



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK IKAN LAUT OLAHAN
PADA UD. MADURA MANDAR PUGER JEMBER**

(Marketing Strategy of Fish Product at UD. Madura Mandar Puger Jember)

SKRIPSI

Oleh:

Yanti Susilowati

NIM 060910292030

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA NON REGULER

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS JEMBER

2011



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK IKAN LAUT OLAHAN
PADA UD. MADURA MANDAR PUGER JEMBER**

(Marketing Strategy of Fish Product at UD. Madura Mandar Puger Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ilmu Administrasi Niaga

Oleh:

Yanti Susilowati

NIM 060910292030

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA NON REGULER

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

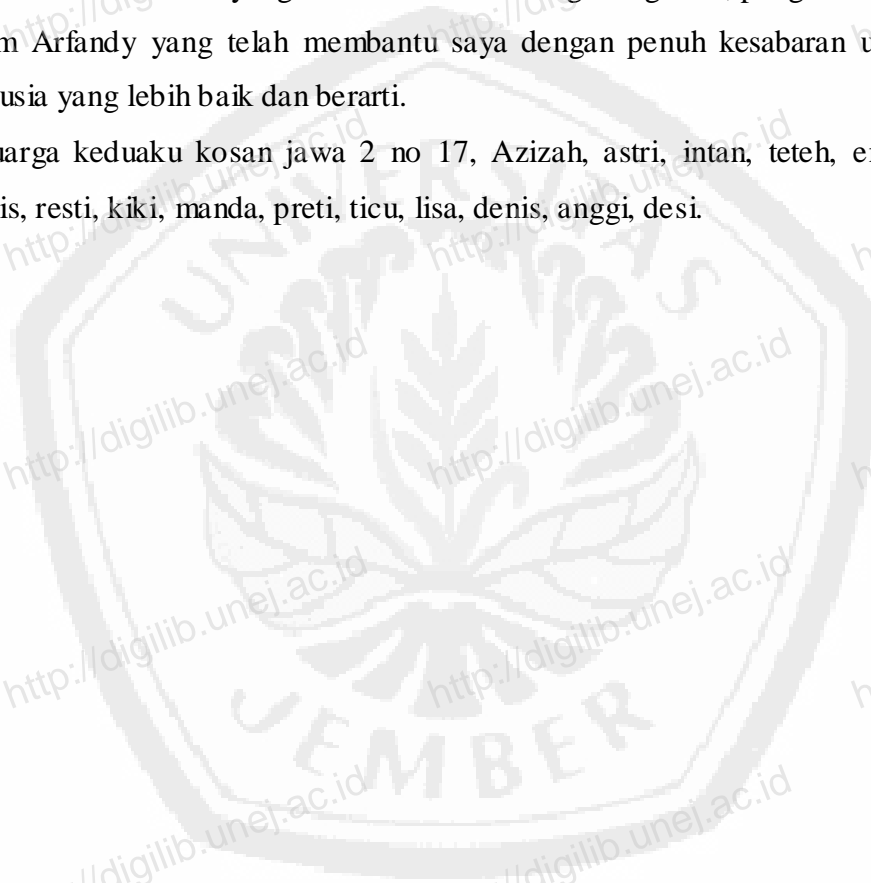
UNIVERSITAS JEMBER

2011

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Marsiti dan Ayahanda Suwito tercinta yang peluhnya tak pernah kering demi melihatku menjadi seorang yang lebih baik.
2. Adik-adikku, Erwin dan Nasukha jadilah manusia yang lebih baik dan terimakasih atas dukunganya selama ini.
3. Almameterku tercinta yang telah memberikan segudang ilmu, pengalaman, dan cerita.
4. Imam Arfandy yang telah membantu saya dengan penuh kesabaran untuk menjadi manusia yang lebih baik dan berarti.
5. Keluarga keduaku kosan jawa 2 no 17, Azizah, astri, intan, teteh, emi, laca, ana, bulkis, resti, kiki, manda, preti, ticu, lisa, denis, anggi, desi.



MOTTO

Tugas Pemasaran adalah mengubah kebutuhan masyarakat menjadi
peluang yang menguntungkan¹



¹Arnonim, 2000. Manajemen Pemasaran Prespektif Asia. Jogjakarta: Andi Jogjakarta

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yanti Susilowati

NIM : 060910292030

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran produk ikan laut olahan pada UD. Madura Mandar Puger Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam pengutipan substansi yang disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan data kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 17 Juni 2011

Yang Menyatakan,

Yanti Susilowati

060910292030

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK IKAN LAUT OLAHAN
PADA UD. MADURA MANDAR PUGER JEMBER**



Oleh:

Yanti Susilowati

NIM 060910292030

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Didik Eko Julianto, MAB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pemasaran produk ikan laut olahan pada UD. Madura Mandar Puger Jember telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari/tanggal : 17 Juni 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19560409 198702 2 001

Dr. Edy Wahyudi, MM
NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP. 19610722 198902 1 001

()

Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202 198403 1 004

()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA.
NIP. 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Strategi Pemasaran produk ikan laut olahan pada UD. Madura Mandar Puger Jember, Yanti Susilowati, 060910292030, 2011, 61 Halaman. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Non Reguler, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Menghadapi kompetisi global yang semakin ketat perusahaan dituntut mampu menciptakan strategi baru yang sesuai dengan kondisi saat ini. Tidak sedikit perusahaan yang gulung tikar karena tidak mampu lagi mempertahankan kelangsungan hidup usahanya terutama usaha kecil dan menengah. Usaha pengolahan ikan tergolong jenis usaha yang menggunakan teknologi pengolahan yang sederhana dan memanfaatkan bahan baku ikan laut untuk diolah lebih lanjut menjadi ikan kering (ikan asin), ikan pindang, pembekuan ikan dan terasi.

Perusahaan memasarkan produk ke masyarakat harus melihat kondisi pasarnya terlebih dahulu. Strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan adalah melalui bauran pemasaran. Bauran pemasaran ini harus diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi dengan baik. Adanya penetapan strategi pemasaran yang tetap diharapkan mampu untuk meningkatkan penjualan, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan UD. Madura Mandar Puger. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Informan yang dipilih adalah karyawan UD. Madura Mandar Puger yang memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan tentang strategi pemasaran produk olahan ikan laut dan pegawai dari kantor dinas perindustrian dan perdagangan jember yang berwenang dibidangnya. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran produk ikan laut olahan pada UD. Madura Mandar Puger telah berjalan dengan baik sesuai dengan ketetapan yang berlaku yaitu menerapkan bauran pemasaran 4P yaitu, *product*, *price*, *place*, *promotion* dan ditambah dengan akses pasar.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran produk ikan laut olahan pada UD. Madura Mandar Puger Jember”. Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Harry Yuswadi, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Dr. Edy Wahyudi, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
5. Drs. Didik Eko Julianto, MAB selaku Dosen Pembimbing II yang telah membeikan petunjuk dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Drs. I Ketut Mastika, MM selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
7. Semua Dosen-Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;
8. Bapak Alwi selaku pemimpin/pemilik dan seluruh karyawan UD. Madura Mandar yang membantu selama proses penelitian;

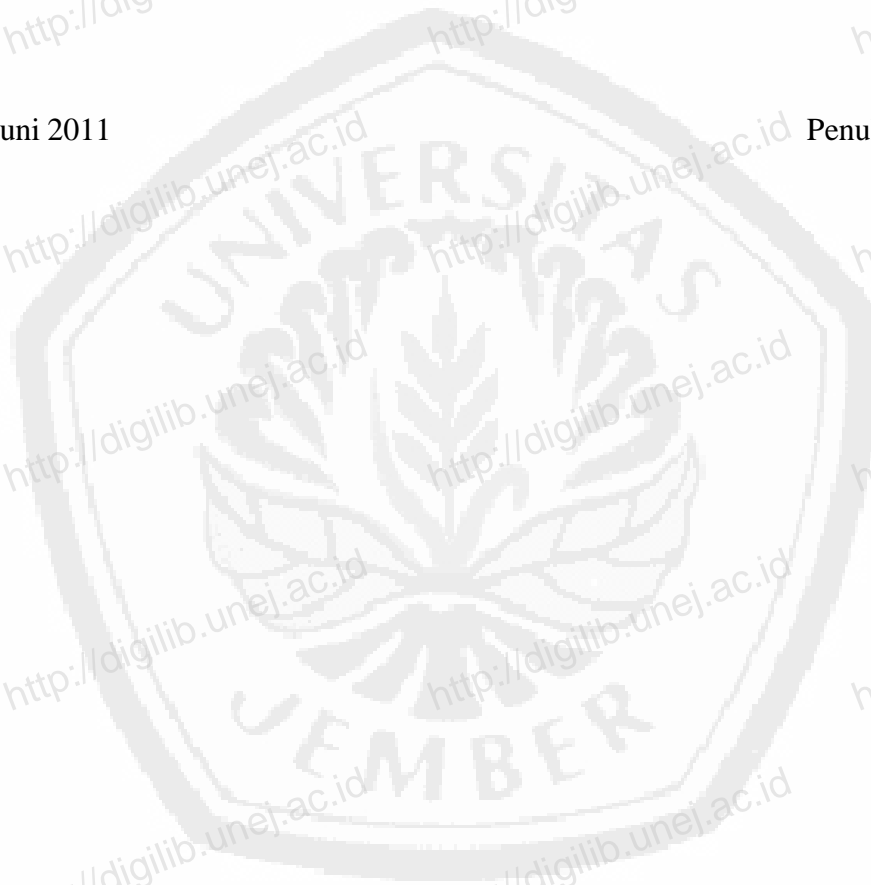
9. Rekan-rekan seperjuangan yang selalu memberiku ide, masukan, gagasan, masalah dan pemecahannya sehingga aku merasa hidup lebih dewasa dan berarti
10. Teman-teman yang tidak dapat aku sebutkan satu-persatu.

Semoga bantuan dan bimbingan, semangat serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik selalu penulis terima dengan senang hati untuk menyempurnakan Laporan Akhir ini.

Besar harapan penulis semoga karya ini bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 13 Juni 2011

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSEMBAHAN	Ii
HALAMAN MOTTO	Iii
HALAMAN PERNYATAAN	Iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.2 Strategi	8
2.3 Strategi Pemasaran	10
2.4 Agroindustri	18
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	20

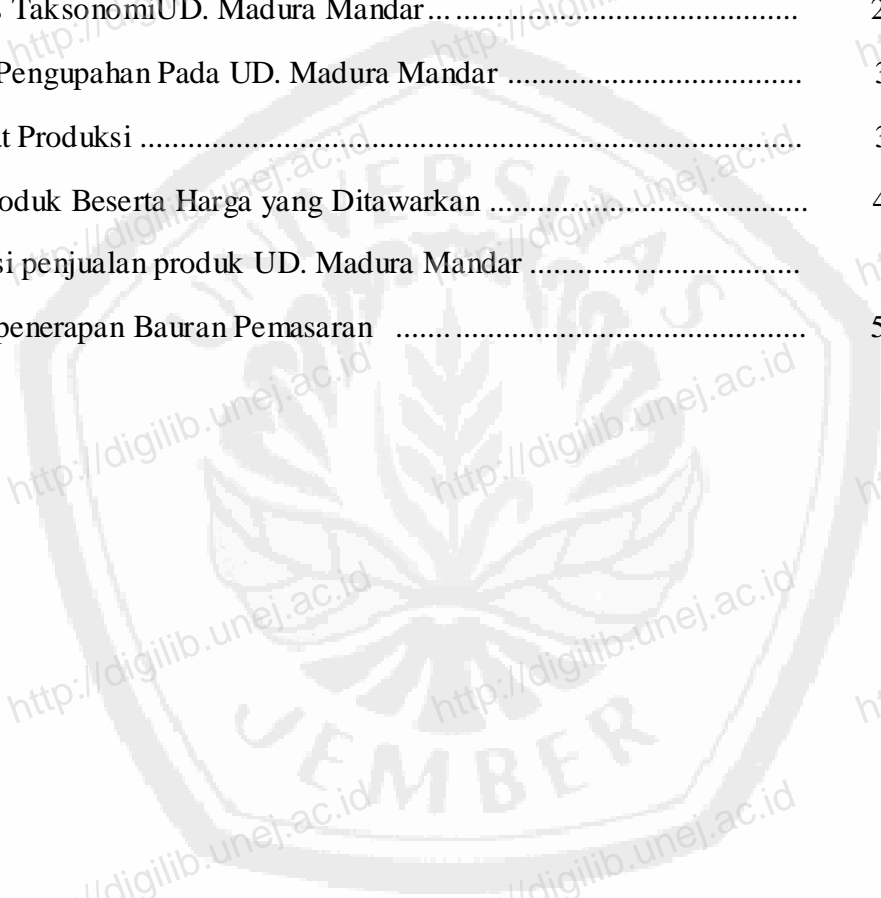
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.2 Tahap Penelitian	21
3.3 Tahap Persiapan	22
3.4 Tahap Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	31
3.7 Intrepretasi Data	31
3.8 Tahap Penarikan Kesimpulan	32
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Analisis Domain	33
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	33
4.1.2 Organisasi Perusahaan.....	34
4.1.3 Pesaing-Pesaing Usaha.....	39
4.1.4 Kegiatan Pemasaran	40
4.1.5 Sistem Keuangan.....	40
4.2 Analisis Taksonomi	41
4.3 Intrepretasi	54
BAB 5. PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61

DAFTAR BACA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

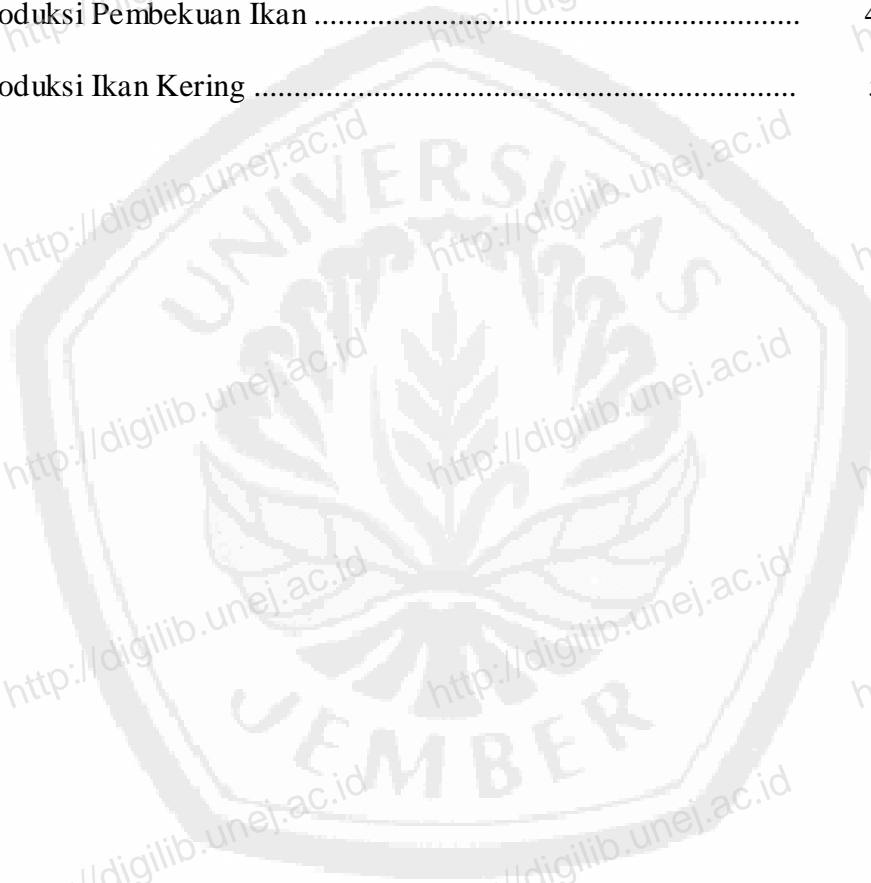
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah hasil produksi mulai tahun 2007-2009	3
2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang	18
3.1 Analisis Domain Strategi Pemasaran UD. Madura Mandar	26
3.2 Analisis Taksonomi UD. Madura Mandar	27
4.1 Sistem Pengupahan Pada UD. Madura Mandar	35
4.2 Alat-alat Produksi	39
4.2 Jenis Produk Beserta Harga yang Ditawarkan	48
4.3 Realisasi penjualan produk UD. Madura Mandar	
4.4 Matrik penerapan Bauran Pemasaran	59



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Struktur Organisasi Perusahaan UD. Madura Mandar.....	35
2. Proses Produksi Pindang.....	47
3. Proses Produksi Terasi.....	48
4. Proses Produksi Pembekuan Ikan.....	49
5. Proses Produksi Ikan Kering.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Surat Permohonan ijin Penelitian Lembaga Penelitian Unej
3. Surat Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa Politik dan Linmas
4. Surat Keterangan Selesai Penelitian UD. Madura Mandar Puger
5. Contoh nota transaksi jual beli
6. Dokumentasi

