

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMPERKUAT EKSPOR PRODUK PERIKANAN (STUDI KASUS EQUALOKA)

RETNO CAHYAKINASIH



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University;

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran untuk Memperkuat Ekspor Produk Perikanan (Studi Kasus Equaloka)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Maret 2025

Retno Cahyakinasih
K1401211160

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University;

ABSTRAK

RETNO CAHYAKINASHIH. Strategi Pemasaran untuk Memperkuat Ekspor Produk Perikanan (Studi Kasus Equaloka). Dibimbing oleh AGUSTINA WIDI PALUPININGRUM dan FITHRIYYAH SHALIHATI.

Transaksi global industri *seafood* mengalami peningkatan yang signifikan sejalan dengan peningkatan konsumsi *seafood* global, namun Indonesia belum mampu memanfaatkan peluang ini dan mencapai target ekspor perikanan tahunan. Equaloka, sebagai perusahaan baru perlu untuk merancang strategi pemasaran secara terstruktur untuk meningkatkan transaksi antara mitra eksportir dan importir sehingga dapat memastikan keberlanjutan operasional. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan responden internal dan eksternal. Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahap formulasi strategi yaitu, IFE dan EFE *Matrix*, IE *Matrix* dan SWOT *Matrix*, serta QSP *Matrix*. Hasil analisis menunjukkan bahwa Equaloka berada pada area strategi *grow and build*, dengan lima prioritas strategi utama yang dirumuskan untuk peningkatan pemasaran Equaloka, yaitu membuat peta pasar strategis, mengoptimalkan *traceability*, kerja sama dengan *supplier* produk *value added*, menambah kontrak eksklusif dengan eksportir, dan meningkatkan kehadiran pada *platform* jual beli internasional.

Kata kunci: ekspor, formulasi strategi, perikanan, strategi pemasaran

ABSTRACT

RETNO CAHYAKINASHIH. Marketing Strategy to Strengthen *Seafood* Product Exports (Case Study of Equaloka). Supervised by AGUSTINA WIDI PALUPININGRUM and FITHRIYYAH SHALIHATI.

The global *seafood* industry has seen a significant increase in transactions in line with the rising global *seafood* consumption. However, Indonesia has yet to fully capitalize on this opportunity and meet its annual fisheries export targets. Equaloka, as a new company, needs to develop a structured marketing strategy to enhance transactions between export partners and importers, ensuring operational sustainability. The research employs a qualitative approach involving both internal and external respondents. Data analysis is conducted through three stages of strategy formulation: IFE and EFE *Matrix*, IE *Matrix* and SWOT *Matrix*, and QSP *Matrix*. The analysis results indicate that Equaloka is positioned in the grow and build strategy area, with five main strategic priorities identified for enhancing Equaloka's marketing efforts. These include creating a strategic market map, optimizing *traceability*, collaborating with *suppliers* of value-added products, securing exclusive contracts with exporters, and increasing presence on international trading *platforms*.

Keywords: export, fisheries, marketing strategy, strategy formulation



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University;

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMPERKUAT EKSPOR PRODUK PERIKANAN (STUDI KASUS EQUALOKA)

RETNO CAHYAKINASIH

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.
2. Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran untuk Memperkuat Ekspor Produk Perikanan (Studi Kasus Equaloka)
Nama : Retno Cahyakinasih
NIM : K1401211160

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M.



Pembimbing 2:
Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
17 Februari 2025

Tanggal Lulus:
12 Maret 2025

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan September 2024 sampai bulan Desember 2024 ini ialah pengembangan bisnis dengan judul “Strategi Pemasaran untuk Memperkuat Ekspor Produk Perikanan (Studi Kasus Equaloka)”

Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M. dan Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku komisi pembimbing yang telah bersedia untuk selalu memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan ilmu yang sangat berharga selama proses penyusunan penelitian ini
2. Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku dosen moderator pada presentasi bisnis yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam melaksanakan presentasi bisnis pada 7 Februari 2025
3. Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si. dan Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. selaku dosen penguji yang telah bersedia untuk membantu dan meluangkan waktu dalam melakukan sidang skripsi pada 17 Februari 2025.
4. Muma Irwansyah dan Mama Dewi Muslikhah yang telah menjadi orang tua terbaik, dan Adik Diaz yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat dalam setiap proses hidup penulis.
5. Teguh Mubarakh selaku Direktur Equaloka dan seluruh pihak terkait yang telah memberikan izin dan dukungan kepada penulis untuk menjadikan Equaloka sebagai objek penelitian
6. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Sekolah Bisnis IPB University yang telah memberikan banyak pelajaran bagi penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Sekar Putri Aura Nabila, sahabat penulis yang sudah selalu menyempatkan waktunya untuk mendengar cerita, keluh, dan kesah penulis di sela kesibukan mencapai titik baru.
8. Wiwik Susanti, sebagai teteh yang senantiasa hadir untuk menyemangati dan berusaha untuk ada di samping penulis dalam berbagai situasi dan tak henti memberi energi dan rasa sayangnya.
9. Teman teman penulis, grup Diskusi dan grup Manusia yang selalu hadir dalam setiap momen perjalanan menempuh perkuliahan di sekolah bisnis ini dan telah menjadi ruang berbagi yang aman.
10. Dan angkatan 58 yang sudah banyak memberikan warna, pelajaran, kisah, dan semangat baru bagi penulis selama menjadi bagian dari sekolah bisnis, menjadikan perjalanan ini semakin berharga dan penuh kebahagiaan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Maret 2025

Retno Cahyakinasih

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1. 4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi Pemasaran	6
2.2 Industri Ekspor Perikanan	6
2.3 Pemasaran <i>Business to Business</i> (B2B)	8
2.3.1 Karakteristik Pemasaran B2B	8
2.4 Analisis Lingkungan Perusahaan	8
2.4.1 Analisis Internal	8
2.4.2 Analisis Eksternal	10
2.5 Formulasi Strategi	11
2.5.1 <i>Input stage</i>	11
2.5.2 <i>Matching stage</i>	11
2.5.3 <i>Decision stage</i>	12
2.6 Penelitian terdahulu	12
2.7 Kerangka Pemikiran	13
III METODE	15
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Metode Pengumpulan Data	17
3.4 Metode Penentuan Responden	18
3.5 Teknik Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.1.1 Profil Equaloka	23
4.1.2 Visi dan Misi	23
4.1.3 Proses Bisnis	24
4.1.4 Struktur Organisasi	24
4.2 Analisis Lingkungan Perusahaan	25
4.2.1 Analisis Internal	25
4.2.2 Analisis Eksternal	27
4.3 Identifikasi Faktor Utama Internal dan Eksternal	30
4.4 Formulasi Strategi Pemasaran	32



4.4.1 <i>Input stage</i>	32
4.4.2 <i>Matching stage</i>	35
4.4.3 <i>Decision stage</i>	41
4.5 Implikasi Manajerial	42
V SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR TABEL

1 Jenis dan sumber data penelitian	16
2 IFE Matrix	19
3 EFE Matrix	19
4 SWOT Matrix	21
5 QSP Matrix	22
6 Faktor internal Equaloka	30
7 Faktor eksternal Equaloka	31
8 Hasil perhitungan IFE Matrix pada Equaloka	32
9 Hasil perhitungan EFE Matrix pada Equaloka	33
10 Hasil SWOT Matrix pada Equaloka	37
11 Hasil perhitungan QSP Matrix pada Equaloka	41

DAFTAR GAMBAR

1 Volume ekspor perikanan Indonesia (2014-2022)	1
2 Kerangka pemikiran penelitian	15
3 IE Matrix	20
4 Logo Equaloka	23
5 Struktur organisasi Equaloka	25
6 Hasil IE Matrix pada Equaloka	35

DAFTAR LAMPIRAN

1 Dokumentasi	50
2 Daftar pertanyaan wawancara dengan Direktur Equaloka terkait gambaran umum perusahaan	51
3 Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak internal Equaloka tentang lingkungan internal perusahaan	51
4 Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak eksternal Equaloka tentang lingkungan eksternal perusahaan	53
5 Tabel pemberian bobot faktor internal dan eksternal Equaloka	55
6 Tabel pemberian <i>rating</i> faktor internal dan eksternal Equaloka	57
7 Perhitungan QSPM	60