

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i
 LEMBAR PENGESAHAN ii
 PERNYATAAN ORISINALITAS..... iii
 RINGKASAN..... iv
 UCAPAN TERIMA KASIH..... vi
 KATA PENGANTARvii
 DAFTAR ISI viii
 DAFTAR TABELx
 DAFTAR GAMBAR.....xii
 DAFTAR LAMPIRAN xiii

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang..... 1
 1.2 Permasalahan..... 3
 1.3 Tujuan..... 4
 1.4 Kegunaan 4

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu 5
 2.2 Ikan Pindang..... 6
 2.3 Definisi Pemasaran..... 7
 2.3.1 Tujuan Pemasaran..... 8
 2.3.2 Fungsi Pemasaran..... 8
 2.3.3 Konsep Pemasaran..... 9
 2.4 Strategi Pemasaran 10
 2.4.1 Segmentasi Pasar..... 11
 2.4.2 Target Pasar 12
 2.4.3 Pemosisian Produk di Pasar 13
 2.5 Bauran Pemasaran..... 14
 2.5.1 Strategi Produk 14
 2.5.2 Strategi Harga..... 15
 2.5.3 Strategi Promosi 15
 2.5.4 Strategi Distribusi..... 16
 2.6 Margin Pemasaran..... 16
 2.7 Profil usaha..... 17
 2.7.1 Aspek Teknis 17
 2.7.2 Aspek Manajemen 18
 2.7.3 Aspek Finansial..... 23
 2.8 Analisis SWOT..... 23
 2.9 Kerangka Pemikiran..... 24

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu..... 26
 3.2 Jenis dan Metode Penelitian 26
 3.3 Populasi dan Sampel 26
 3.4 Jenis dan Sumber Data 28
 3.4.1 Data Primer..... 28
 3.4.2 Data Sekunder..... 28
 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... 29
 3.6 Analisis Data..... 31



3.6.1 Data Kualitatif	31
3.6.2 Data Kuantitatif	33
IV. HASIL dan PEMBAHASAN	
4.1 Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	42
4.1.1 Letak Geografis dan Keadaan Topografis.....	42
4.1.2 Keadaan Penduduk	43
4.2 Keadaan Perikanan di Desa Tasikmadu	45
4.3 Profil Responden	47
4.4 Profil Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	48
4.4.1 Aspek Teknis	48
4.4.2 Aspek Manajemen	60
4.4.3 Aspek Finansial.....	63
4.5 Pemasaran	67
4.5.1 Strategi Pemasaran	67
4.5.2 Bauran Pemasaran	70
4.6 Margin Pemasaran.....	73
4.7 Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	90
4.7.1 Analisis Faktor Internal.....	74
4.7.2 Analisis Faktor Eksternal.....	92
4.8. Alternatif Strategi Pemasaran	103
4.8.1 Analisis Matrik SWOT	103
4.8.2 Strategi Pemasaran Pada Usaha Pemindangan Ikan Berdasarkan analisis SWOT	106
4.8.3 Implikasi Kebijakan	108
V. KESIMPULAN dan SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113



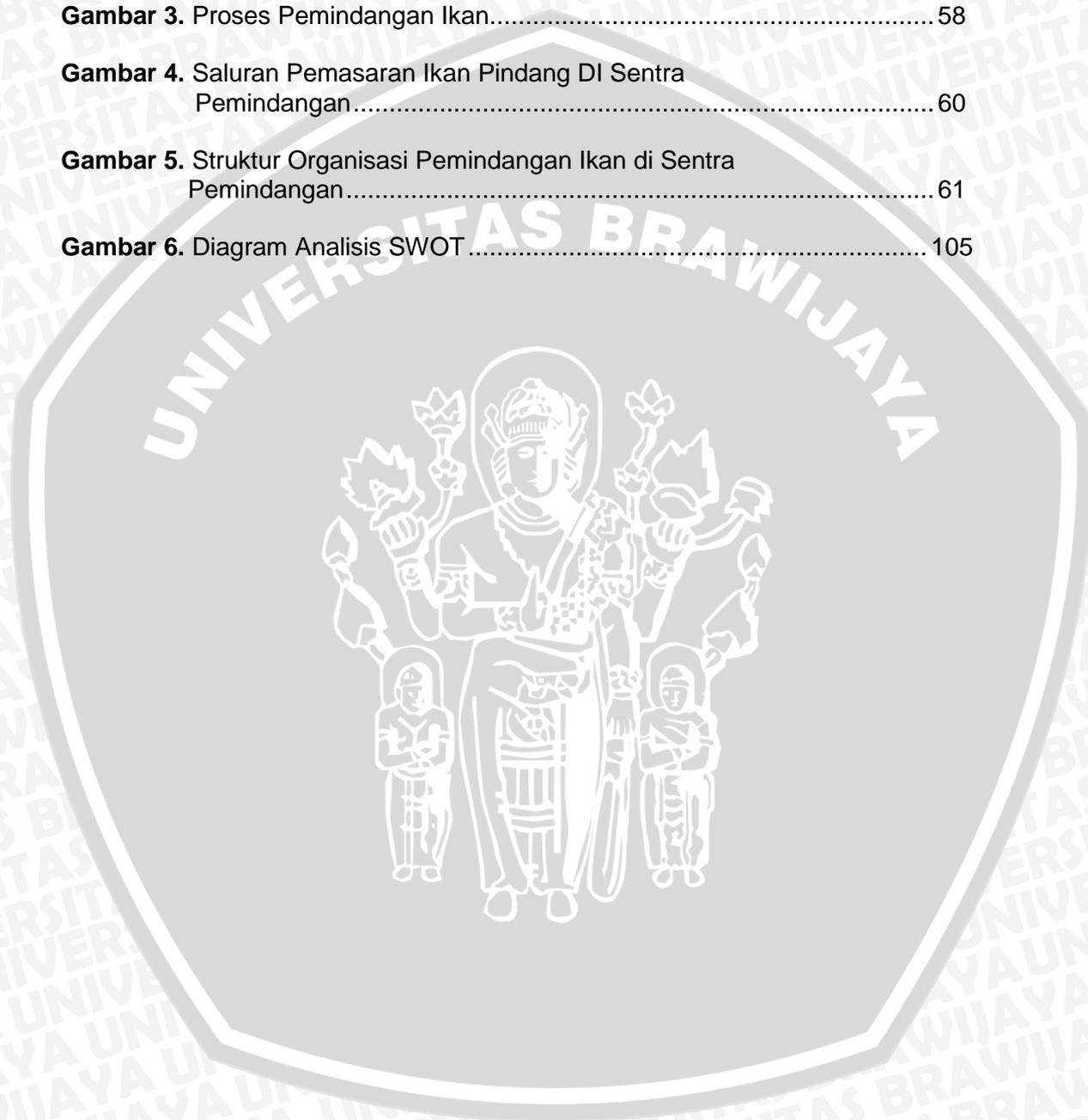
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrik IFAS.....	37
Tabel 2. Matrik EFAS	39
Tabel 3. Analisis Matrik SWOT	39
Tabel 4. Data Penduduk Desa Tasikadu Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 5. Data Penduduk Desa Tasikmadu Berdasarkan Mata Pencaharian	44
Tabel 6. Data Penduduk Desa Tasikmadu Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	45
Tabel 7. Profil Responden	47
Tabel 8. Sarana dan Prasarana yang Digunakan Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan	49
Tabel 9. Perbandingan Harga Ikan Pada Saat Musim dan Musim Paceklik Tahun 2014	54
Tabel 10. Fungsi Manajemen Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	63
Tabel 11. Strategi Pemasaran Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	69
Tabel 12. Bauran Pemasaran Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	73
Tabel 13. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Proses Pembuatan Produk Mudah dan Tidak Membutuhkan Waktu Lama	75
Tabel 14 Kriteria Pemberian bobot dan rating Biaya yang Dikeluarkan Pengusaha Untuk Membeli Bahan Baku Lebih Kecil Ketika Musim Ikan.....	77
Tabel 15 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kelengkapan Sarana Produksi.....	78
Tabel 16 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Usaha Menguntungkan dijalankan dari aspek finansial.....	79
Tabel 17 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Tanggung Jawab Penuh Kepala Keluarga dan Seluruh Anggota Keluarga Terhadap Usaha Pemindangan Ikan yang Dimiliki	81
Tabel 18 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Tidak Tersedianya Merek Produk.....	83

Tabel 19 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kemasan Produk yang Kurang Menarik	84
Tabel 20 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Strategi Pemasaran yang Dijalankan Usaha Ikan Pindang di Sentra Pemindangan Kurang Efektif	85
Tabel 21 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Tidak Adanya Pembukuan Pada Usaha di Sentra Pemindangan	87
Tabel 22 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Air Sisa Perebusan Ikan Pindang yang Tidak Dimanfaatkan	88
Tabel 23. Analisis Faktor Internal	89
Tabel 24 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Ketersediaan Bahan Baku yang Mudah Didapatkan Ketika Musim Ikan dan Paceklik	91
Tabel 25 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Penyedia Lapangan Pekerjaan Untuk Masyarakat Sekitar Usaha	92
Tabel 26. Kerriteria Pemberian Bobot dan Rating Hubungan Baik Pengusaha dengan Pemasok Bahan Baku	94
Tabel 27 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Permintaan Tengkulak Terhadap Ikan Pindang yang Selalu Ada	95
Tabel 28 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kenaikan Harga BBM.....	97
Tabel 29 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Adanya Musim Paceklik	98
Tabel 30 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Keberadaan Produk Substitusi	100
Tabel 31 Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Resiko Kerusakan Bahan Baku	101
Tabel 32. Analisis Faktor Eksternal	102
Tabel 33. Analisis Matrik SWOT Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2. Diagram Analisis SWOT.....	40
Gambar 3. Proses Pemindangan Ikan.....	58
Gambar 4. Saluran Pemasaran Ikan Pindang DI Sentra Pemindangan.....	60
Gambar 5. Struktur Organisasi Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	61
Gambar 6. Diagram Analisis SWOT.....	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur	116
Lampiran 2. Peta Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.....	117
Lampiran 3. Modal Investasi Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	118
Lampiran 4. Modal Kerja Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	120
Lampiran 5. Penerimaan Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	124
Lampiran 6. RC Rasio Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	129
Lampiran 7. Keuntungan Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan.....	130
Lampiran 8. REC Pada Usaha Pemindangan Ikan di Sentra Pemindangan ...	131

