

KAJIAN STRATEGI USAHA IKAN SEGAR LAUT DI KECAMATAN PADANG UTARA KOTA PADANG

Lolitha Uthary¹⁾, Arlius²⁾ dan Suparno²⁾

1) Mahasiswa Program Pascasarjana Sumberdaya Perairan, Pesisir dan Kelautan, Universitas Bung Hatta

2) Dosen Program Pascasarjana Sumberdaya Perairan, Pesisir dan Kelautan, Universitas Bung Hatta

Email : lolithauthary9372@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah (1) Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha pedagang ikan laut segar yang ada di Kecamatan Padang Utara Kota Padang. (2) Untuk mengkaji strategi pengembangan usaha pedagang ikan laut segar di Kecamatan Padang Utara Kota Padang sehingga dapat membantu pedagang dalam menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan penjualan di masa yang akan datang. Penelitian dilakukan di Kecamatan Padang Utara, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan analisis SWOT. Variabel yang digunakan dalam analisa ini adalah produk (*Product*), harga (*Price*), tempat/distribusi (*Place*) dan promosi (*Promotion*). Faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha pedagang ikan laut segar yang ada di Kecamatan Padang Utara Kota Padang adalah faktor Produk (*Product*). Kualitas produk yang masih segar dan mutu produk yang masih terjaga menjadi daya tarik minat masyarakat untuk membeli ikan di pedagang ikan laut segar Kecamatan Padang Utara sedangkan faktor harga (*Price*), tempat/distribusi (*Place*) dan promosi (*Promotion*) tidak mempengaruhi peningkatan penjualan pedagang ikan laut segar. Strategi pengembangan usaha pedagang ikan laut segar di Kecamatan Padang Utara Kota Padang yang dapat membantu pedagang dalam menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan penjualan di masa yang akan datang adalah strategi *Turn Around* yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mencapai peluang. Strategi yang harus dilakukan adalah mengatasi semua kelemahan (internal) yang ada seperti melakukan peningkatan promosi, peningkatan sumberdaya manusia (pengetahuan), memperbaiki kondisi tempat jual beli yang saat ini masih seadanya dan kurang memperhatikan higienis guna mencapai peluang (*opportunity*) peningkatan penjualan yang dapat dicapai.

Kata Kunci: *Pedagang Ikan Segar Laut, Nelayan, Promosi, Produk, Promosi*