

## ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BENIH IKAN PATIN (*Pangasius sp*) DI PEMBENIHAN IKAN FARM ITA, JAKARTA SELATAN

**Achmad Rizal, Muhammad Fajar, dan Rosidah**  
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Padjadjaran  
Jalan Raya Bandung-Sumedang KM. 21 Jatinangor  
Email: achmad.rizal@unpad.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal usaha pembenihan ikan patin di Tempat Usaha Pembenihan Ikan *Farm Ita Ciganjur Jakarta Selatan* dan untuk mendapatkan formulasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Tempat Usaha Pembenihan Ikan *Farm Ita Ciganjur Jakarta Selatan*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis IFAS, EFAS, IFE, EFE dan SWOT. Hasil dari analisis IFE yaitu kekuatan utama perusahaan adalah benih yang berkualitas dengan nilai 0,44, dan kelemahannya adalah kurangnya promosi penjualan dengan nilai 0,36, hasil dari analisis EFE yaitu peluang utama perusahaan adalah ketersediaan lahan dengan nilai 0,44, sedangkan faktor ancaman perusahaan adalah masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) dengan nilai 0,4. Hasil dari perhitungan matriks strategi *Farm Ita* dengan nilai 0,25 ; 0,09 dengan menempati kuadran I. Strategi pada kuadran I adalah mendukung strategi agresif yang artinya perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, sehingga cenderung pada strategi S-O, menghasilkan lima alternatif strategi yaitu: Mempertahankan benih-benih ikan patin yang berkualitas, menambah modal usaha pribadi, memberikan potongan harga kepada konsumen sebesar 30% apabila terjadi kematian lebih dari 50%, menambah lokasi pemasaran, dan melakukan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan internet.

Kata kunci : *Farm Ita, Ikan patin, IFE, EFE, SWOT.*

## ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY PANGAS CATFISH JUVENILE (*Pangasius sp*) IN FARM ITA FISH HATCHERY, SOUTHERN JAKARTA

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the internal and external factors of the catfish hatchery business in Ciganjur Ita Ciganjur Fish Hatchery Business in South Jakarta and to obtain a marketing strategy formulation conducted by Ciganjur Ita Ciganjur Farm Fish Hatchery Business in South Jakarta. The method used in this study is the case study method, the analysis used in this study is IFAS, EFAS, IFE, EFE and SWOT analysis. The results of the IFE analysis are the company's main strengths are quality seeds with a value of 0.44, and its weakness is the lack of sales promotion with a value of 0.36, the results of the EFE analysis are the company's main opportunity is the availability of land with a value of 0.44, while the threat factor the company is the ASEAN economic community (MEA) with a value of 0.4. The results of the Farm Ita strategy matrix calculation with a value of 0.25; 0.09 by occupying quadrant I. The strategy in quadrant I is to support an aggressive strategy which means that the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities, so it tends to SO strategy, resulting in five alternative strategies, namely: Maintaining the seeds of catfish quality, increase personal business capital, provide discounts to consumers by 30% if there is more than 50% death, increase marketing locations, and do marketing by utilizing the development of the internet.*

Keyword : *Farm Ita, Catfish, EFE, IFE, SWOT*

### PENDAHULUAN

Wilayah perairan Indonesia yang luas memiliki potensi kekayaan alam berupa sumberdaya perairan yang bernilai ekonomis tinggi. Sumberdaya perairan yang dapat dimanfaatkan berasal dari hasil perikanan laut maupun perikanan air tawar (Rizal & Dewanti, 2017); (Rizal, Nurruhwati, & Khan, 2019)). Kedua sumberdaya perairan tersebut masih memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan lebih lanjut guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Potensi sumber daya perikanan baik perikanan tangkap, budidaya laut, perairan umum dan lainnya diperkirakan mencapai US\$ 82 miliar per tahun. Sektor perikanan mampu menyerap tenaga kerja langsung sebanyak 5,35 juta orang (Kementerian Kelautan dan Perikanan 2016).

Ikan patin (*pangasius sp*) adalah ikan perairan tawar yang termasuk ke dalam famili pangasidae dengan nama umum adalah catfish. Populasi di alam ditemukan di sungai-sungai besar di daerah Sumatera, Kalimantan, dan sebagian di Jawa. Di

daerah penyebarannya tersebut di Indonesia, terdapat sekitar 14 jenis ikan patin. (Slembrouck, Komarudin, Maskur, & Legendre, 2003). Ikan patin termasuk komoditas ikan yang banyak diminati dan produksinya mengalami peningkatan secara signifikan selama beberapa tahun terakhir yaitu 36.755 ton pada tahun 2016 menjadi 229.267 ton pada tahun 2017. Untuk mencapai produksi tersebut dibutuhkan jaminan kesinambungan benih yang sesuai dengan permintaan (Imawan, 2013).

Produksi perikanan budidaya di Jakarta Selatan pada tahun 2016 hingga 2017 menduduki peringkat ke-2 di Provinsi DKI Jakarta, setelah Kepulauan Seribu. Pertumbuhan produksi ikan patin berada pada urutan ke enam yaitu sebesar 84,97%. Hal ini disebabkan beberapa faktor alam yang menyebabkan kematian pada benih patin. Untuk saat ini, ikan patin mempunyai prospek yang cukup baik. Hal ini terlihat dari produksi ikan patin di Jakarta Selatan yang mengalami kenaikan sebesar 88,42% (Dinas Perikanan Jakarta Selatan 2018).

Perkembangan usaha kecil saat ini mengalami kemajuan yang sangat signifikan, selain karena dorongan kebutuhan ekonomi yang semakin tinggi dan ditambah dengan peluang untuk mendapatkan pekerjaan semakin kecil, masyarakat juga dituntut mulai kreatif untuk berfikir tentang bagaimana mendapatkan beragam penghasilan sampingan guna memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Usaha kecil merupakan wadah kreatifitas sebagai upaya meningkatkan produktifitas keluarga, sehingga mampu meningkatkan perekonomian, mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran (Rizal, 2018a); (Rizal & Dewanti, 2017); (Rizal, 2018b); (Rizal & Anna, 2019).

Salah satu usaha yang bergerak dibidang pembenuhan ikan patin adalah Tempat Usaha Pembenuhan Ikan yang berlokasi di kawasan wilayah Ciganjur Jakarta Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta untuk mendapatkan formulasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha pembenuhan ikan patin di Tempat Usaha Pembenuhan Ikan *Farm* Ita Ciganjur Jakarta Selatan.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan di Tempat Usaha Pembenuhan Ikan *Farm* ITA di Ciganjur Jakarta Selatan. Waktu penelitian dimulai September hingga Oktober 2018. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pemilik usaha dan pengelola Pembenuhan Ikan *Farm* ITA, dandinas yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan Dinas Perikanan setempat. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1) Analisis IFAS dan EFAS

IFAS adalah *Internal Factors Analysis Summary*, yaitu kesimpulan analisis dari berbagai faktor internal yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. EFAS adalah *External Factors Analysis Summary*, yaitu kesimpulan analisis dari berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Tahapan identifikasi faktor-faktor internal atau IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*), yaitu dengan cara mendaftarkan semua kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Dalam penyajiannya, faktor yang bersifat positif (kekuatan) ditulis sebelum faktor yang bersifat negatif (kelemahan). Begitu pula dengan tahap identifikasi faktor eksternal atau EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) perusahaan dalam mendaftarkan semua peluang dan ancaman. (Rizal, 2018b)

### 2) *Internal Factors Evaluation* dan *External Factors Evaluation*

Matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan utama perusahaan terhadap fungsi-fungsi bisnisnya, sedangkan matriks EFE memungkinkan perencana strategi untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal. Untuk tahap input, digunakan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE) dan matriks evaluasi faktor internal (IFE). Matriks EFE dan IFE diolah dengan menggunakan beberapa langkah analisis. Identifikasi faktor-faktor eksternal dan Internal, langkah awal yang dilakukan adalah menjaring informasi dan mengidentifikasi faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) yang berhubungan dengan pembenuhan ikan patin ini dengan melakukan diskusi dan wawancara menggunakan kuisisioner kepada unsur pelaku atau pakar (Rizal, 2018a).

### 3) Analisis Matriks Strategiberdasarkan SWOT

Matriks strategi didasarkan pada dua dimensi kunci, yaitu total nilai IFE dan EFE yang diberikan bobot. Dari matriks IFE dan EFE Tempat Usaha Pembenuhan Ikan Ciganjur Jakarta Selatan akan didapat nilai skor. Kemudian untuk menentukan kedudukan perusahaan dalam matriks strategi digunakan rumus :

$$\frac{S - W}{2} ; \frac{O - T}{2}$$

Kemudian digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan berdasarkan matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut (Rizal, 2018b), analisis SWOT perlu dilakukan karena analisa SWOT untuk mencocokkan “fit” antara sumberdaya internal dan situasi eksternal perusahaan. Pencocokan yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan dan meminimumkan kelemahan dan ancamannya. Asumsi sederhana ini mempunyai implikasi yang kuat untuk design strategi yang sukses.

Hasil dari analisis IFAS didapat faktor kekuatan *Farm* Ita adalah benih yang berkualitas, wilayah distribusi luas, perawatan benih, modal usaha pribadi, dan alat-alat yang digunakan. Faktor kelemahan lokasi kurang strategis, sumberdaya manusia, kurangnya promosi penjualan, kurangnya perantara pemasaran, produktivitas masih rendah. Hasil IFE *Farm* Ita dapat dilihat di tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Skor Kekuatan dan Kelemahan Farm ITA**

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Benih yang berkualitas	0.11	4	0.44
2	Wilayah distribusi luas	0.11	3.6	0.4
3	Perawatan benih ikan patin	0.11	3.6	0.4
4	Modal usaha pribadi	0.08	3.6	0.29
5	Alat-alat yang digunakan	0.1	3.8	0.38
Jumlah				1.91
Kelemahan		Bobot	Rating	Skor
1	Lokasi kurang strategis	0.09	1.6	0.14
2	Sumber daya manusia	0.11	3.2	0.35
3	Kurangnya promosi penjualan	0.09	4	0.36
4	Kurangnya perantara pemasaran	0.12	2.8	0.34
5	Produktivitas masih rendah	0.09	2.4	0.22
Jumlah		1		1.41

Berdasarkan dari hasil perhitungan analisis IFE didapat nilai faktor yang paling berpengaruh adalah benih yang berkualitas dengan skor 0,44. Farm Ita selalu mengupayakan benih ikan patin yang berkualitas, yang dimana benih ikan patin tersebut memiliki daya tahan tubuh yang kuat, dan juga berpengaruh pada tingkat kepercayaan konsumen. Sedangkan nilai skor yang paling kecil adalah modal usaha pribadi dengan skor 0,29. FarmIta memang tidak memiliki tambahan modal dari pihak lain sehingga dalam memproduksi benih ikan patin terbatas. Jika memiliki modal tambahan maka pemilik dapat memproduksi benih ikan patin yang lebih banyak lagi. Pada faktor kelemahan nilai tertinggi didapat pada kurangnya promosi penjualan dengan skor 3,6 sedangkan nilai terendah didapat pada faktor lokasi kurang strategis dengan skor 0,4.

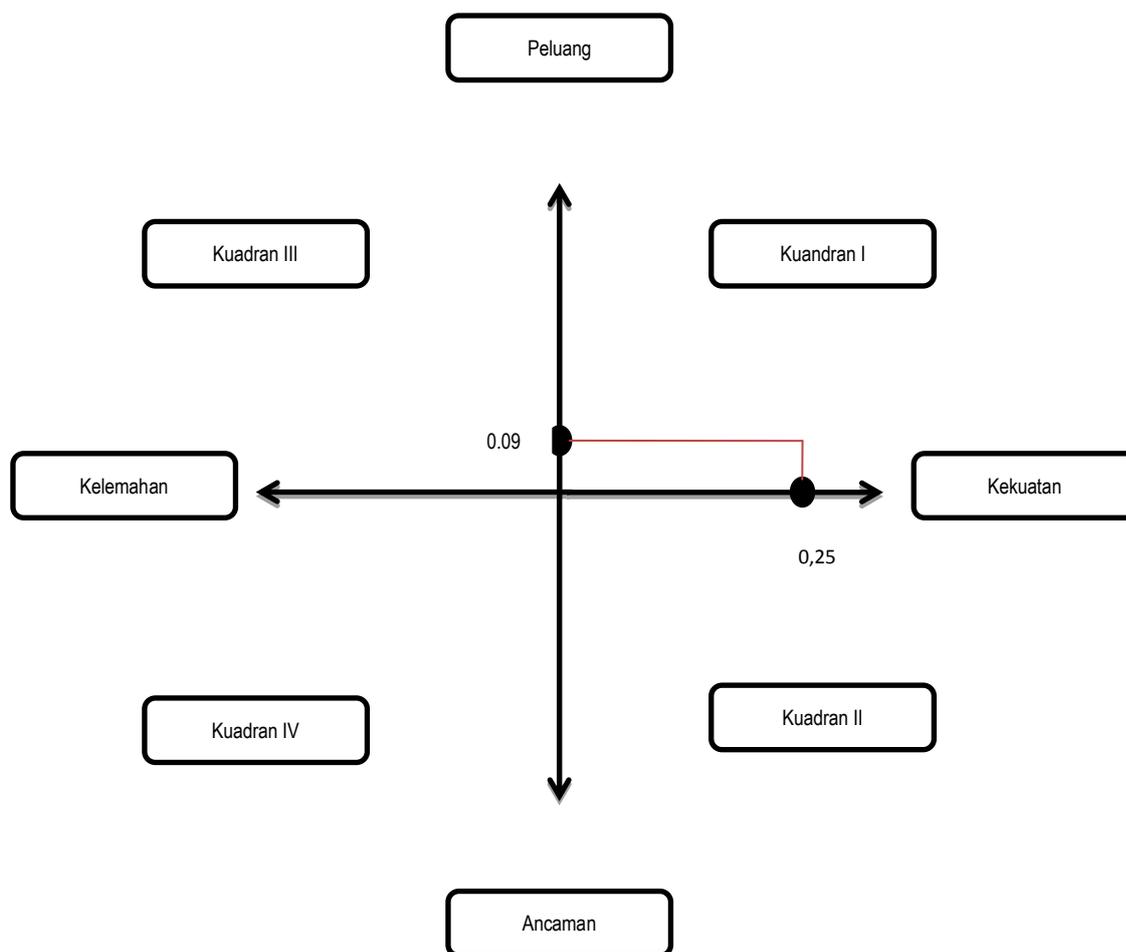
Berdasarkan analisis EFAS didapatkan faktor peluang sebagai berikut: ketersediaan lahan, pangsa pasar masih luas, permintaan pasar meningkat,

tingginya loyalitas konsumen, perkembangan dunia internet. Sedangkan faktor ancaman masyarakat ekonomi ASEAN (MEA), perubahan cuaca tidak stabil, harga bahan bakar minyak (BBM), fluktuasi nilai tukar rupiah, tingkat inflasi. Hasil EFE Farm Ita dapat dilihat pada tabel 2.

Berdasarkan dari perhitungan analisis EFE didapat nilai faktor peluang yang paling tinggi adalah ketersediaan lahan dengan skor 0,44. Ketersediaan lahan merupakan peluang utama dalam melaksanakan kegiatan budidaya ikan. Sedangkan skor terendah didapat pada faktor tingginya loyalitas konsumen dengan skor 0,29, karena Farm Ita tidak memiliki konsumen tetap. Pada faktor ancaman nilai faktor yang paling berpengaruh adalah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dengan skor 0,4 sehingga persaingan semakin ketat. Sedangkan nilai terendah didapat pada faktor perubahan cuaca yang tidak stabil dengan skor 0,22. Perhitungan bobot dapat dilihat pada lampiran 3.

**Tabel 2. Skor Peluang dan Ancaman Farm ITA**

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Ketersediaan lahan	0.12	3.6	0.44
2	Pangsa pasar masih luas	0.12	3.4	0.4
3	Permintaan pasar meningkat	0.12	4	0.4
4	Tingginya loyalitas konsumen	0.12	2	0.29
5	Perkembangan dunia internet	0.08	3.4	0.38
Jumlah				1.91
Ancaman		Bobot	Rating	Skor
1	Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)	0.1	4	0.4
2	Perubahan cuaca yang tidak stabil	0.06	3.6	0.22
3	Harga Bahan Bakar Minyak (BBM)	0.09	4	0.36
4	Fluktuasi nilai tukar rupiah	0.08	4	0.32
5	Tingkat inflasi	0.11	3.8	0.42
Jumlah		1		1.72



Gambar 1. Diagram SWOT Farm ITA

### Analisis Matriks Strategi

Berdasarkan hasil yang didapat dari analisis internal dan eksternal di atas, maka diperoleh untuk masing-masing faktor sebagai berikut :

1. Total skor untuk faktor kekuatan (S) : 1,91
2. Total skor untuk faktor kelemahan (W) : 1,41
3. Total skor untuk faktor peluang (O) : 1,91
4. Total skor untuk faktor ancaman (T) : 1,72

$$\frac{S - W}{2} ; \frac{O - T}{2}$$

Kemudian total skor tersebut dimasukkan kedalam rumus analisis SWOT, maka diperoleh sebagai berikut :

$$\frac{1,91 - 1,41}{2} ; \frac{1,91 - 1,72}{2} = 0,25 ; 0,09$$

Pada diagram SWOT, dimana sumbu-X adalah skor faktor internal yaitu sebesar 0,25, sedangkan sumbu-Y adalah faktor eksternal sebesar 0,09, sehingga apabila ditarik garis lurus didapatkan titik koordinat Farm Ita berada pada posisi X,Y = 0,25 ; 0,09 yaitu kuadran I. Strategi pada kuadran I adalah mendukung strategi agresif yang artinya perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada seperti ketersediaan lahan, pangsa pasar masih luas, permintaan pasar meningkat, tingginya loyalitas konsumen, dan perkembangan dunia internet. Ini merupakan situasi yang menguntungkan.

### 4. Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan, maka dapat disusun beberapa alternatif strategi berdasarkan analisis matrik SWOT. Hasil dari analisis matriks SWOT pada Farm Ita dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3. Matriks SWOT Farm Ita**

Faktor Internal	Kekuatan/Strengths (S)	Kelemahan/Weakness (W)
	Faktor Eksternal	1. Benih yang berkualitas 2. Wilayah distribusi luas 3. Perawatan benih ikan patin 4. Modal usaha pribadi 5. Alat-alat yang digunakan
Peluang/ Oppurtunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Ketersediaan lahan 2. Pangsa pasar masih luas 3. Permintaan Pasar meningkat 4. Tingginya loyalitas konsumen 5. Perkembangan dunia internet	1. Mempertahankan benih-benih ikan patin yang berkualitas dengan memanfaatkan ketersediaan lahan agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen. (S1, S3, S5, O1, O4) 2. Menambah modal usaha pribadi agar dapat memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. (S3, S4, S5, O3) 3. Pangsa pasar masih luas sehingga dapat melakukan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan internet. (S4, O2, O5)  4. Memberikan potongan harga kepada konsumen sebesar 30% apabila terjadi kematian lebih dari 50% terhadap benih ikan patin yang dibeli pada saat proses pengiriman. (S1, S3, S5, O4) 5. Menambah lokasi pemasaran. (S2, S3, O2, O3)	1. Memanfaatkan pangsa pasar yang masih luas dengan menambahnya perantara pemasaran (W4, O2) 2. Memanfaatkan ketersediaan lahan dalam meningkatkan produktivitas (W5, O1) 3. Melakukan promosi penjualan dengan menggunakan perkembangan internet (W3, O5) 4. Menambah sumberdaya manusia untuk dapat memanfaatkan permintaan yang terus meningkat (W2, O3)
Ancaman/ Treathts (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) 2. Perubahan cuaca yang tidak stabil 3. Harga bahan bakar minyak 4. Fluktuasi nilai tukar rupiah 5. Tingkat inflasi	1. Memperbaharui teknologi dalam melakukan pembenihan ikan patin (S4, S5, T2) 2. Mempertahankan benih ikan yang berkualitas dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) (S1, S3, T1) 3. Melakukan efisiensi biaya distribusi (S4, T3)	1. Mengadakan pelatihan dan peningkatan pengetahuan sumber daya manusia agar dapat bersaing dengan masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) (W2, T1) 2. Menjaga proses produksi secara intensif untuk menanggulangi perubahan cuaca yang tidak stabil (W5, T2)

### Strategi S-O (Strenghts-Oppurtunities)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang dapat digunakan perusahaan yaitu:

#### 1. Strategi Produk

- Mempertahankan benih-benih ikan patin yang berkualitas dengan memanfaatkan ketersediaan lahan dan perkembangan teknologi agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Farm Ita memiliki benih ikan patin yang berkualitas dengan ciri-ciri sebagai berikut: Memiliki daya tahan tubuh yang kuat terhadap penyakit dan parasit, memiliki pertumbuhan yang cepat, dan memiliki tingkat kelangsungan hidup yang tinggi. Mekanisme untuk mendapatkan benih ikan patin yang berkualitas yaitu sebagai berikut: Memilih indukan yang unggul, membudidayakan dan melakukan perawatan yang baik terhadap benih ikan patin, dan memanfaatkan perkembangan teknologi. Strategi ini sangat penting dalam suatu usaha agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
- Menambah modal usaha pribadi agar dapat memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Farm Ita diharapkan mampu meningkatkan permodalannya sendiri dengan cara menawarkan kerjasama dengan investor dan mengajukan pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada lembaga perbankan. Menambah modal dengan menawarkan kerjasama kepada investor harus dapat meyakinkan calon investor mengenai prospek bisnis yang akan dibangun dengan menggunakan proposal bisnis, untuk meyakinkan calon investor tersebut berikan pula keterangan mengenai berapa persen pembagian hasil antara investor dan pelaku usaha, sehingga kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan. Bila perlu buat perjanjian hitam di atas putih, untuk mengantisipasi bila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan di kemudian hari. Kredit Usaha Rakyat (KUR) ini merupakan sebuah program Pemerintah yang bekerjasama dengan Bank Nasional Negeri sebagai sarana melancarkan usaha. Mikro dan investari kecil perdesaan maupun perkotaan. Pembiayaan ini merupakan sebuah layanan yang dipakai untuk modal kerja atau bisa juga sebagai kredit investasi. KUR sendiri dijamin oleh sebuah Lembaga Penjaminan Kredit asalkan kreditur memenuhi kriteria sebagai berikut: Kreditur tidak sedang menerima program kredit dari perbankan maupun dari pemerintah, namun UMKM yang saat ini sedang menerima kredit konsumtif seperti kredit pemilikan rumah KPR, kredit

kendaraan bermotor KKB, Kartu Kredit, dan Kredit konsumtif lainnya masih diperbolehkan untuk mengajukan dan menerima dana KUR, untuk skala kecil menengah plafon kredit KUR maksima sampai 500 juta.

#### 2. Strategi Harga

- Harga berpengaruh terhadap posisi kompetitif perusahaan dan pangsa pasarnya. Karena itu, harga menentukan pendapatan perusahaan dan laba bersih. Maka *Farm Ita* dapat melakukan strategi harga dengan cara sebagai berikut : Memberikan potongan harga kepada konsumen sebesar 30% apabila terjadi kematian lebih dari 50% terhadap benih ikan patin yang dibeli pada saat proses pengiriman.

#### 3. Strategi Saluran Distribusi

- Menambah lokasi pemasaran dengan memanfaatkan pangsa pasar yang masih luas untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Hal tersebut akan sangat membantu *Farm Ita* dalam mendistribusikan benihnya ke daerah-daerah yang potensial seperti Kalimantan dan Sulawesi bahkan ke negara – negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, Australia dan sebagainya.

#### 4. Strategi Promosi

- Melakukan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan internet untuk memenuhi pangsa pasar yang masih luas. Segi area pemasaran melalui internet dapat menjangkau pasar yang begitu luas sehingga benih ikan patin yang dipasarkan oleh *Farm Ita* dapat dengan cepat dilihat dan populer dimana saja. Melalui informasi secara online, bidang pemasaran dapat lebih mudah untuk melihat secara langsung kebutuhan konsumen tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar, dengan memiliki sebuah website informasi untuk pemasaran citra/image usaha *Farm Ita* akan terangkat, karena semakin banyak lingkup yang tahu tentang *Farm Ita*. Biaya pemasaran lebih efektif dan efisien karena pemasaran melalui dunia maya atau online marketing relatif lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran offline. Dengan adanya internet akan mempermudah dalam membangun hubungan baik dengan konsumen karena internet adalah media yang interaktif, dapat dengan mudah menjalin komunikasi dan menjaga hubungan baik dengan konsumen.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pemasaran Benih Ikan Patin (*Pangasius sp*) (Studi kasus di Tempat Pembenuhan Ikan *Farm Ita* Ciganjur Jakarta Selatan) maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil dari kekuatan yang dimiliki oleh *Farm Ita* diantaranya: Benih yang berkualitas, wilayah distribusi luas, perawatan benih ikan patin, modal

- usaha pribadi, alat-alat yang digunakan untuk proses pembenihan. Kelemahan *Farm* Ita: Lokasi kurang strategis, sumber daya manusia, kurangnya promosi penjualan, kurangnya perantara pemasaran, produktivitas masih rendah. Peluang yang dimiliki diantaranya: Ketersediaan lahan, pangsa pasar masih luas, permintaan pasar meningkat, tingginya loyalitas konsumen, perkembangan dunia internet. Ancaman yang dihadapi adalah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), perubahan cuaca yang tidak stabil, harga Bahan Bakar Minyak (BBM), fluktuasi nilai tukar rupiah, tingkat inflasi.
2. Strategi perusahaan berada pada kuadran I adalah mendukung strategi agresif yang artinya perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi perusahaan Ita meliputi 4 (empat) strategi, yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi saluran pemasaran, dan strategi promosi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Imawan, T. Y. (2013). *Strategi Pengembangan Pembenihan Ikan Patin (Pangasius hypophthalmus) di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor*. Universitas Terbuka.
- Rizal, A. (2018a). Reformulation of Regional Development Strategy to Strengthen Marine Sector in West Java , Indonesia, *107(3)*, 207–215.
- Rizal, A. (2018b). Science and policy in the coastal zone management. *World News of Natural Sciences*, *21(3)*, 1–8.
- Rizal, A., & Anna, Z. (2019). Climate Change and Its Possible Food Security Implications Toward Indonesian Marine and Fisheries. *World News of Natural Sciences*, *22(3)*, 119–128.
- Rizal, A., & Dewanti, L. P. (2017). Using economic values to evaluate management options for fish biodiversity in the Sikakap Strait, Indonesia. *Biodiversitas*, *18(2)*. <https://doi.org/10.13057/biodiv/d180218>
- Rizal, A., Nurruhwati, I., & Khan, A. M. A. (2019). Economic Contribution of Southern West Java Province Marine Fisheries. *World Scientific News*, *119(3)*, 204–217.
- Slembrouck, J., Komarudin, O., Maskur, & Legendre, M. (2003). *Technical Manual For Artificial Propagation Of The Indonesian Catfish*,. Jakarta: IRD-DKP.