

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ABON LELE BERDASARKAN
SIKLUS HIDUP PRODUK DI POKLAHSAR SARI MINA
DUSUN SEMPU, PAKEMBINANGUN, PAKEM, SLEMAN**

Oleh : Lintang Berlyana Kusumawardhani
Dibimbing Oleh : Indah Widowati dan Antik Suprihanti

ABSTRAK

Penelitian bertujuan (1) menganalisis posisi produk abon lele pada siklus hidup produk dan mengetahui bauran pemasaran (4P) yang diterapkan dalam kegiatan pemasaran abon lele di Poklahsar Sari Mina, (2) menganalisis posisi Poklahsar Sari Mina dari segi kompetitor dan pertumbuhan pasarnya, (3) menganalisis strategi alternatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing Poklahsar Sari Mina. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dengan metode pelaksanaan penelitian studi kasus. Metode pengambilan responden yang digunakan yaitu metode *purposive* dengan jumlah lima orang. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan *focus group discussion* (FGD). Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode Polli&Cook, *Internal Factor Evaluation* (IFE), *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), Matriks Internal-Eksternal (IE), *Grand Strategy Matrix*, Matriks SPACE (*Strategic Position and Action Evaluation*), dan Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM). Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) produk abon lele Poklahsar Sari Mina pada siklus hidup produk saat ini berada pada fase kedewasaan, dan bauran pemasaran yang diterapkan meliputi aspek *product* (produk), aspek *price* (harga), aspek *place* (saluran distribusi), dan aspek *promotion* (promosi), (2) posisi Poklahsar Sari Mina berada dalam posisi kompetitif yang kuat dan pertumbuhan pasar yang tinggi, (3) prioritas strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing Poklahsar Sari Mina yaitu penetrasi pasar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Siklus Hidup Produk, Pengolahan Abon Ikan

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF CATFISH SHREDDED BASED
ON PRODUCT LIFE CYCLE AT POKLAHSAR SARI MINA SEMPU
VILLAGE PAKEMBINANGUN PAKEM SLEMAN**

**By : Lintang Berlyana Kusumawardhani
Supervised by : Indah Widowati dan Antik Suprihanti**

The research aimed to (1) analyze the position of catfish shredded product based on product life cycle and marketing mix strategy (4P) implementation in marketing activities at Poklahsar Sari Mina, (2) analyze the position of Poklahsar Sari Mina in terms of competitors and their market growth, (3) analyze the alternatives strategies that can be implemented to increase competitive power of Poklahsar Sari Mina. The method of research used is descriptive, with the method of executing case studies. The survey method is purposive with five respondents. Type of data used in this research are primary and secondary data. Methods of data collection are observation, interview, documentation, and focus group discussion (FGD). Data analysis techniques used are Polli&Cook method, matrix IFE, matrix EFE, matrix IE, Grand Matriks Strategy, matrix SPACE, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results of the research showed that: (1) catfish shredded product of Poklahsar Sari Mina currently in the maturity phase, and the marketing mix that applied are product, price, place, and promotion, (2) Poklahsar Sari Mina is in a strong competitive position and high market growth, (3) the priority of strategies that could be implemented to increase the competitiveness of Poklahsar Sari Mina is market penetration.

Keywords: *Marketing Strategy, Product Life Cycle, Fish Shredded Processing*