

Aspek Pemasaran Produk Ikan Nagetto

Yuliana¹, Teguh Widodo²

Program Studi D4 Administrasi Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bengkalis

Email: yulianabks12@gmail.com, teguh@polbeng.ac.id

Abstract

This final project is entitled marketing aspects of Nagetto Fish the purpose of this final project is to find out the STP Segmenting, Targeting, Positioning marketing strategy, Marketing Mix, constraints and solutions encountered while carrying out marketing activities for Nagetto Fish products. This final project uses 3 methods consisting of a project preparation plan, a project implementation plan, and a project accomplishment plan. The result of the implementation of this thesis is a marketing strategy using the STP (segmenting, targeting, positioning) method. The marketing mix uses the 4p method, products in the form of Nagetto Fish, prices using the mark up pricing method, promotions through social media (WhatsApp, Instagram and Facebook)/directly, product marketing process with a pre-order system and direct marketing by delivering at least 10k pcs. Business owners here must be friendly and responsive in serving consumers. If there is damage to the product, the business owner will replace a new product free of charge. The obstacle faced was that the product did not last long. The solution is to implement a marketing strategy and implement a pre-order system so that the product sells optimally. Implementation of this final project starts from August 3 to October 23 2022. The Nagetto Fish Completion Project is sold at IDR 1000/pcs with a profit of IDR 1,752,200.

Keyword: marketing strategy STP, marketing mix, nagetto fish

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya laut dan pesisir, sehingga disebut negara maritim. Sumber daya laut Indonesia menyumbang 37% dari spesies ikan dunia. Menurut Ghufran dan Kordik (2009) kekayaan laut dan pesisir Indonesia yang tinggi menyebabkan produksi perikanan Indonesia pada tahun 2004 mencapai 65 juta ton per tahun. Angka ini tergolong tinggi, sehingga diindikasikan oleh pemerintah mampu meningkatkan pendapatan nelayan. Dari sekian banyak sumber protein yang ada, ikan merupakan salah satu sumber protein yang mudah didapat, terutama produksi perikanan Indonesia yang tergolong tinggi (Adriani & Wirjatma, 2012). Peredaran ikan mudah didapat dan banyak diperjualbelikan oleh para pedagang di pasar, sehingga memudahkan kita untuk mengkonsumsinya dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu faktor yang mempengaruhi status gizi anak adalah kebiasaan makan. Anak-anak cenderung memilih makanan yang mereka sukai dan menyisihkan yang tidak mereka sukai, seperti sayuran dan ikan. Salah satu zat gizi yang penting untuk pertumbuhan dan perkembangan anak sekolah adalah protein. Ikan sebagai sumber protein merupakan bahan pangan yang murah, bernilai gizi tinggi dengan kualitas protein yang mudah dicerna dan dapat diolah dengan berbagai macam olahan. Menurut Riyandini et al (2014: 2-3) kebutuhan protein hewani dapat tergantikan oleh protein yang terkandung dalam daging ikan. Ikan juga mengandung lemak yang sangat penting yaitu asam lemak esensial. Asam lemak esensial dapat meningkatkan daya ingat anak. Nugget, ketika kita mendengar kata itu, mungkin terlintas di benak kita bahwa itu berasal dari daging ayam. Oleh karena itu, nugget ini tidak seperti nugget yang sering kita kenal. Hal ini karena

nugget ini berasal dari bahan baku ikan. Bengkalis merupakan kawasan pesisir peralihan antara laut dan darat. Maka dari sini mulai berkembang ide pengelolaan ikan agar ikan ini dikonsumsi tidak hanya sebagai lalapan melainkan dalam bentuk makanan lainnya. Maka timbullah ide untuk mengembangkan produk nugget ikan di desa ini. Diketahui bahwa ikan sendiri memiliki banyak manfaat di dalamnya. Salah satu manfaat paling melimpah yang terkandung dalam ikan ini adalah mengandung protein berlimpah yang sangat bermanfaat bagi tubuh. Berdasarkan latar belakang diatas maka dibuatlah tugas akhir ini dengan judul "Aspek Pemasaran Produk Ikan Nageetto".

2. TINJAUAN PUSTAKA

- a. Alamsyah, E. N. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Studi Kasus pada UMKM Sepatu Heriyanto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 1-10.
- b. Jurabaeovich, S. N. (2021). Directions For Improving The Food Market In The Fergana. *Innovative Technologica Methodical Research Journal 2 (01)*, 1-8.
- c. Jenita, L. (2022). Utilization of Waste From Trimming Process for the Development of Pangastus Fish Nugget. *Canrea Journal*, 1-11.
- d. Muhammad, Dr.Usharani & Dr.Gopinath (2020). A Study On Consumer Behaviour On Green Marketing With Reference To Organic Food Products In Tiruchirappalli District. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, Volume 11, Issue 9, September 2020, pp. 1235-1244.
- e. Nur, M. (2021). Usulan Strategi Pemasaran Menggunakan Blue Ocean Strategy (BOS) pada Usaha Kecil Menengah Pempek Ogan Palembang. *SPECTA Journal of Technology*, 5(2), 105-114
- f. Putra Perdana, D. I. (2019). Duck Nugget Frozen Food Market Analysis and Marketing Strategy as a Startup Business Plan in Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic 3 (4)*, 65-70.
- g. Pratama & Arif . (2022). Analisis Kelayakan Investasi Diversifikasi Produk Perikanan Sebagai Penguatan Ekonomi Pulau Terluar Perbatasan Indonesia(Studi Kasus Pulau Rupat dan Pulau Bengkalis). *Jurnal Inovasi Bisnis*, 1-7.
- h. Priadana, H. F. (2021). Implementation of Appropriate Marketing and Sales Strategies in Improving Company Performance and Profits. *International Journal od Sciene and Society*, 1-8.
- i. Sunyoto, & Sumarwan. (2019). *Pemasaran&Kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- j. Soo CHA, S. &. (2021). What Kind of Fun Food Marketing Do Customers Want. *Korean Journal of Food & Health Convergence* , 1-11.
- k. Siregar, Emma Suri Yanti, et al. "Gemar Makan Ikan untuk Kecerdasan Anak Sekolah di MTS Al-Maidar Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 6.3 (2021): 455-464.
- l. Thabit, Thabit, and Manaf Raewf. "The evaluation of marketing mix elements: A case study." *International Journal of Social Sciences & Educational Studies* 4.4 (2018)
- m. Tjiptono, Fandy., & Diana, Anastasia., (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi OFFSET.
- n. Tiekstra, S. (2021). Holistic Approach to a Succesful Market Implementation of Active and Intelligent Food Packaging. *Journal Article*, 1-22.

3. METODE PENELITIAN

Tempat pelaksanaan Proyek ini untuk proses pemasaran dilakukan di Jalan Jendral Sudirman, Desa Bantan Timur, Kabupaten Bengkalis. Usaha ini didirikan oleh Lina Afidatussalafiyah dan Yuliana yang merupakan mahasiswa Program Administrasi Bisnis

Internasional Politeknik Negeri Bengkalis. Usaha ini akan mulai beroperasi pada 3 Agustus 2022 dengan produksi sebanyak 20 kali. Bisnis ini dilakukan secara offline dan online melalui Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Modal awal yang dikeluarkan untuk membuat Ikan Nageto sekitar Rp 110.000, dimana modal tersebut didapat dari modal pribadi kelompok, masing-masing membayar Rp 55.000 yang digunakan untuk membeli alat dan bahan produksi dan pemasaran terlebih dahulu. Proyek ini menjelaskan tahapan-tahapan dalam melaksanakan kegiatan proyek akhir, mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap penyelesaian, hingga tahap pelaporan proyek.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Modal awal yang dikeluarkan untuk membuat Ikan Nageto sekitar Rp 110.000, dimana modal tersebut didapat dari modal pribadi kelompok, masing-masing membayar Rp 55.000 yang digunakan untuk membeli alat dan bahan produksi dan pemasaran terlebih dahulu.

Table 3.1 Capital details

No	Description	Total
1	Lina Afidatussalafiyah	IDR 55.000
2	Yuliana	IDR 55.000
Total of Capital		IDR 110.000

Source: Processed Data 2023

Saat usaha ini berjalan, modal akan berputar sehingga keuntungan penjualan juga didapatkan sebagai modal produksi Ikan Nageto selanjutnya. Lokasi pemasaran proyek ini berada di Jalan Jendral Sudirman, Bengkalis yang merupakan rumah dari divisi pemasaran. Lokasi ini dipilih karena lingkungan yang bersih, tersedianya material operasional seperti transportasi dan penunjang internet, tersedianya peralatan penunjang dan lemari es yang merupakan tempat penyimpanan bahan baku produksi. Peralatan pemasaran Ikan Nagetto akan ditampilkan pada Tabel 2 di bawah ini:

Table 3.2 Details of using the Capital Marketing Device for 20 Times of Production

No	Information	Price
1	Plastic 200 x 24	IDR 4.800
2	Mica 10 x 200	IDR 2.000
3	Transportation 80 / 20	IDR 4.200
4	Internet 40.000 / 20	IDR 2.000
5	Cost put in store 200 x 200	IDR 40.000

Source: Processed Data 2023

Selama tahap implementasi hingga proyek selesai, alat ini digunakan dalam proses pemasaran Ikan Nageto. Plastik dan mika digunakan untuk kemasan produk agar kemasan produk lebih menarik dan menarik minat beli konsumen. Transportasi digunakan untuk mengantarkan pesanan produk ikan Nageto ke konsumen. Internet digunakan untuk mempromosikan produk Ikan Nageto melalui media sosial seperti Whatsaap, Facebook dan Instagram. biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran dilakukan selama 20 kali produksi. Berikut jumlah penjualan produk Ikan Nagetto selama 20 kali produksi pada Tabel 3 dibawah ini :

Table 3 Amount Sales of Nageto Fish Products during 20 Production Time

Date	Production	Total Production	Total Sales
3 August 2022	1	210	200

7 August 2022	2	207 (IDR 10.000 on bulk purchase)	200
8 August 2022	3	230	217
Date	Production	Total Production	Total Sales
12 August 2022	4	215	204
16 August 2022	5	213	202
19 August 2022	6	217	215
21 August 2022	7	218	213
25 August 2022	8	205	175
29 August 2022	9	204	182
31 August 2022	10	225	223
SUBTOTAL AUGUST			2.031 pcs
Date	Production	Total Production	Total Sales
3 September 2022	11	227	215
10 September 2022	12	215	205
15 September 2022	13	221	220
17 September 2022	14	207	206
23 September 2022	15	240	237
30 September 2022	16	214	213
SUBTOTAL SEPTEMBER			1.296 pcs
Date	Production	Total Production	Total Sales
8 October 2022	17	209	200
15 October 2022	18	210	208
21 October 2022	19	205	200
23 October 2022	20	203	199
SUBTOTAL OCTOBER			807 pcs
TOTAL AUGUST-OCTOBER			4.134 pcs

Source: Processed Data 2023

Produksi dilakukan pada awal bulan Agustus yaitu tanggal 3 s/d 31 Agustus dengan produksi sebanyak 10 kali dan produksi sebanyak 2.031 pcs, dan pada bulan pertama ini terdapat konsumen yang membeli dalam jumlah banyak sehingga bagian pemasaran memberikan potongan harga sebesar Rp 10.000. Bulan kedua pemasaran dilakukan dari tanggal 3 September sampai dengan 30 September, produksi sebanyak 6 kali dan produksi sebanyak 1.296 pcs. Pemasaran bulan ketiga dilakukan dari tanggal 8 Oktober sampai dengan 23 Oktober sebanyak 4 kali produksi dan menghasilkan 807 pcs. Total pemasaran dari tanggal 3 Agustus sampai dengan 23 Oktober sebanyak 4.134 pcs. Total biaya pemasaran untuk 20 kali produksi adalah Rp 886.800 dan total biaya operasional untuk 20 kali produksi adalah Rp 80.000. Jadi totalnya Rp 966.800.

Table 4 Marketing Income Statement for 20 Times Production

NAGETTO FISH INCOME STATEMENT Per August-October 2022			
INCOME			
Total Income			IDR 4.134.000
EXPENDITURE			
- Production	IDR 1.442.000		
- Marketing	IDR 886.800		
GROSS PROFIT		IDR 2.328.800	
OPERATING COSTS			

- Transportation	IDR 80.000		
TOTAL OPERATING COSTS		IDR 80.000	
TOTAL EXPENSES			IDR 2.408.800
NET PROFIT			IDR 1.725.200

Source: Processes data 2022

Kesimpulannya, total pendapatan dari penjualan Ikan Nageetto adalah Rp 4.134.000 dan total pengeluaran untuk produksi Ikan Nageetto adalah Rp 2.408.800. Jadi total keuntungan Rp 1.725.200 untuk 20 kali produksi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah pemaparan pada bab-bab sebelumnya, pada bab ini pelaksana akan memberikan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, kemudian penulis juga dapat memberikan saran-saran yang mungkin dapat bermanfaat dari Aspek Pemasaran produk Ikan Nageetto kepada masyarakat Kabupaten Bengkalis dan pihak-pihak yang berkepentingan. proyek akhir. 1. Perencanaan usaha produk Ikan Nageetto yaitu pertama menyiapkan modal, melakukan survey lokasi pemasaran, merencanakan pengemasan hingga menghasilkan produk jadi yang siap dijual. 2. Strategi pemasaran Ikan Nageetto adalah sebagai berikut segmentasi yang dilihat dari faktor usia sasaran dalam pemasaran Ikan Nageetto yaitu kepada seluruh masyarakat di wilayah Bengkalis dengan cara memasarkan produk Ikan Nageetto secara langsung seperti delivery order. Sistem dan penempatan di toko, dilakukan positioning untuk produk ini, produk ini merupakan produk baru yang belum ada di daerah Bengkalis, produk ini terbuat dari ikan parang yang digunakan untuk nugget dengan variasi sayuran yaitu wortel yang diinovasi menjadi nugget ikan atau Ikan Nageetto. 3. Penerapan bauran pemasaran Ikan Nageetto menggunakan metode bauran pemasaran 4P yaitu product, price, place, dan promotion. Dikemas menggunakan gelas plastik berukuran 16X25 cm dengan berat 250 gram. Metode penetapan harga menggunakan Markup Pricing dimana harga produk diperoleh dari biaya produksi dan biaya pemasaran serta margin yang diinginkan, dari jumlah tersebut diperoleh harga jual sebenarnya sebesar 800 pcs. Kemudian promosi yang dilakukan antara lain membuat media promosi seperti media sosial (WhatsApp, Instagram dan Facebook), dan promosi dari mulut ke mulut. Pelaksana menggunakan 2 jenis saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran konsumen level 0 (dari produsen ke konsumen) dan saluran pemasaran konsumen level 1. Pada saluran pemasaran level 0 ini pemasaran langsung dilakukan kepada konsumen dengan sistem delivery order, dan saluran pemasaran konsumen level 1 dimana produsen menjual produknya ke perantara kemudian menjualnya kembali seperti menitipkan produk di beberapa tempat di Bantan dimana produk disimpan yaitu di Kantin SDN 25 Bantan JL. Haji Gani Desa Bantan Timur Timur dan Toko Jawa JL. Desa Jendral Sudirman Bantan Air. 4. Terdapat kendala yang dihadapi selama pelaksanaan proyek kegiatan pemasaran produk Ikan Nageetto yaitu sulitnya menelantarkan produk dari toko karena banyak persaingan produk, selain itu daya tahan produk juga tidak tahan lama.

Setelah melaksanakan proyek dan membahas hasil pemasaran produk Ikan Nageetto dan kesimpulan diatas, ada saran yang dapat disampaikan yaitu: 1. Usaha Ikan Nageetto dengan produk ini dapat dikembangkan di luar Bengkulu, produk ini dapat menjadi peluang usaha bagi pengusaha yang ingin menjalankan usaha ini. 2. Bagi pengusaha yang akan menjalankan produk ini, telah dicarikan solusi agar produk ini awet atau tahan lama jika diproduksi dalam jangka panjang, sehingga dapat diproduksi dalam jumlah yang banyak. 3. Selain itu diperlukan solusi strategi pemasaran yang lebih optimal agar produk dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat dikirim ke luar wilayah Bengkalis. 4. Usaha tersebut memiliki prospek usaha waralaba untuk menjalankan usaha bisnis yang sama.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy., & Diana, Anastasia., (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi OFFSET.
- Alamsyah, E. N. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Studi Kasus pada UMKM Sepatu Heriyanto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 1-10.
- Jurabaeovich, S. N. (2021). Directions For Improving The Food Market In The Fergana. *Innovative Technologica Methodical Research Journal 2 (01)*, 1-8.
- Jenita, L. (2022). Utilization of Waste From Trimming Process for the Development of Pangastus Fish Nugget. *Canrea Journal*, 1-11.
- Muhammad, Dr.Usharani & Dr.Gopinath (2020). A Study On Consumer Behaviour On Green Marketing With Reference To Organic Food Products In Tiruchirappalli District. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, Volume 11, Issue 9, September 2020, pp. 1235-1244.
- Nur, M. (2021). Usulan Strategi Pemasaran Menggunakan Blue Ocean Strategy (BOS) pada Usaha Kecil Menengah Pempek Ogan Palembang. *SPECTA Journal of Technology*, 5(2), 105-114
- Putra Perdana, D. I. (2019). Duck Nugget Frozen Food Market Analysis and Marketing Strategy as a Startup Business Plan in Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic 3 (4)*, 65-70.
- Pratama & Arif . (2022). Analisis Kelayakan Investasi Diversifikasi Produk Perikanan Sebagai Penguatan Ekonomi Pulau Terluar Perbatasan Indonesia(Studi Kasus Pulau Rupat dan Pulau Bengkalis). *Jurnal Inovasi Bisnis*, 1-7.
- Priadana, H. F. (2021). Implementation of Appropriate Marketing and Sales Strategies in Improving Company Performance and Profits. *International Journal od Sciene and Society*, 1-8.
- Sunyoto, & Sumarwan. (2019). *Pemasaran&Kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Soo CHA, S. &. (2021). What Kind of Fun Food Marketing Do Customers Want. *Korean Journal of Food & Health Convergence* , 1-11.
- Siregar, Emma Suri Yanti, et al. "Gemar Makan Ikan untuk Kecerdasan Anak Sekolah di MTS Al-Maidar Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 6.3 (2021): 455-464.
- Thabit, Thabit, and Manaf Raewf. "The evaluation of marketing mix elements: A case study." *International Journal of Social Sciences & Educational Studies* 4.4 (2018)
- Tiekstra, S. (2021). Holistic Approach to a Succesful Market Implementation of Active and Intelligent Food Packaging. *Journal Article*, 1-22.