

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN  
IKAN DI SEKOLAH USAHA PERIKANAN MENENGAH  
(SUPM) PARIAMAN**

**TESIS**

**RONA EKA MAYA SARI  
1910018112009**



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**2022**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN  
IKAN DI SEKOLAH USAHA PERIKANAN MENENGAH  
(SUPM) PARIAMAN**

**TESIS**

**RONA EKA MAYA SARI  
1910018112009**



**Tesis Ini Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai  
Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Sains**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**2022**



## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan  
di SekolahUsaha Perikanan Menengah (SUPM)  
Pariaman  
Nama : RONA EKA MAYA SARI  
NPM : 1910018112009  
Program Studi : Sumberdaya Perairan, Pesisir dan Kelautan (SP2K)  
Fakultas : Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan  
Universitas : Universitas Bung Hatta

Tesis telah diuji dan dipertahankan di depan sidang panitia ujian akhir Magister pada Program Pasca Sarjana Universitas Bung Hatta dan dinyatakan lulus pada tanggal, 11 Febuari 2022.

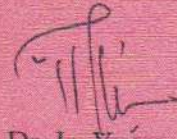
Menyetujui

Pembimbing I



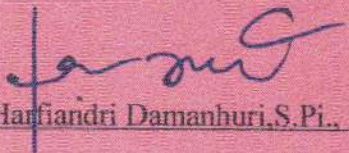
Dr. Ir. Suparno, M.Si

Pembimbing II



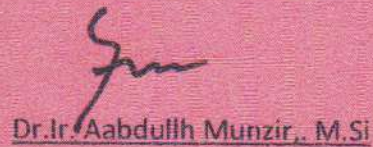
Dr. Ir. Yusra, M.Si

Penguji I



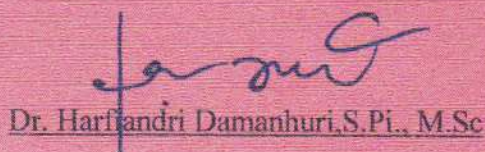
Dr. Harfiandri Damanhuri, S.Pi., M.Sc

Penguji II



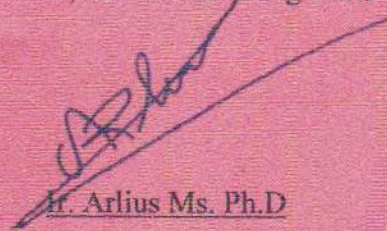
Dr. Ir. Aabdullh Munzir, M.Si

Ketua Program Studi Magister  
Sumberdaya Perairan Pesisir dan Kelautan



Dr. Harfiandri Damanhuri, S.Pi., M.Sc

Dekan Fakultas Perikanan dan Ilmu  
Kelautan, Universitas Bung Hatta



H. Arlius Ms. Ph.D



## Pernyataan Keaslian Tesis

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RONA EKA MAYA SARI

NPM : 1910018112009

Program Studi : Sumberdaya Perairan Pesisir dan Kelautan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul :

### **Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan di Sekolah Usaha Perikanan Menengah (SUPM) Pariaman**

Yang dibuat untuk melengkapi persyaratan untuk menjadi Magister Sains Program Pascasarjana di Universitas Bung Hatta. Sejauh yang sayaketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tesis yang telah dipublikasikan sebelumnya atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Magister Sains Program Pasca Sarjana di Universitas Bung Hatta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila di kemudian hari ternyata tidak sesuai dengan pernyataan diatas, maka penulis bersedia menerima sanksi yang akan dikenakan.

Padang, 11 Febuari 2022



*Rona Eka Maya Sari*  
Rona Eka Maya Sari

## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Usaha Perikanan Menengah Pariaman Jl. Simpang Toboh V Koto, Kampung Dalam, Pasir, Pariaman Tengah, Kota Pariaman, Sumatera Barat. Penelitian dilakukan bulan Maret sampai bulan April 2021.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi peningkatan pemasaran produk olahan ikan di SUPM Pariaman dan menganalisis strategi peningkatan pemasaran produk olahan ikan di SUPM Pariaman.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode penelitian *survey*. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder menggunakan metode wawancara, observasi dan *Focus Group Discussion*. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan SWOT.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan produk olahan ikan di SUPM Pariaman adalah faktor produk ( $t$  hit  $3,007 > t$  tabel  $1,67252$ ) dan harga ( $t$  hit  $2,175 > t$  tabel  $1,67252$ ). Sedangkan faktor distribusi dan promosi tidak berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan produk olahan ikan di SUPM Pariaman.

Strategi peningkatan pemasaran produk olahan ikan di SUPM Pariaman berada pada kuadran I yang artinya adalah mendukung strategi SO yaitu strategi agresif. Strategi yang dapat dilakukan yaitu: (1) Memanfaatkan keunggulan produk yaitu produk olahan yang diproduksi tidak menggunakan pengawet dan Bahan baku pembuatan olahan mudah didapat untuk memacu kemungkinan adanya diversifikasi produk yang lebih kreatif; (2) Dengan adanya legalitas perizinan tentang olahan yang di produksi sehingga akan memicu peran pemerintah yang mendukung dengan banyaknya bantuan yang diberikan untuk UMKM; (3) Harga produk olahan yang terjangkau oleh masyarakat dan produk olahan ikan bisa dikonsumsi dari anak-anak sampai lansia sehingga memicu tercapainya peluang daerah pemasaran yang luas.

kata Kunci: Produk Olahan Ikan, SWOT, Regresi Berganda.

## ABSTRACT

*This research was conducted at Pariaman Middle School of Fisheries Business Jl. Toboh V Koto intersection, Kampung Dalam, Pasir, Central Pariaman, Kota Pariaman, West Sumatra. The research was conducted from March to April 2021.*

*The purpose of this study was to analyze the factors that influence the increase in marketing of processed fish products at SUPM Pariaman and to analyze strategies for increasing marketing of processed fish products at SUPM Pariaman. The type of research used is quantitative research using survey research methods. The data collected in this study are primary data and secondary data using interview, observation and Focus Group Discussion methods. The data analysis method used is Multiple Linear Regression Analysis and SWOT.*

*Based on the results and discussion, it can be concluded that the factors that affect the level of sales of processed fish products at SUPM Pariaman are product factors ( $t$  hit  $3.007 > t$  table  $1.67252$ ) and price ( $t$  hit  $2.175 > t$  table  $1.67252$ ). While the distribution and promotion factors have no effect on the level of sales of processed fish products at SUPM Pariaman. The strategy to increase the marketing of processed fish products at SUPM Pariaman is in quadrant I, which means it supports the SO strategy, which is an aggressive strategy.*

*Strategies that can be carried out are: (1) Utilizing product advantages, namely processed products that are produced without using preservatives and easy-to-obtain raw materials for making processed products to spur the possibility of more creative product diversification; (2) With the legality of licensing regarding processed products that are produced, it will trigger the role of the government that supports the large amount of assistance provided to MSMEs; (3) Prices of processed products that are affordable by the community and processed fish products can be consumed from children to the elderly so as to trigger the achievement of wide marketing area opportunities.*

*Keywords: Processed Fish Products, SWOT, Multiple Regression.*

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis telah dapat menyusun penelitian Tesis yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan di Sekolah Usaha Perikanan Menengah (SUPM) Pariaman “. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Magister Program Studi Sumberdaya Perairan, Pesisir dan Kelautan Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta Padang.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, masukan dan doa penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Ir. Arlius, M.S, Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
2. Bapak Dr. Ir. Junaidi. M. Si dan Ibu Dr. Ir. Yusra, M.Si sebagai pembimbing Tesis yang selalu meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukannya dalam penulisan tesis ini.
3. Bapak Dr. Harfiandri Damanhuri, M.Sc Ketua Program Studi Sumberdaya, Perairan, Pesisir dan Kelautan yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, waktu dan terus memberikan semangat hingga selesainya tesis ini.
4. Semua pihak yang turut membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pembacanya terutama bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Sumberdaya Perairan, Pesisir dan Kelautan. Penulis mengharapkan saran dan

masuk untuk kesempurnaan penelitian ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, karunia, kebarokahan dan hidayahnya, *Amin Ya Robbal Alamin.*

Padang, 11 Februari 2022

**RONA EKA MAYA SARI**



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	3
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	4
ABSTRAK .....	5
ABSTRACT .....	6
KATA PENGANTAR .....	7
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	
1.1.1 Rumusan Masalah.....	
1.1.2 Tujuan Penelitian.....	
1.1.3 Manfaat Penelitian .....	
1.1.4 Kerangka Pemikiran .....	
1.2 Tinjauan Pustaka.....	
1.2.1 Strategi Pemasaran .....	
1.2.2 Lingkungan Internal .....	1
1.2.3 Lingkungan Eksternal.....	1
1.2.4 Produk ( <i>Product</i> ) .....	1
1.2.5 Harga ( <i>Price</i> ) .....	1
1.2.6 Tempat/Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	2
1.2.7 Promosi (Promotion) .....	2
1.2.8 Penelitian Relevan Terdahulu .....	2
1.3 Metode Penelitian .....	3
1.3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	3
1.3.2 Metode Penelitian .....	3
1.3.3 Metode Pengumpulan Data .....	3
1.3.4 Pengumpulan Data Primer.....	3
1.3.5 Jenis data Primer.....	3
1.3.6 Pengumpulan Data Sekunder.....	3
1.3.7 Analisis Data.....	3
BAB II ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN IKAN DI SUPM PARIAMAN (PUBLIKASI I) .....	45
2.1 Abstrak.....	4
2.2 Pendahuluan.....	4
2.2 Metodologi.....	4
2.4 Hasil Pembahasan .....	5
2.5 Kesimpulan .....	5
2.6 Daftar Pustaka.....	5
BAB III ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN IKAN DI SUPM PARIAMAN (PUBLIKASI II).....	60
3.1 Abstrak.....	6
3.2 Pendahuluan.....	6
3.3 Metodologi.....	6

3.4 Hasil Pembahasan .....	6
3.5 Kesimpulan .....	8
3.6 Daftar Pustaka.....	8
BAB IV PEMBAHASAN UMUM.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan .....	9
5.2 Saran .....	9
DAFTAR PUSTAKA .....	101

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Skala Intensitas Angket Kuisisioner .....	32
2.	Data Primer Selama Penelitian dan Skor Penilaian .....	35
3.	Matriks IFE/EFE.....	41
4.	Matrik SWOT .....	43
5.	Skala Intensitas Angket Kuisisioner .....	47
6.	Data Primer Selama Penelitian dan Skor Penilaian .....	49
7.	Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	50
8.	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	53
9.	Hasil Uji F .....	54
10.	Koefisien Determinasi .....	54
11.	Tabel Pengaruh Masing-Masing Variabel Terhadap Tingkat Penjualan produk olahan ikan di SUPM Pariaman .....	55
12.	Matriks IFE/EFE.....	65
13.	Matrik SWOT .....	66
14.	Faktor Internal Strategi Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Olahan Ikan di SUPM Pariaman.....	67
15.	Faktor Eksternal Strategi Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Olahan Ikan di SUPM Pariaman .....	67
16.	Matrik SWOT.....	69
17.	Umur Responden .....	85
18.	Jenis Kelamin Responden.....	86
19.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	88
20.	Frekuensi Responden Membeli Produk.....	89
21.	Total Belanja .....	90
22.	Keputusan Belanja Konsumen .....	90
23.	Produk ( <i>Product</i> ) .....	92
24.	Harga .....	94
25.	Tempat / Distribusi ( <i>Place</i> ).....	96
26.	Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	97

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	6
2.	Peta Lokasi Penelitian .....	31
3.	Grafik <i>Scatterplot</i> .....	51
4.	Kuadran Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Olahan Ikan di SUPM Pariaman.....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuisisioner Penelitian .....	105
2.	Output SPSS Regresi Berganda.....	108
3.	Identitas Responden .....	110
4.	Keputusan Belanja (Y).....	111
5.	Produk (X1).....	113
6.	Harga (X2).....	115
7.	Distribusi / Tempat (X3).....	117
8.	Promosi (X4).....	119
9.	F Tabel dan t Tabel.....	121
10.	Rekapitulasi Kuisisioner SWOT .....	122
11.	Matriks Perhitungan SWOT .....	123
12.	Dokumentasi Penelitian .....	124