

**STRATEGI PEMASARAN IKAN GURAMI
(*Osphronemus gouramy*) DI DESA POJOK,
KABUPATEN TULUNGAGUNG, JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**INDI NABILA
26020120140128**



**PROGRAM STUDI AKUAKULTUR
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

**STRATEGI PEMASARAN IKAN GURAMI
(*Osphronemus gouramy*) DI DESA POJOK,
KABUPATEN TULUNGAGUNG, JAWA TIMUR**

**INDI NABILA
26020120140128**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Derajat Sarjana S1 pada Departemen Akuakultur
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Diponegoro

**PROGRAM STUDI AKUAKULTUR
FAKULTAS PERIKANAN DAN KELAUTAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Ikan Gurami
(*Osphronemus gouramy*) di Desa Pojok
Kabupaten Tulungagung Jawa Timur

Nama Mahasiswa : Indi Nabila

Nomor Induk Mahasiswa : 26020120140128

Departemen/Program Studi : Akuakultur

Mengesahkan,

Pembimbing Utama



Tita Elfitasari, SPi, M.Sc., Ph.D
NIP. 197207101997032002

Pembimbing Anggota



Rosa Amalia, S.Pi., M.Si.
NIP. 199111112019032028

Dekan

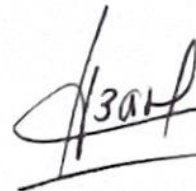
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Diponegoro



Prof. Agus Trianto, S.T., M.Sc., Ph.D.
NIP. 196903231995121001

Ketua

Program Studi S1 Akuakultur
Departemen Akuakultur



Prof. Dr. Ir. Desrina, M.Sc.
NIP. 196512151990032001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Ikan Gurami
(*Osphronemus gouramy*) di Desa Pojok
Kabupaten Tulungagung Jawa Timur

Nama Mahasiswa : Indi Nabila

Nomor Induk Mahasiswa : 26020120140128

Departemen/Program Studi : Akuakultur

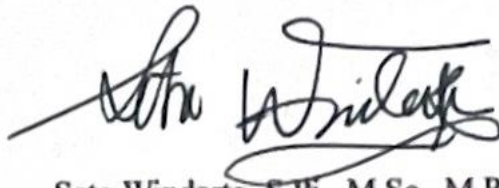
Mengesahkan,

Penguji Utama



Dr. Diana Chilmawati, S.Pi., M.Si
NIP. 197705232005012003

Penguji Anggota



Seto Windarto, S.Pi., M.Sc., M.P.
NIP. H.7.199205182018071001

Pembimbing Utama



Tita Elfitasari, S.Pi., M.Sc., Ph.D.
NIP. 197207101997032002

Pembimbing Anggota



Rosa Amalia, S.Pi., M.Si.
NIP. 199111112019032028

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini, saya Indi Nabila menyatakan bahwa karya ilmiah/skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Ikan Gurami (*Osphronemus gouramy*) di Desa Pojok, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.” adalah asli karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjaanaan strata satu (S1) dari Universitas Diponegoro maupun perguruan tinggi lainnya.

Semua informasi yang dimuat dalam karya ilmiah/skripsi ini yang berasal dari karya orang lain, baik yang dipublikasikan atau tidak, telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi dari karya ilmiah/skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Semarang, Januari 2025

Penulis




Indi Nabila

NIM. 26020120140128

ABSTRAK

(Indi Nabila. 26020120140128. Strategi Pengembangan Pemasaran Ikan Gurami (*Osphronemus gouramy*) di Desa Pojok, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Tita Elfitasari dan Rosa Amalia).

Pemasaran ikan gurami di Indonesia memiliki jangkauan yang luas dengan menggunakan pemasaran *online* maupun *offline*, namun pemasaran ikan gurami di Desa Pojok hanya dengan cara sederhana berupa kerjasama dengan pengepul lokal untuk dijual di pasar maupun restoran sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pemasaran ikan gurami dan merumuskan strategi pengembangan pemasaran ikan gurami di Desa Pojok. Penelitian ini dilaksanakan pada Oktober sampai Desember 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode deskriptif. Para responden penelitian ini diwawancara langsung dengan jumlah sebanyak 9 orang yang merupakan seluruh populasi pembudidaya ikan gurami di Desa Pojok. Hasil SWOT pada pembudidaya ikan gurami di Desa Pojok berada pada kuadran I yang artinya dapat menggunakan strategi agresif. Pembudidaya ikan gurami di Desa Pojok dapat memanfaatkan peluang berupa permintaan pasar yang stabil, kerjasama dengan pasar modern dan internasional serta memanfaatkan kemajuan teknologi pemasaran. Hasil analisis pendekatan 4P pemasaran ikan gurami di Desa Pojok meliputi produk berupa ikan gurami ukuran 400-500gram dan berinovasi menambah ukuran diatas 500gram untuk pasar ekspor, untuk price yang didapat pembudidaya ikan gurami di Desa Pojok adalah 22.500/kg dan 24.000/kg harga basah, kemudian para pembudidaya mendapatkan penawaran harga ekspor diatas 32.000/kg harga basah, sementara untuk pendekatan lokasi para pembudidaya ikan gurami melakukan budidaya di jalan palem yang merupakan jalan utama desa untuk kemudahan aktifitas budidaya, sedangkan untuk promosi beberapa pembudidaya mulai menggunakan *whatsapp* untuk merambah pasar yang lebih luas dan percobaan pasar ekspor dengan bantuan pembudidaya yang memiliki akses kerjasama pasar ekspor.

Kata kunci: Analisis SWOT, EFAS, 4P, IFAS, ikan gurami

ABSTRACT

(Indi Nabila. 26020120140128. *Marketing Development Strategy of Gourami Fish (Osphronemus gouramy) in Pojok Village, Tulungagung Regency, East Java. Tita Elfitasari and Rosa Amalia*).

The marketing of gourami fish in Indonesia has a wide reach using online and offline marketing, but the marketing of gourami fish in Pojok Village is only in a simple way in the form of cooperation with local collectors to be sold in the surrounding markets and restaurants. This study aims to analyze internal and external factors of gourami fish marketing and formulate a strategy for the development of gourami fish marketing in Pojok Village. This research was carried out from October to December 2024. This study uses a qualitative method with a descriptive method. The respondents to this study were interviewed directly with a total of 9 people who are the entire population of gourami fish farmers in Pojok Village. The SWOT results for gourami fish farmers in Pojok Village are in quadrant I, which means they can use aggressive strategies. Gourami fish farmers in Pojok Village can take advantage of opportunities in the form of stable market demand, cooperation with modern and international markets and taking advantage of advances in marketing technology. The results of the analysis of the 4P approach of gourami fish marketing in Pojok Village include products in the form of gourami fish with a size of 400-500 grams and innovating to increase the size above 500 grams for the export market, for the price obtained by gourami fish farmers in Pojok Village is 22,500/kg and 24,000/kg wet price, then the cultivators get export price offers above 32,000/kg wet price. Meanwhile, for the location approach, the gourami fish farmers cultivate on Jalan Palm which is the main road of the village for ease of cultivation activities, while for promotion, some cultivators began to use WhatsApp to penetrate a wider market and experiment with the export market with the help of cultivators who have access to export market cooperation.

Keywords: *SWOT analysis, EFAS, 4P, IFAS, Gourami fish*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Pemasaran Ikan Gurami (*Osphronemus gouramy*) Di Desa Pojok, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pengerjaan penulisan skripsi tidak lepas dari bimbingan, arahan, saran, masukan serta kerjasama dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tita Elfitasari S.Pi., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan dukungan dan bimbingan serta membantu dalam penyusunan skripsi;
2. Rosa Amalia., S.Pi., M.Si. selaku dosen pembimbing anggota yang telah memberikan dukungan dan bimbingan serta membantu dalam penyusunan skripsi;
3. Para pembudidaya ikan gurami di Desa Pojok yang telah berkenan menjadi responden penelitian ini; dan
4. Kedua orang tua dan teman-teman penulis yang telah memberi dukungan serta bantuan dalam pelaksanaan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar tata tulis bahasa di dalam laporan ini dapat diperbaiki. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Waktu dan Tempat Penelitian	4
2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Potensi Budidaya Ikan Gurami di Tulungagung	5
2.2 Ikan Gurami.....	6
2.3 Karakteristik Pembudidaya Skala Kecil.....	7
2.3.1 Umur	8
2.3.2 Tingkat Pendidikan	8
2.3.3 Pengalaman usaha.....	8
2.4 Profil Usaha Budidaya Ikan.....	9
2.5 Strategi Pemasaran Usaha	10
2.6 Pendekatan 4P (<i>Product, Price, Place, and Promotion</i>)	11
2.6.1 Produk (<i>Product</i>).....	11
2.6.2 Harga (<i>Price</i>)	11
2.6.3 Tempat (<i>Place</i>).....	12
2.6.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	12
2.7 Analisis SWOT.....	12
2.7.1 <i>Strength</i> (kekuatan)	13

2.7.2 <i>Weakness</i> (kelemahan)	14
2.7.3 <i>Opportunity</i> (Peluang)	14
2.7.4 <i>Threat</i> (Ancaman)	14
3. MATERI DAN METODE	15
3.1 Metode Penelitian	15
3.2 Lokasi Penelitian	15
3.3 Responden Penelitian	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	17
3.4.1 Wawancara	17
3.4.2 Observasi	18
3.4.3 Dokumentasi	19
3.5 Analisis Data	19
3.5.1 Analisis Faktor Internal – Eksternal	19
3.5.2 Analisis SWOT	21
3.5.3 Analisis Pendekatan 4P	22
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil	23
4.1.1 Demografi Responden	23
4.1.2 Faktor Internal dan Eksternal	23
4.1.2.1 Faktor Internal	23
4.1.2.2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	25
4.1.2.3 Faktor Eksternal	26
4.1.2.4 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	28
4.1.2.5 Analisis Diagram SWOT	30
4.1.2.6 Pendekatan 4P (Product, Price, Place, Promotion)	31
4.1.3 Strategi Pengembangan Pemasaran Ikan Gurami	43
4.2 Pembahasan	46
4.2.1 Demografi Responden	46
4.2.2 Faktor Internal dan Eksternal	47
4.2.2.1 Matriks IFAS	47
4.2.2.2 Matriks EFAS	47
4.2.2.3 Identifikasi SWOT	48
4.2.2.4 Analisis SWOT	55

4.2.2.5 Pendekatan 4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>)	56
4.2.3 Strategi Pemasaran Ikan Gurami	58
5. KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	78
RIWAYAT HIDUP.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Alur Penelitian	3
Gambar 3.1. Kuadran SWOT (Rangkuti. 2006)	21
Gambar 4.1. Analisis Diagram SWOT	30

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Daftar pertanyaan wawancara.....	18
Tabel 3.2. Tabel IFAS	20
Tabel 3.3. Tabel EFAS	21
Tabel 4.1. Faktor Internal	23
Tabel 4.2. Faktor Eksternal.....	26
Tabel 4.3. Tabel IFAS	25
Tabel 4.4. Tabel EFAS	28
Tabel 4.5. Hasil Indikator Produk.....	31
Tabel 4.6. Hasil Observasi Produk	32
Tabel 4.7. Uji Keabsahan Data Produk.....	33
Tabel 4.8. Hasil Indikator Harga	34
Tabel 4.9. Hasil Observasi Harga	35
Tabel 4.10. Uji Keabsahan Data Harga	36
Tabel 4.11. Hasil Indikator Tempat.....	37
Tabel 4.12. Hasil Observasi Tempat	38
Tabel 4.13. Uji Keabsahan Data Tempat	39
Tabel 4.14. Hasil Indikator Promosi.....	40
Tabel 4.15. Hasil Observasi Promosi.....	41
Tabel 4.16. Uji Keabsahan Data Promosi.....	42
Tabel 4.17. Tabel Strategi SWOT.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Verbatim Responden 1	79
Lampiran 2. Verbatim Responden 2	82
Lampiran 3. Verbatim Responden 3	85
Lampiran 4. Verbatim Responden 4	88
Lampiran 5. Verbatim Responden 5	91
Lampiran 6. Verbatim Responden 6	94
Lampiran 7. Verbatim Responden 7	97
Lampiran 8. Verbatim Responden 8	100
Lampiran 9. Verbatim Responden 9	103
Lampiran 10. Data Pembudidaya	106