

ABSTRAK

RIFDA RIHADATUL AISY. 2024. STRATEGI PEMASARAN IKAN LELE DUMBO (*Clarius gariepinus*) DI KOTA TASIKMALAYA (Studi Kasus pada Pembudidaya Pembesaran Ikan Lele Dumbo di Kelurahan Parakannyasag Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya). TRISNA INSAN NOOR dan SAEPUL AZIZ.

Beberapa Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Barat memiliki potensi perikanan, salah satunya yaitu Kota Tasikmalaya dengan total produksi 10.003,31 ton. Banyak jenis usaha budidaya ikan lele yang telah berkembang, salah satunya adalah usaha pembesaran. Kegiatan pemasaran menjadi yang terpenting dalam keberhasilan suatu kegiatan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dari pemasaran ikan lele dumbo dan mengetahui strategi pemasaran ikan lele dumbo dengan alat analisis yaitu Analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif yang merupakan pendekatan penelitian yang mendalam terhadap suatu objek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan pengambilan data langsung dari responden penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi dengan pendekatan *marketing mix* yaitu harga, produk, tempat, dan promosi. Dari hasil penelitian melalui perhitungan analisis SWOT menggunakan matriks IFAS dan EFAS skor yang diperoleh untuk factor internal adalah 3,54 dan factor eksternal adalah 3,35 dan diagram SWOT menunjukkan bahwa titik koordinat berada pada posisi kuadran I dengan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan adalah strategi yang agresif yaitu mempertahankan kualitas serta harga yang terjangkau, meningkatkan kualitas dan volume produksi serta memperluas jaringan pemasaran melalui media promosi dengan pemanfaatan teknologi informasi.

Kata kunci: Budidaya Ikan Lele, Faktor Eksternal, Faktor Internal, Strategi

ABSTRACT

RIFDA RIHADATUL AISY. 2024. MARKETING STRATEGY FOR DUMBO CATFISH IN TASIKMALAYA CITY (Case Study of Dumbo Catfish Farmers in Parakansag Village, Indihiang District, Tasikmalaya City). TRISNA INSAN NOOR and SAEPUL AZIZ.

Several regencies and cities in West Java Province have fishery potential, one of which is Tasikmalaya City with a total production of 10,003.31 tons. Many types of catfish farming businesses have developed, one of which is the enlargement business. Marketing activities are the most important in the success of a business activity. This study aims to find out the internal and external factors of dumbo catfish marketing and to find out the dumbo catfish marketing strategy with an analysis tool, namely SWOT Analysis. This study uses a case study method with a type of qualitative research which is an in-depth research approach to a research object. Data collection techniques were carried out through observation, interviews and direct data collection from research respondents. The results of the study show that the strategy used is a strategy with a marketing mix approach, namely price, product, place, and promotion. From the results of the research through the calculation of SWOT analysis using the IFAS and EFAS matrices, the score obtained for the internal factor is 3.54 and the external factor is 3.35 and the SWOT diagram shows that the coordinate point is in the position of the I quadrant with the recommendation of a strategy that can be applied is an aggressive strategy, namely maintaining quality and affordable prices, improving production quality and volume, and expanding the marketing network through promotional media with the use of information technology.

Keyword: *Catfish Cultivation, External Factors, Internal Factors, Strategy*