

RINGKASAN

RISKHA AFRIYANTI.105080400111016. Skripsi tentang Analisis Strategi Pemasaran Ikan Pindang Pada Sentra Pemindangan di Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Dibawah bimbingan **Dr.Ir.NUDDIN HARAHAP,MP** dan **Zainal Abidin, Spi, MP, MBA.**

Pemindangan Ikan merupakan salah satu usaha pengolahan produk perikanan yang menjadikan ikan sebagai bahan baku utama pembuatan ikan pindang. Ikan pindang merupakan salah satu diversifikasi produk olahan dengan kombinasi perebusan, dan penggaraman. Kandungan gizi pada ikan pindang meliputi: protein 20 persen (%), lemak 5 persen (%), air 10 persen (%), serta mengandung omega-3 salah satu asam lemak tak jenuh berfungsi untuk perkembangan otak dan pertumbuhan.

Kandungan gizi dalam ikan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan protein masyarakat diantaranya adalah masyarakat Desa Tasikmadu. Desa Tasikmadu terkenal dengan hasil perikanan dan beragam produk olahan perikanan. Di Desa Tasikmadu terdapat Sentra Pemindangan yang dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Trenggalek bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan skala usaha pengolahan. Namun pada Sentra Pemindangan permasalahan terletak pada pemasarannya maka perlu adanya strategi pemasaran untuk meningkatkan permintaan pasar dengan memperbaharui strategi pemasaran yang sudah ada.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis beberapa hal diantaranya sebagai berikut: 1) Mengetahui profil usaha pemindangan ikan, di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. 2) Mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan oleh usaha pemindangan ikan. 3) Menganalisis faktor-faktor lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan). Dan faktor-faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) usaha pemindangan ikan. 4) Menemukan alternatif strategi pemasaran pada Sentra Pemindangan tersebut.

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2014 di Sentra Pemindangan Ikan, Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur.

Metode yang digunakan pada penelitian ini, mendeskripsikan secara kuantitatif dan kualitatif mengenai profil usaha pada Sentra Pemindangan, mengetahui strategi pemasaran usaha, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha, mengetahui pemasaran usaha melalui aspek teknis, aspek manajemen, dan mengetahui aspek finansial yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama, kedua, dan ketiga

Aspek teknis pada usaha pemindangan ikan di Sentra Pemindangan masih secara tradisional, Semua kegiatan produksi dilakukan oleh tenaga kerja manusia. Namun Kelengkapan sarana produksi pada usaha ikan pindang ini sangat mendukung. Aspek teknis pada usaha pemindangan ini meliputi proses pembuatan ikan pindang dari datangnya bahan baku ke tempat usaha yaitu meliputi proses pengolahan ikan pindang yaitu dari penataan ikan kedalam renyeng, pemberian garam pada air yang akan digunakan untuk merebus ikan pindang, proses pendinginan, dan proses penataan renyeng pada pick-up.

Aspek Manajemen pada usaha pemindangan ikan meliputi perencanaan 1 bulan mendatang menambah bahan baku dan sarana produksi. Sedangkan untuk organisasinya, pada usaha pemindangan ikan melibatkan kepala keluarga sebagai ketua usaha dan seluruh anggota keluarga sebagai anggota yang bertugas dibagian manajemen, bagian keuangan, dan bagian produksi.

Sedangkan pada proses pergerakan dan pengawasan semua kepala keluarga dan anggota keluarga bertanggung jawab penuh terhadap tenaga kerja pada bagian produksi, dan tenaga kerja yang ada di bagian *packing*. Pengarahan dan pengawasan dilakukan kepala keluarga dan anggota keluarga secara langsung dengan mendatangi tempat produksi dan melihat langsung jalannya proses pembuatan ikan pindang sampai dengan pemasarannya.

Aspek finansial pada usaha pemindangan ikan di Sentra Pemindangan dihitung dari 3 usaha pemindangan ikan yang aktif memproduksi ikan pindang baik pada saat musim ikan maupun pada saat paceklik. Dari 3 usaha tersebut didapatkan hasil rata-rata keuntungan pengusaha ikan pindang perbulannya ketika paceklik. Menggunakan analisis jangka pendek diperoleh nilai rata-rata yang didapatkan usaha pemindangan ikan sebagai berikut: modal kerja Rp.3.020.076.750,00, penerimaan Rp.3.634.800.000,00, RC rasio 1,20, keuntungan Rp. 612.723.250,00, dan REC 20,33%.

Pemasaran ikan pindang Pada Sentra Pemindangan dapat dilihat menggunakan strategi pemasaran dan bauran pemasaran yang sudah dijalankan usaha pemindangan ikan. Strategi pemasaran pada usaha pemindangan ikan meliputi: pemasaran produk berdasarkan letak kota yang jauh dari pantai, sentra pemindangan hanya menjual ikan pindang dengan pemasaran secara massal kepada tengkulak, pemosisian produk tidak ada yang dominan antara pengusaha satu dengan pengusaha lain, sama-sama menggunakan kemasan sederhana yang terbuat dari anyaman bambu, dan tanpa adanya merek produk Sedangkan bauran pemasaran pada ikan pindang meliputi: pemilihan bahan baku dan bahan pembantu yang sesuai menurut pengusaha, penjualan ikan pindang perkantet yaitu berisi 12 reyeng perkantetnya, promosi yang dilakukan pengusaha secara langsung kepada tengkulak, Saluran pemasaran dengan menentukan pasar sasaran kota yang masyarakatnya kesulitan memperoleh produk perikanan.

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT terletak dikudran SO yaitu menggunakan strategi *agresif*, cara yang bisa dilakukan dengan megoptimalkan kekuatan untuk memperoleh peluang yang dibutuhkan pengusaha untuk meningkatkan keuntungan. Strategi pemasaran yang harus dilakukan meliputi Meningkatkan permintaan pasar dengan memperbaharui strategi pemasan yang sudah ada dan memanfaatkan air sisa perebusan ikan untuk menambah penerimaan, dengan cara mengolah air sisa rebusan ikan menjadi bahan baku untuk membuat petis.