskon dan kemitraan dengan restoran, juga berkontribusi dalam peningkatan omset. Selain itu, pelayanan pelanggan yang profesional dan adanya program loyalitas dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penyesuaian terhadap persaingan pasar dan perubahan ekonomi diperlukan untuk menjaga daya saing usaha.

**Kata Kunci: Pendapatan Usaha, Pemasaran Kepiting Bakau, Meningkatkan Omset, Nelayan Kepiting Bakau, Desa Legonwetan**