

ABSTRAK

Maggot berasal dari lalat tentara hitam atau yang biasa kita sebut dengan *Black Soldier Fly* (BSF) (*Hermetia illucens*). Nilai jual maggot ada pada nutrisinya yang sangat cocok dijadikan pakan ternak serta pengembangan produk lainnya seperti maggot kering, *maggot oil*, dan juga pelet untuk berbagai pakan ternak. Tujuan penelitian yaitu (1) Untuk menganalisis saluran pemasaran maggot pada Farm Republic Larva; (2) Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pemasaran maggot pada Farm Republic Larva; (3) Untuk merancang strategi pemasaran maggot pada Farm Republic Larva. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Method*) yakni di Baratan, Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dengan cara penentuan strategi matriks IE, perumusan alternatif strategi menggunakan matriks SWOT, penentuan strategi prioritas menggunakan QSPM, dan saluran pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan; (1) saluran pemasaran terdiri dari saluran pemasaran langsung dan tidak langsung. Margin pemasaran 31,81% dan *Farmer share* 68,11%, sehingga saluran pemasaran dikatakan efisien; (2) Faktor kekuatan meliputi, harga jual cukup bersaing, kapasitas produksi besar, manajemen pakan yang baik, memiliki pelanggan loyal. Faktor kelemahan meliputi, peralatan masih manual, belum ada perencanaan pemasaran, pemasaran belum luas, belum ada SOP tertulis. Faktor peluang meliputi, pesaing masih sedikit, letak usaha strategis, target pasar masih luas, kerjasama sumber pakan maggot, adanya komunitas pecinta maggot. Faktor ancaman meliputi, harga jual tidak stabil, produk substitusi, perubahan selera konsumen; (3) strategi pemasaran Farm Republic Larva berada pada kuadran V yaitu stabilisasi, hal ini sejalan strategi pemasaran matriks *QSPM* yaitu Farm Republic Larva harus menerapkan pengembangan pemasaran.

Kata Kunci : Farm Republic Larva, Maggot, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

*Maggot comes from the black soldier fly (BSF) (*Hermetia illucens*). The selling value of maggot is in its nutrients which are very suitable for animal feed and the development of other products such as dried maggot, maggot oil, and also pellets for various animal feeds. The research objectives are (1) To analyze the maggot marketing channel at Farm Republic Larva; (2) To identify internal and external factors in maggot marketing at Farm Republic Larva; (3) To design a maggot marketing strategy at Farm Republic Larva. The method used in this research is a qualitative method. Determination of the research area was carried out purposively (Purposive Method) namely in Baratan, Patrang District, Jember Regency. The data analysis method used is using qualitative descriptive analysis, by determining the IE matrix strategy, formulating alternative strategies using the SWOT matrix, determining priority strategies using QSPM, and marketing channels. The results of this study show; (1) marketing channels consist of direct and indirect marketing channels. Marketing margin is 31.81% and Farmer share is 68.11%, so the marketing channel is said to be efficient; (2) Strength factors include, selling prices are quite competitive, large production capacity, good feed management, having loyal customers. Weakness factors include, equipment is still manual, there is no marketing plan, marketing is not yet extensive, there is no written SOP. Opportunity factors include, there are still few competitors, strategic business location, wide target market, cooperation with maggot feed sources, and a community of maggot lovers. Threat factors include, unstable selling prices, substitute products, changes in consumer tastes; (3) Farm Republic Larva's marketing strategy is in quadrant V, namely stabilization, this is in line with the QSPM matrix marketing strategy, namely Farm Republic Larva must implement marketing development.*

Keywords: Farm Republic Larva, Maggot, Marketing Strategy.