

ABSTRAK

RIONALDO PAUWENI. 931 409 210. Analisis Strategi Pemasaran Pada Penangkaran Ikan Air Tawar (Nila-Mas) Desa Barakati Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo. Konsentrasi Manajemen Pemasaran , Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah Bimbingan Hais Dama, SE, M.Si dan Djoko L. Radji, S.Pd, M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengembangan usaha Penangkaran Ikan Air Tawar dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus pada obyek penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data menggunakan teknik analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk mengetahui posisi perusahaan dengan memberikan pembobotan lebih dahulu pada hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui analisa EFAS (*External Strategic Factor Analisis Summary*) diperoleh skor total 2,35 yang menunjukkan bahwa Usaha Penangkaran Ikan Air Tawar (Nila-Mas) belum merespon dan memanfaatkan dengan optimal peluang-peluang yang dimiliki dan rentan dengan ancaman-ancaman lingkungan eksternal. dan melalui analisa IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) diperoleh skor total 2,65. sehingga nilai tersebut menunjukkan bahwa posisi usaha Penangkaran Ikan Air Tawar (Nila-Mas) mampu memanfaatkan dengan baik kekuatan-kekuatan yang ada dan mengatasi kelemahan-kelemahan internal kelompok usaha. Dari analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam Strategi Pemasaran Usaha ini harus mampu mempertahankan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dan memanfaatkannya untuk meraih peluang yang ada yakni: a). mempertahankan harga yang murah dengan lebih meningkatkan kualitas produk. b). mempertahankan kepercayaan konsumen dengan menjaga nilai kesegarannya. c). mempertahankan proses pemeliharaan yang ulet. d). meningkatkan kualitas produk maka persaingan pasar akan lebih kompetitif. e).teknik pemeliharaan dan keseriusan untuk lebih memperhatikan kwalitas produk. f). lebih meminimalisir modal yang ada. g). memberdayakan lembaga donatur. h). melakukan koordinasi dengan pedagang borongan untuk mempermudah penjualan produk atau hasil. i). dapat memperhatikan kondisi pasar dan harga jual pada waktu panen. j). memaksimalkan kegiatan penyortiran untuk menghindari hama.