

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE
PRODUK OLAHAN KERUPUK KULIT IKAN BELIDA (*Chitala lopis*)**

*ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES THROUGH ONLINE MEDIA PROCESSED
PRODUCTS OF FLAT FISH SKIN CRACKERS (*Chitala lopis*)*

Robyanoor

Program Studi Budididaya Ikan Politeknik Seruyan

Jl. A Yani Kuala Pembuang II, Seruyan Hilir, Seruyan, Kalimantan Tengah, 74215

E-mail; robyanoor@gmail.com

Diterima: 20 Juli 2024

Disetujui : 24 Agustus 2024

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui serta menganalisis strategi pemasaran melalui media online yakni : strategi produk, harga, pemasaran, promosi. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwasanya strategi yang baik agar kegiatan promosi serta pemasaran dapat menentukan keberhasilan suatu produk olahannya. Karena pada saat ini banyak para penjual produk olahan kerupuk kulit ikan yang bersaing dalam memasarkan produknya lewat media online seperti : instagram, whatsapp, Facebook dan Shopee. Selain itu banyak hal yang harus diperhatikan dalam memasarkan serta mempromosikan suatu produk yakni dengan cara menentukan strategi produk, strategi harga serta strategi promosi dan pemasaran melalui media online.

Kata Kunci : Pemasaran, Promosi, Media Online

Abstract

The aim of this research is to find out and analyze marketing strategies through online media, namely: product strategy, price, marketing, promotion. Based on the research results, it can be concluded that a good strategy for promotional and marketing activities can determine the success of a processed product. Because currently many sellers of processed fish skin cracker products are competing in marketing their products via online media such as: Instagram, WhatsApp, Facebook and Shopee. Apart from that, there are many things that must be considered in marketing and promoting a product, namely by determining product strategy, pricing strategy and promotional and marketing strategies through online media.

Keywords: Marketing, Promotion, Online Media

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di bagian Asia Tenggara yang berada di jalur garis khatulistiwa dan diantara daratan benua Asia dan Australia, serta diantara Samudra Pasifik dan

Samudra Hindia. Negara Indonesia atau NKRI ini salah satu negara yang termasuk negara maritim. Dikarenakan indonesia memiliki wilayah lautan yang lebih luas daripada wilayah daratan dimana 70% lautan dan 30% daratan.

Luasnya wilayah lautan ini yang menyebabkan beragam jenis spesies ikan dilaut serta adanya biota laut yang sangat beragam. Oleh sebab itu banyak cara untuk memanfaatkan banyaknya jenis ikan-ikan ini termasuk salah satunya ikan belida dengan cara dibuat menjadi olahan kerupuk. Kerupuk ikan ini merupakan kerupuk yang bahannya terdiri dari adonan tepung dan daging ikan (**Soemarno, 2009**). Ikan belida ini merupakan salah satu ikan diurnal dan penting di Indonesia dikarenakan kandungan protein yang tinggi dan sangat bagus untuk pertumbuhan.

Dalam perkembangan suatu bisnis khususnya pada saat sekarang banyak usaha kecil (UMKM) yang bermunculan dan sangat menjanjikan dikarenakan perkembangannya yang cukup pesat. UMKM ini sendiri menurut **Rudjito (2003)** ialah suatu usaha yang mempunyai peranan penting didalam perekonomian bagi, dari sisi lapangan kerja yang diciptakan maupun dari sisi jumlah usahanya. Dan tak diragukan lagi UMKM di Indonesia cukup pesat sekali berkembang khususnya bagi para wirausahawan yang bermula berkecimpung di dunia bisnis. Karena negara Indonesia kaya akan jenis ikan-ikan dan yang bisa diolah menjadi berbagai macam jenis makanan salah satunya diolah menjadi kerupuk ikan tenggiri. Olahan kerupuk ikan akan menjadi cemilan favorit dikalangan masyarakat Indonesia khususnya, karena rasanya yang enak, gurih dan tinggi protein.

Dalam suatu strategi pemasaran dapat didukung oleh perencanaan pemasaran yang tepat di dalam meningkatkan produksi

olahan ikan dengan cara memperhatikan beberapa bauran pemasaran yaitu : produk, harga, tempat dan promosi. Oleh sebab itu perencanaan atau strategi pemasaran sangat diperlukan agar suatu usaha dapat berkembang serta dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat pada saat sekarang ini dan dimasa yang akan datang khususnya. Salah satu strategi yang dapat digunakan ialah pemasaran melalui media online atau internet. Pemasaran yang dapat dilakukan melalui media online yakni promosi. Promosi menurut **Tjiptono (2007)**, yang memiliki tujuan promosi ini sendiri ialah suatu cara menginformasikan, serta membujuk para pelanggan atau sasaran tentang perusahaan ataupun produk yang dihasilkan (**Tjiptono, 2007**). Promosi yang dapat dilakukan ialah promosi penjualan (sales promotion).

Menurut Kotler promosi penjualan (sales promotion) merupakan yang terdiri dari kumpulan kiat insentive yang beragam, kebanyakan jangka pendek, dibuat untuk menarik pembeli membeli suatu produk secara lebih cepat atau besar. Dan adapun promosi atau pemasaran melalui saluran online yakni Instagram, FB, WhatsApp dan Shopee. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya salah satu strategi pemasaran dan promosi yang paling efektif di era sekarang apalagi ialah menggunakan strategi pemasaran dan promosi melalui media online seperti Instagram, FB, WhatsApp dan Shopee.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis merupakan metode observasi deskriptif yang artinya metode penelitian yang mengumpulkan data

dari berbagai macam bentuk data sekunder dan wawancara dengan pembuat kerupuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan Kerupuk Kulit Ikan Pipih

Ikan pipih merupakan salah satu jenis ikan yang banyak terdapat di Indonesia dan banyak digemari dikarenakan kandungan protein dalam ikan ini sangat tinggi dan bagus untuk pertumbuhan. Ikan ini sendiri memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di kabupaten Seruyan, dan termasuk kedalam jenis ikan omnivora. Kandungan protein yang cukup tinggi banyak membuat para usahawan muncul dengan mengubah ikan ini menjadi cemilan kerupuk yang cukup banyak diminati serta memiliki citarasa yang gurih. Salah satunya Usaha olahan kerupuk kulit ikan pipih dibuat. Olahan kerupuk kulit ikan pipih ini dibuat dengan tujuan untuk membantu para pembudidaya ikan pipih yang mengalami kesulitan dalam masalah pemasaran. Pengolahan kerupuk kulit ikan pipih ini mempunyai peluang yang besar untuk dikembangkan dikarenakan melimpahnya jenis bahan baku ikan pipih ini.

Cara yang dapat dilakukan ketika proses pembuatan kerupuk kulit ikan tenggiri ini antara lain :

1. Siapkan bahan baku yakni kulit ikan pipih.
2. Lakukan pengelupasan atau pembersihan di bagian daging ikan pipih.
3. Lalu, masukkan bumbu seperti bawang putih, garam, gula, kuning telur, susu.
4. Setelah campuran bumbu dimasukkan

kedalam ulenan ikan belida maka ulen sampai halus.

5. Lalu adonan tersebut dimasak sampai kental. Dan separuh tepungnya dicampur dengan $\frac{1}{4}$ liter air.
6. Dan setelah itu campurkan air sedikit demi sedikit dicampuran tepung tadi dan masak dan aduk sampai tidak lengket.
7. Setelah itu, angkat dan lakukan pencetakan adonan tersebut.
8. Adonan yang sudah dicetak dikukus lebih kurang 12 jam.
9. Selesai dikukus lakukan pendinginan
10. Setelah dingin, maka lakukan pengeringan lebih kurang $\frac{1}{2}$ hari.
11. Dan adonan kerupuk telah kering maka kerupuk kulit ikan belida siap untuk dikemas. Ikan belida ini memiliki banyak kandungan gizi antara lain : Komposisi krupuk kulit ikan belida basah Air (75,35%). Protien (20,20), Lemak (2.02) dan Kadar Abu (1,54%), Komposisi kerupuk kulit ikan belida kering Air (9,21%%), Protien (40,66%), Lemak (23,45%), Kadar Abu (6,73%) dan Karbohidrat (29,95%).

STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran dalam suatu usaha bisnis sangat diperlukan karena mampu memenuhi kebutuhan para konsumennya. Menurut **Dharmmesta dan Handoko (2012)**, marketing mix pemasaran merupakan suatu kombinasi ke empat variabel antara lain produk, struktur harga, proses promosi, serta distribusi atau pemasaran suatu produk.

Strategi Produk

Produk ini sendiri merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada para produsen agar diperhatikan, diminta, dicari, serta dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan serta keinginan para pasar (Melvita dan Supriyadi, 2013). Dalam strategi produk terbagi menjadi 3 yakni : atribut produk, pemberian merk, pengemasan, serta pemberian label.

Atribut Produk

Dalam pembuatan suatu produk mestilah memperhatikan atribut atau kelengkapan suatu produk tersebut seperti pencantuman label halal, izin dari Dinas Kesehatan serta tingkat kadar nutrisi yang ada dan komposisi dan tanda tanggal kadaluarsa.

Pemberian merk

Suatu usaha akan semakin banyak dikenal oleh para konsumen mestilah diberikan label merk dikarenakan pemberian merk ini memiliki peran yang cukup penting dan signifikan terhadap kemajuan suatu penjualan produk.

Pengemasan

Menurut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsoed (2018), bahwasanya tidak semua para pebisnis menyadari bahwa kemasan suatu produk yang ditawarkan mampu memberikan pengaruh yang cukup besar dalam proses penjualan suatu produk. Oleh sebab itu bentuk kemasan yang semakin menarik suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen maka akan menarik minat pembelian konsumen.

Pemberian label

Kemasan ialah suatu faktor yang menyebabkan para konsumen atau pembeli dalam memutuskan suatu pembelian suatu produk. Maka dari label kemasan inilah mampu memberikan

informasi secara verbal bagi para konsumen dalam melihat kualitas suatu produk. Contoh yang dapat dilihat seperti kemasan produk kerupuk kulit ikan pipih.

Strategi Harga

Harga merupakan hal yang terpenting dalam menentukan nilai jual beli suatu barang yang ditawarkan oleh para produsen kepada konsumen. Oleh sebab itu harga sangat berhubungan dengan kualitas suatu barang atau produk. Daripada itu maka, kualitas suatu produk yang baik maka akan dijual dengan harga tinggi sedangkan produk dengan kualitas yang kurang baik akan dijual dengan harga yang relatif rendah, dan kenyataannya harga suatu produk tersebut memiliki pengaruh dalam kepuasan para konsumen (Shabastian dan Samuel, 2013). Oleh sebab itu strategi yang diambil produsen dalam menentukan harga produk olahan kerupuk kulit ikan tenggiri antara lain:

Tabel 1. Harga Kerupuk Kulit Ikan Belida (*Chita lopis*)

Jenis	Keterangan Harga Kerupuk
Kerupuk Kulit	½ kg Rp. 25.000
Ikan Pipih	1 Kg Rp. 50.000

Strategi Pemasaran dan Promosi

Di dalam meningkatkan jumlah penjualan produk olahan kerupuk kulit ikan tenggiri ini produsen melakukan pemasaran produk olahannya dengan melakukan promosi di berbagai media online seperti Instagram, WhatsApp serta FB. Karena pada saat ini banyak promosi yang dilakukan di berbagai media online mampu menjual serta memperkenalkan produk olahannya tersebut.

Promosi menurut Rangkuti (2009:49) merupakan suatu hal yang harus dilakukan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan serta membuat keyakinan kepada para konsumen atau pembeli agar membeli produknya. Media sosial ini sendiri merupakan suatu strategi pemasaran dan promosi yang dapat dimanfaatkan dalam memperkenalkan produknya melalui jejaringan sosial. Strategi pemasaran serta promosi produk olahan kerupuk kulit ikantenggiri dapat dilakukan dengan menggunakan media online :

- **Instagram**

Instagram (IG) pada saat ini sudah banyak digunakan oleh banyak orang dalam mengakses apapun khususnya memperkenalkan produk yang mereka produksi. Salah satunya produk olahan kerupuk kulit ikan pipih ini akan mampu diperkenalkan secara online melalui media online instagram.

- **WhatsApp**

Dengan kecanggihan yang telah ditawarkan media online melalui berbagai aplikasinya maka pemasaran dan promosi suatu produk olahan akan semakin mudah dan banyak dijangkau oleh konsumen darimana pun. Dengan kecanggihan ini kita akan dapat menambah lingkup atau jejaringan pertemanan kita dan dengan mudah memasarkan dan mempromosikan produk olahan erupuk kulit ikan tenggiri yang diproduksi. Oleh sebab itu, maka akan semakin banyak yang akan mengenal produk olahan kerupuk kulit ikan tenggiri tersebut.

- **Facebook**

Bukan hanya instagram dan whatsapp saja media penyalur promosi serta pemasaran produk olahan tersebut, akan

tetapi facebook juga ikut berkontribusi dalam hal tersebut. Dengan adanya kecanggihan ketiga aplikasi tersebut maka akan semakin banyak orang mengenal dan akan mampu menarik minat membeli konsumen. Oleh sebab itulah media online angdigunakan ini akan mampu meningkatkan penjualan produk olahan kerupuk kulit ikan tenggiri dan mendapatkan hasil yang cukup maksimal dalam proses pemasaran dan promosi. Tahapan ataupun cara yang dapat digunakan oleh penjual dalam memasarkan dan mempromosikan produk olahan : a). membuat akun sosial media produk olahan tersebut, b). memposting foto atau video produk olahan kerupuk kulit tenggiri, dengan cara inilah review-an produk akan dikenal pembeli, c). membuat tagar atau hastag tentang produk yang dipromosikan, d). buatlah potongan harga dengan pelayanan yang baik pula kepada para pembeli, e). setiap iklan atau review-an mengenai produk yang ditawarkan haruslah disertai dengan kejujuran dari penjual agar pembeli tidak merasa dirugikan dan ditipu ketika hendak membeli.

Berdasarkan dari analisis SWOT maka kelemahan serta keunggulan dari strategi pemasaran dan promosi produk olahan kerupuk kulit ikan tenggiri sebagai berikut :

Keunggulan : kekuatan di dalam memasarkan dan mempromosikan produk olahan kerupuk kulit ikan pipih ini, dikarenakan bahan baku ikan pipih sudah cukup banyak dan masih sedikit yang dapat mengelolanya. Maka dari

itu, produk olahan ini dikembangkan agar pembeli dapat mengenal produk olahan damai jaya dan dapat mengembangkan produk olahan ini. Dengan cara promosi produk melalui media online maka akan banyak pembeli yang mengetahui keberadaannya secara luas dan diakses atau dilihat tanpa harus kesulitan jarak.

Kelemahan : usaha produk olahan kerupuk kulit ikan tenggiri ini masih kurang dikenal para pembeli dikarenakan masih banyak para pembeli yang kurang mengetahui manfaat dan kandungan gizi dari ikan tenggiri tersebut dan salah satunya para pesaing penjual kerupuk kulit lainnya. Dan kelemahan yang akan terjadi ketika mempromosikan serta memasarkan produk olahan kerupuk kulit ikan ini, pembeli tidak dapat secara langsung melihat produk yang ditawarkan dan kadang terjadi salah paham antar penjual dan pembeli yang mengakibatkan produk yang tak sesuai atau apapun itu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwasanya strategi yang baik agar kegiatan promosi serta pemasaran dapat menentukan keberhasilan suatu produk olahannya. Karena pada saat ini banyak para penjual produk olahan kerupuk kulit ikan belida (*Chitala lopis*) yang bersaing dalam memasarkan produknya lewat media online seperti : instagram, whatsapp, Facebook dan Shopee. Selain itu banyak hal yang harus diperhatikan dalam memasarkan serta mempromosikan suatu produk yakni dengan cara

menentukan strategi produk, strategi harga serta strategi promosi dan pemasaran melalui media online.

DAFTAR PUSTAKA

- Augustinah, Fedianty. Widayati. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Keripik Singkong Di Kabupaten Sampang*. Jurnal Dialektika. 4 (2). 1.
- Ibad, Irsyadul. Susilaningsih. 2019. *Pemasaran Online Aneka Olahan Makanan di Desa Jendi, Selogiri, Wonogiri*. Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis. 24 (13). 38-47.
- Kusumawaty, Yeni. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu)*. Jurnal Agribisnis. 20 (2). 124-138.
- Sofia, Leila Ariyani. 2011. *Analisis Prospek Industri Pengolahan Kerupuk Ikan Patin ‘Intan Sari’ Di Martapura Kabupaten Banjar*. Jurnal Agrobisnis Perikanan. 1 (2). 146-160.