

**STRATEGI PEMASARAN IKAN NILA MERAH
PADA KOPERASI MINA NGREMBOKO
DI KECAMATAN NGEMPLAK KABUPATEN SLEMAN**

SKRIPSI



Oleh :
Ramadhini Febby Lestari
H1815025

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2018**

**STRATEGI PEMASARAN IKAN NILA MERAH
PADA KOPERASI MINA NGREMBOKO
DI KECAMATAN NGEMPLAK KABUPATEN SLEMAN**

Yang diajukan dan disusun oleh :

Ramadhini Febby Lestari

H1815025

Yang dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada: 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua



Setyawati, S.P., M.P.
NIP. 197103221996012001

Anggota I



Susi Wuri Ani, S.P., M.P.
NIP.198101212008122004

Anggota II



Wiwit Rahayu, S.P., M.P.
NIP.197111091997032004

Surakarta, 2018

Mengetahui
Universitas Sebelas Maret Fakultas Pertanian
Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S
NIP: 195602251986011001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah ‘azza wa jalla yang dengan izin, rahmat serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S1 Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak pernah lepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P, M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Susi Wuri Ani, S.P., M.P selaku Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Setyowati, S.P., M.P selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan dukungan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Wiwit Rahayu selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan banyak masukan, saran serta arahan kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis.
8. Kepala dan Staff Kesbangpol Kabupaten Sleman.
9. Kepala dan Staff Bappeda Kabupaten Sleman.
10. Kepala dan Staff Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sleman.

11. Koperasi Mina Ngremboko beserta seluruh Anggotanya yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.
12. Orang tua tercinta Ibuku Nuraini, dan Ayahku Suparman, serta saudariku Anggita Devi Lestari yang telah memberikan do'a, dukungan lahir dan batin, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti.
13. Keluarga besar dan orang terdekat yang telah memberikan semangat dan do'a.
14. Sahabat-sahabatku Yosandra Demanti, Joshua Hermanus, Dilla Yearike Maharani, Inti Neysa Tanduk, Theodore Hananto, Silvano Hutomo, Dicky Eko Wahono, yang telah memberikan canda tawa, kenangan-kenangan terindah, dan telah memberikan semangat, bantuan, motivasi, serta doa.
15. Sahabat-sahabatku Transfer Agribisnis 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan keceriaan selama ini.
16. Adik-adik Agribisnis 2013, 2014 dan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan keceriaan selama ini.
17. Teman – teman alumni Diploma III Kehutanan Universitas Gadjah Mada yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya.
18. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala kritikan maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya karya ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.
Amin

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	ix
RINGKASAN	xi
SUMMARY.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori.....	12
1. Budidaya Ikan Nila Merah	12
2. Ikan Nila Merah	13
3. Koperasi Unit Desa	14
4. Strategi Pemasaran	15
5. Proses Manajemen Strategi	20
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	25
D. Pembatasan Masalah	27
E. Definisi Operasional.....	27
III. METODE PENELITIAN	29
A. Metode Dasar Penelitian	29
B. Metode Pengambilan Sampel.....	29
C. Jenis dan Sumber Data	32
1. Data Primer	32
2. Data Sekunder	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Observasi.....	33
2. Wawancara.....	34
3. Pencatatan	35

E. Metode Analisis Data	35
1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal	35
2. Matriks IE	37
3. Matriks SWOT	39
4. Prioritas Strategi Pengembangan (QSPM).....	41
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Kondisi Umum Lokasi Penelitian	42
1. Sejarah Berdirinya Koperasi Mina Ngremboko.....	42
2. Visi, Motto dan Tujuan Koperasi Mina Ngremboko	43
3. Struktur Organisasi Koperasi Mina Ngremboko.....	44
4. Proses Produksi Pembenihan Ikan Nila Merah	46
B. Faktor Internal dan Eksternal Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.....	47
1. Analisis Lingkungan Internal Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.....	47
a) Produk	48
b) Distribusi	49
c) Harga.....	50
d) Promosi.....	51
2. Analisis Lingkungan Eksternal Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.....	51
a) Pesaing	52
b) Sosial Budaya.....	53
c) Kebijakan Pemerintah	54
d) Konsumen.....	55
C. Penilaian Faktor Strategis Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.....	55
1. Penilaian Faktor Internal Pemasaran Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.....	55
2. Penilaian Faktor Eksternal Pemasaran Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.....	57
D. Penentuan Posisi Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman	59
E. Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman	60
F. Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.....	62

V. KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Tingkat Konsumsi Ikan (Kg/Kapita/Tahun)	2
Tabel 2.	Luas Area, Produksi dan Rata-rata Produksi Ikan Nila Merah per Kecamatan di Kabupaten Sleman Tahun 2016	3
Tabel 3.	Produksi Benih Ikan Nila Merah di Koperasi Mina Ngremboko 2012-2016	4
Tabel 4.	Daftar Penelitian Terdahulu	11
Tabel 5.	Rincian Informan Kunci	32
Tabel 6.	Jenis dan Sumber Data	33
Tabel 7.	Matriks IFE	35
Tabel 8.	Matriks EFE	36
Tabel 9.	Pembobotan menggunakan metode <i>Pairwise comparisson</i>	37
Tabel 10.	Matriks SWOT	40
Tabel 11.	Matriks QSP	41
Tabel 12.	Analisis Lingkungan Internal Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Koperasi Mina Ngremboko	48
Tabel 13.	Analisis Lingkungan Eksternal Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Koperasi Mina Ngremboko	52
Tabel 14.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) Pemasaran Ikan Nila Merah Pada Koperasi Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman	56
Tabel 15.	Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) Pemasaran Ikan Nila Merah Pada Koperasi Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman	58
Tabel 16.	Alternatif Strategi Matriks SWOT pemasaran Benih Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman	61
Tabel 17.	Jumlah Total Daya Tarik Alternatif Strategi Pemasaran Benih Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman	63

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	26
Gambar 2.	Matriks Internal-Eksternal	39
Gambar 3.	Struktur Organisasi Koperasi Mina Ngremboko.....	45
Gambar 4.	Matriks Internal-Eksternal Koperasi Mina Ngremboko	59



Daftar Lampiran

Nomor	Judul
Lampiran 1.	Daftar Pertanyaan Informan Ketua Koperasi
Lampiran 2.	Daftar Pertanyaan Informan Anggota Koperasi
Lampiran 3.	Daftar Pertanyaan Informan Pejabat Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sleman
Lampiran 4.	Daftar Pertanyaan Pesaing Pembudidayaan Ikan Nila Merah
Lampiran 5.	Daftar Pertanyaan Informan Konsumen
Lampiran 6.	Daftar Pertanyaan Penentuan Rating Faktor Internal
Lampiran 7.	Daftar Pertanyaan Penentuan Rating Faktor Eksternal
Lampiran 8.	Daftar Pertanyaan Prioritas Strategi
Lampiran 9.	Daftar Nama Informan Kunci
Lampiran 10.	Perhitungan Bobot Informan Kunci Anggota Koperasi
Lampiran 11.	Perhitungan Bobot Informan Kunci Ketua Koperasi
Lampiran 12.	Perhitungan Bobot Informan Kunci Pejabat Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sleman
Lampiran 13.	Perhitungan Bobot Informan Kunci Divisi Pemasaran
Lampiran 14.	Perhitungan Rata-Rata Pembobotan IFE
Lampiran 15.	Perhitungan Rata-Rata Pembobotan EFE
Lampiran 16.	Tabel Rata-Rata Rating IFE Metode Paired Comparison
Lampiran 17.	Tabel Rata-Rata Rating EFE Metode Paired Comparison
Lampiran 18.	Tabel Penentuan Bobot X Rating IFE
Lampiran 19.	Tabel Penentuan Bobot X Rating EFE
Lampiran 20.	Perhitungan Matriks QSP
Lampiran 21.	Foto Dokumentasi Penelitian

RINGKASAN

Ramadhini Febby Lestari, H1815025. 2018. “*Strategi Pemasaran Ikan Nila Merah Pada Koperasi Mina Ngremboko di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman*”. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dibawah bimbingan Setyowati, S.P., M.P dan Susi Wuri Ani, S.P., M.P.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor strategis internal dan eksternal (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), merumuskan alternatif strategi dan menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan pada Koperasi Mina Ngremboko Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman dalam memasarkan Ikan Nila Merah.

Metode dasar penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja, yaitu di Koperasi Mina Ngremboko yang berada di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah. (1) Matriks IFE dan EFE untuk mengetahui faktor internal dan eksternal. (2) Matriks IE yang digunakan untuk memetakan skor total dari matriks IFE dan EFE. (3) matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi, dan (4) matriks QSP untuk menentukan prioritas strategi pemasaran Ikan Nila Merah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan pemasaran Ikan Nila Merah di Koperasi Mina Ngremboko adalah cara pembenihan yang sudah bersertifikat sehingga menjamin kualitas produk, bisa diproduksi secara kontinyu, saluran distribusi pendek, memiliki transportasi sendiri, harga benih nila merah yang bersaing, promosi yang informatif (*mouth to mouth*). Faktor-faktor yang menjadi kelemahan adalah Resiko kematian tinggi saat ikan berukuran larva, Sarana transportasi kurang, Harga produk kurang stabil, Manajemen keuangan belum tersusun rapi, Kurang memanfaatkan teknologi yang ada (*social media*), Kurangnya SDM pemasaran, Jangkauan pemasaran sempit. Faktor-faktor yang menjadi peluang adalah pesaing belum mampu menghasilkan larva ikan sendiri, hubungan baik dengan *stakeholder*, adanya program pelatihan dan pembinaan dari Dinas Perikanan dan Kelautan berupa cara budidaya ikan yang baik, pemerintah memfasilitasi pakan dan obat-obatan untuk benih ikan, kualitas yang terjangkau menarik konsumen untuk menjadi pelanggan tetap. Faktor-faktor yang menjadi ancaman adalah pesaing sudah menggunakan teknologi dalam mempromosikan benih ikan nila (*social media*), jenis ikan milik pesaing bervariasi, ketertarikan yang lebih pada kalangan anak muda terhadap makanan siap saji, kebijakan pemerintah dalam mengizinkan impor daging sapi atau ayam yang dapat mengurangi permintaan daging ikan, implementasi kebijakan pemerintah yang rendah, perayaan hari besar membuat permintaan daging ikan nila menurun. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran Ikan Nila Merah di Koperasi Mina Ngremboko adalah Melakukan inovasi dalam pengembangan produk serta meningkatkan promosi.

SUMMARY

Ramadhini Febby Lestari, H1815025. 2018. “*Marketing Strategies of Red Nile Tilapia in Mina Ngeromboko Cooperative in Ngemplak District Sleman Regency*”. Agriculture Faculty of Universitas Sebelas Maret Surakarta. Under supervision of Setyowati, S.P., M.P and Susi Wuri Ani, S.P., M.P.

This research was conducted to identify internal and external factor (Strength, Weakness, Opportunities, and Threat), to formulate alternative strategies, and to appoint which strategy that could be applied to Mina Ngeromboko Cooperative in Ngemplak District of Sleman Regency.

This basic method for this research is analytic descriptive method. To determine the location for this research, researcher purposely choose the location which is Mina Ngeromboko Cooperative that located in Ngemplak District of Sleman Regency. The type of data for this research are primary data and secondary data. Researcher using analytical data method which is (1) Matrices IFE and EFE to identify internal and external factors. (2) Matrices IE that would be used to mapped the score in total from matrices IFE and EFE perspective. (3) Matrices SWOT that used to to formulate strategic alternative, and (4) Matrices QSP to determine the priority of Red Nile Tilapia marketing strategies.

The result of this research indicates the internal factors which became the strength of Red Nile Tilapia marketing in Mina Ngeromboko Cooperative is certified product, could be produced continuously, short distribution channel, having their own transportation, competitive Red Nile Tilapia prices, informative promotion (*word of mouth*). The factors that became the weakness are the fragility of the fries to some disease, lack of transportation, the price is unstable, lack of money management, lack of technology utilization such as social media, lack of human resource for marketing activity, lack of marketing reach. The factors that could be became opportunities are, the competitor could not breed their own fries, good relationship with the stakeholder, a program that include training and constructing from Ministries of Maritime and Fisheries Affairs such as good fish cultivation, the government facilitate the fish breeder for the food fish and medicine for the fries, the good quality of the fish that could make the consumer became loyal. The threat could identified such as, the competitor strat using technology (social media), the broad variety from competitor product, the pique of the young generation for fast food, the government policy that regulate the meat and chicken import which could lead to the less demand of Red Nile Tilapia. Strategic priority that could be implemented for Red Nile Tilapia marketing in Mina Ngeromboko Cooperative is conducting some of innovation for the sake of developing the product and increase the promotion.