

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan produk olahan ikan di SUPM Pariaman adalah faktor produk dan harga.
2. 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.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis menyarankan:

1. Perlu dilakukan promosi produk untuk meningkatkan penjualan ikan segar di SUPM Pariaman
2. Perlunya peningkatan kapasitas produksi sehingga produk dapat dipasarkan dan dapat didistribusikan lebih luas.

3. Perlunya penambahan tenaga kerja yang saat ini masih sangat terbatas, untuk menambah kapasitas produksi produk olahan ikan di SUPM Pariaman
4. Perlunya peningkatan fasilitas seperti tempat penjualan yang mudah dijangkau dengan standar higienis yang sama seperti di SUPM Pariaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, M, N, Dian, A, dan Setiawan, S. 2018. Strategi Pengembangan Produk Olahan Ikan Lele (*Clarias* sp) (Suatu Kasus di UKM Mae Shetie dan UKM Abon Ikan Lele Kota Cilegon). *Jurnal Agribisnis Terpadu*. 11 (1): 13-14
- Apriono D, Eva D, Imelda. 2012. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele Di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1 (3) :29-36.
- Asnawi, Ilham, M S, Wiratmanto. 2017. Peningkatan Mutu Produk dan Pemasaran Olahan Ikan Bandeng.3 (5): 201-211.
- Ambarawati, NL, B, IGAA, dan NW. Sri, A. 2014. Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. 2 (2) : 55-59.
- Andarwulan, N., Kusnandar, F. Dan Herawati, D. 2011. Analisis Pangan. Dian Rakyat. Jakarta. 3(4) : 193-194.
- Arifah, Nur. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Produk Opak Di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Asrina, dan Martina. 2017. Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Tempe di Desa Blang Geulanggang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen (Studi Kasus : Usaha Kerupuk Tempe Ibu Yusnita). *Jurnal S. Pertanian* 1 (1) : 48 – 62.
- Assauri, S. 2013. Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta : PT. Grafindo Persada
- Awaliyah, N. 2015. Strategi Pemasaran *Home Industry* Syariah Makanan Khas Gunung Jati Terhadap Minat Beli Para Peziarah. *Skripsi*. Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
- Brajtman, S. 2015. Helping the family through the experience of terminal restlessness. *Journal of Hospice and Palliative Nursing*. 7 (2) : 73.
- Deli, R, O, Sudarma, W, dan Teguh, E. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Berbagai Produk Berbasis Ikan Bandeng Di Provinsi Lampung. *JIAA*. 6. (2) : 63
- Diniaty, D dan Agusrinal. 2014. Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan (Studi Kasus: *Home Industry* Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung). *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*. 11 (2) : 93-94
- Fandy, Ciptono. 2000, Strategi Pemasaran. Andi Offset, Yogyakarta.

- Fauziah, A F, Titin A dan Yuli H. 2016. Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Ikan Lele Dumbo Di Desa Mojomulyo Kecamatan Puger. JSEP 9 (1):322-329.
- Hapsari, A.R. 2010. Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi dan Locus of Control Sebagai Variabel Moderating. Skripsi, Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Diakses dari : <http://eprints.undip.ac.id/26440/1/Skripsi.pdf> pada tanggal 12 Desember 2020
- Hasnibar, S, Hamdi, H, dan Lamun, B. 2014. Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan Patin (*Pangasius sutchi*) di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, universitas Riau. 3(1) :33-39.
- Howara, D. 2013. Strategi Pengembangan Pengolahan Hasil Perikanan di Kabupaten Donggala. J. Agroland 17 (3) : 75 – 81.
- Setiyorini, E S, Bambang P, N dan Muhammad S. 2018. Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group. Manajemen IKM. 13 (1): 19-28.
- Iskandar, Y., Nimmni, Z dan Siti, J. 2020. Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen) 4 (1): 234-240.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. Marketing Management, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. Principles of Marketing, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kusumawaty, Y. 2018. Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu). Jurnal Agribisnis. 20 (2) :12-13.
- Kusumawaty, Y. 2018. Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (KERIPIK Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu). Jurnal Agribisnis. 20 (2) : 7-8.
- Lebiedzinska, A., Kostrzewa, A., Ryskiewicz, J., Zbikowski, R., & Szefer, P. 2006. Preferences, consumption and Choice factors of fish and seafood among university students. Pol. J. Food Nutr.Sci, 15(56), 91-96.
- Maro'ah, S. 2016. Pemasaran Produk Olahan Ikan Laut UKM Kenjeran Surabaya Berbasis Marketing Mix Syariah. Journal Balance. 13 (2): 23-29.
- Muriati, N M, Wayan G H. 2011. Analisis Strategi Pengembangan Sentra Pengolahan Hasil Perikanan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung: Di

Tinjau dari Perspektif Bisnis dan Lingkungan. *Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*.

- Nurhayati, P. 2004. Nilai Tambah Produk Olahan Ikan Perikanan Pada Industri Perikanan Tradisional di DKI Jakarta. *Buletin Ekonomi Perikanan*.1(2): 112-120.
- Nurmaida, E, A, Muhammad, A, T, dan Surni. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Produk Abon Ikan (Suatu Kasus Pada UMKM Citra Permata Kendari). *Jurnal Ilmiah Agribisnis*. 21 (4) : 11-12
- Obiero KO, Opiyo MA, Munguti JM, Orina PS, Kyule D, Yongo E, Githukia CM, & Karisa HC. 2014. Consumer preference and marketing of Farmed Nile Tilapia (*Oreochromis niloticus*) and African Catfish (*Clarias gariepinus*) in Kenya: case study of Kirinyaga and Vihiga Counties. *International Journal of Fisheries and Aquatic Studies*, 1(5): 119-124.
- Oluwatosin, A. 2015. Focus group discussion: An essential tool in community health nursing research. *West African Journal of Nursing*. 16 (2): 30-36.
- Pebian, Ahmad. 2019. Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan Pada PT. Salimah Prima Cita Tangerang Selatan. Program Studi Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 3 (6): 32-40.
- Pratiwi, S, D, dan Lilis, S. 2019. Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru. *Jurnal Valuta*. 3 (2) : 2-4
- Rangkuti, F. 2019. Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21). Cetakan keenam Pt Gramedia. Jakarta.
- Riyanto, S dan Mardiansjah, F, H. 2018. Pengembangan Industri Pengolahan Perikanan Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Litbang* 14 (2) : 107-118.
- Sarwanto, C, Eko, S, W, Tri, W, N, dan John, H. 2014. Kajian Sistem Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan di Kabupaten Gunung kidul, Provinsi DIY. *J. Sosek kp*. 9 (2):332-339.
- Septiara I, Ine M, Ibnu D B. 2012. Analisis Pemasaran Ikan Mas Koki (*Carassius auratus*) Kelompok Pembudidaya Ikan Kelapa Ciung Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. *Jurnal Perikanan dan Kelautan* 2(3) : 221-230.
- Setiyorini, E, S, Bambang, P, N, dan Muhammad, S. 2018. Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group. *Manajemen IKM*. 13 (1) : 19-28
- Silaningsih, E dan P Utami. 2018. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*. 9 (2):303-312
- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.

- Sunarto, 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Amus, Yogyakarta.
- Sunyoto, Atiek, Z dan Indah A. 2018. Peningkatan Kualitas dan Pemasaran Produk Olahan Ikan di Semarang. *Proceeding SNK-PPM* 2(1): 292-233.
- Susilawati dan Saepul. H, Y. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional (Studi Kasus Industri Rengginang di Kecamatan Sakra Pusat). *JPEK*. 1 (1) : 323-333.
- Teijlingen E. & Pitchforth E. 2006. Focus group research in family planning and reproductive health care. *Journal of Family Planning and Reproductive Health Care*. 32 (1): 30-32.
- Veranita, Mira. 2013. Strategi Pemasaran Produk Makanan Olahan Melalui Pengemasan dan Pelabelan (*packing and labelling*). *Jurnal ekbis (Ekonomi Bisnis)*. 1 (1): 212-223.
- Wasilaine., Talakua. M. W., Lesnussa, Y. A. 2014. Model Regresi Ridge Untuk Mengatasi Model Regresi Linier Berganda Yang Mengandung Multikolinieritas. *Jurnal Berekeng*. 8 (1): 31 –37.
- Wibowo ,M, E, Arief, D, dan Amzul, R. 2018. Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus: PT Primafood Internasional). *Manajemen IKM*. 13 (1) : 29-38
- Widianto, D., Ismoyowati., Suwondo. 2018. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian untuk Penyusunan Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan Beku. Skripsi. *Teknologi Industri Pertanian*. Universitas Gajah Mada.
- Yapanto L M, Aziz S, Zein Y H. 2020. Tataniaga Dan Margin Pemasaran Ikan Tuna Di Kota Gorontalo. *Jambura Journal of Animal Science* . 1(2):20-29.