

**STRATEGI PEMASARAN EKSPOR IKAN HIAS PADA
CV CAHAYA BARU DALAM MENGHADAPI PASAR GLOBAL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Perikanan



Disusun Oleh :

MUCHAMAD DODI RIFALDI

210300007

**PROGRAM STUDI PEMANFAATAN SUMBER DAYA PERIKANAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA JAKARTA**

2025

***CV CAHAYA BARU EXPORT MARKETING STRATEGY FOR
ORNAMENTAL FISH IN ENTERING THE GLOBAL MARKET***

Submitted in one of fulfilment of the requirements for
the Degree of Fisheries

AN UNDERGRADUATED THESIS



Compiled by:

MUCHAMAD DODI RIFALDI

210300007

**FISHERY RESOURCE UTILIZATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF FISHERIES AND MARINE SCIENCES
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY, JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muchamad Dodi Rifaldi

Nim : 210300007

Program Studi : Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan

menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi ini menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2025



Muchamad Dodi Rifaldi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muchamad Dodi Rifaldi
NIM : 210300007
Program Studi : Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Ekspor Ikan Hias Pada CV
Cahaya Baru Dalam Menghadapi Pasar Global
Tanggal Ujian : 28 Agustus 2025

Jakarta, 28 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Ir. Urip Rahmani, M.Si



Dr. Ir. Dwi Ernaningsih, M.Si

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. rer. nat. Budi Sulistyo, M.Sc.
NUPTK: 196611301987021001



Dr. rer. nat. Budi Sulistyo, M.Sc.
NUPTK: 196611301987021001

LEMBARAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Muchamad Dodi Rifaldi
Nim : 210300007
Program Studi : Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran ekspor Ikan Hias Pada CV
Cahaya Baru Dalam Menghadapi Pasar Global
Tanggal Ujian : 28 Agustus 2025

Skripsi ini telah diperbaiki sesuai saran dan komentar Tim Penguji sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, 28 Agustus 2025

Ketua Penguji


Dr. Ir. Dwi Emaningsih, M.Si

Penguji I


Mario Limbong, S.Pi., M.Si

Penguji II


Ir. Riena F. Telussa, M.Si

DOSEN PEMBIMBING I : Dr. Ir. Urip Rahmani., M. Si

DOSEN PEMBIMBING II : Dr. Ir. Dwi Ernaningsih., M. Si

ABSTRAK

CV Cahaya Baru menghadapi berbagai tantangan dalam memperluas akses pasar ekspor secara langsung, seperti keterbatasan promosi digital, hambatan logistik internasional, serta kurangnya pemahaman terhadap regulasi dan sertifikasi mutu global. Melihat peluang pasar ikan hias yang terus berkembang, diperlukan evaluasi strategi pemasaran agar perusahaan mampu bersaing secara berkelanjutan di pasar internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran ekspor ikan hias di CV Cahaya Baru yang berlokasi di Jl. Cenek No. 15 RT. 005 RW. 004, Kelurahan Pasanggrahan, Kecamatan Pasanggrahan, Jakarta Selatan. Penelitian dilakukan pada Juni–Agustus 2025 dengan metode studi kasus menggunakan pendekatan deskriptif melalui analisis SWOT. Data diperoleh dari observasi serta wawancara mendalam dengan manajemen perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Cahaya Baru telah mengekspor ikan hias ke 51 negara, dengan pasar utama Amerika Serikat, Rusia, Inggris, Brasil, dan negara-negara Arab. Nilai produksi meningkat signifikan pada 2022 hingga hampir Rp29 miliar, meski sedikit menurun menjadi Rp28 miliar pada 2023. Kondisi ini mencerminkan kapasitas produksi yang terus berkembang dan stabil. Strategi pemasaran perusahaan berada pada kuadran agresif (SO), yang mencakup diversifikasi produk, edukasi budidaya, promosi digital, kemitraan global, pemanfaatan FTA, serta optimalisasi program pemerintah untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing internasional.

Kata kunci: CV Cahaya Baru, Ikan Hias, SWOT

ADVISOR I : Dr. Ir. Urip Rahmani., M. Si

ADVISOR II : Dr. Ir. Dwi Ernaningsih., M. Si

ABSTRACT

CV Cahaya Baru faces several challenges in expanding direct access to export markets, including limited digital promotion, international logistics barriers, and a lack of understanding of global regulations and quality certification. Considering the growing opportunities in the ornamental fish market, it is essential to evaluate the company's marketing strategies to enhance competitiveness in the international arena. This study aims to analyze the export marketing strategy of ornamental fish at CV Cahaya Baru, located at Jl. Cenek No. 15 RT. 005 RW. 004, Pasanggrahan Sub-district, Pasanggrahan District, South Jakarta. The research was conducted from June to August 2025 using a case study method with a descriptive approach through SWOT analysis. Data were collected through observation and in-depth interviews with the company's management. The findings reveal that CV Cahaya Baru exports ornamental fish to 51 countries worldwide, with major markets including the United States, Russia, the United Kingdom, Brazil, and Arab countries. The company's production value increased significantly in 2022, reaching nearly IDR 29 billion, before slightly declining to IDR 28 billion in 2023. This trend indicates a continuously growing and relatively stable production capacity in recent years. CV Cahaya Baru's marketing strategy is positioned in the aggressive (SO) quadrant, which includes product diversification, aquaculture education, digital promotion, global partnerships, utilization of free trade agreements, and optimization of government programs to expand markets and strengthen international competitiveness.

Keywords: *CV Cahaya Baru, Ornamental Fish, SWOT*