

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai negara maritim, Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam perikanan, baik perikanan air tawar, air payau, maupun air laut. Ikan bandeng (*Chanos chanos* Forsk) merupakan salah satu komoditas ikan bernilai ekonomis tinggi (Abriana, 2020). Berdasarkan data statistik Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) tahun 2022 mencatat, Indonesia memproduksi ikan bandeng sebanyak 784.941,13 ton dengan nilai Rp15,56 triliun pada 2021. Jumlah tersebut mengalami penurunan 3,97% dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu sebanyak 817.366,56 ton dengan nilai Rp15,37 triliun. Melihat trend dalam satu dekade terakhir, produksi ikan bandeng cenderung naik hingga ke level tertinggi sebanyak 875.592,01 ton pada 2018. Hanya saja, produksi bandeng tersebut mengalami penurunan sejak 2019 hingga 2021. Produksi ikan bandeng ini diperoleh dari hasil budidaya, hasil tangkap laut, dan hasil tangkap perairan umum daratan (PUD). Berikut adalah jumlah produksi ikan bandeng di Indonesia tahun 2016 – 2021 yang disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Jumlah Produksi Ikan Bandeng di Indonesia Tahun 2016-2021

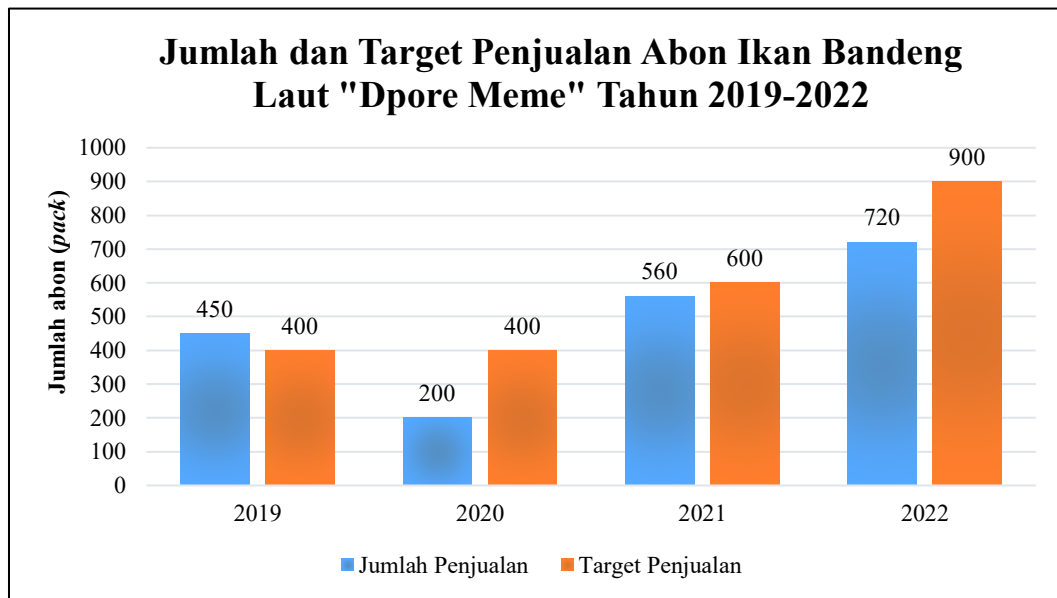
<b>Tahun</b>	<b>Volume Produksi Ikan Bandeng (Ribu Ton)</b>	<b>Nilai Produksi Ikan Bandeng (Rp Miliar)</b>
2016	747.45	12,176.29
2017	701.43	11,917.75
2018	875.59	18,195.25
2019	824.24	15,668.15
2020	817.37	15,367.43
2021	784.94	15,536.56

Sumber : Kementerian Kelautan Perikanan (2022)

Sub-sektor perikanan laut di Kabupaten Situbondo memberikan kontribusi terhadap jumlah produksi ikan bandeng di Indonesia, salah satu diantaranya adalah potensi tangkapan ikan bandeng laut cukup tinggi (*Chanos chanos*) yaitu mencapai 106,28 ton per tahun (BPS Kabupaten Situbondo, 2019). Akan tetapi, upaya masyarakat dalam memanfaatkan ikan bandeng laut sangat sedikit. Ikan bandeng laut (*Chanos chanos*) hasil tangkapan nelayan di pesisir Situbondo ini hanya dijual dalam bentuk segar dan bernilai jual rendah. Perlu dilakukan diversifikasi hasil perikanan dalam bentuk produk olahan karena ikan bandeng merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein dan memiliki sifat mudah rusak (*perishable food*). Salah satu produk olahan ikan bandeng laut yang cukup terkenal di masyarakat adalah abon. Abon merupakan salah satu produk olahan hasil hewani, berbentuk kering, seperti serabut, berwarna kuning kecoklatan, memiliki rasa gurih (Muchtadi, 2009). Permintaan abon ikan diprediksi meningkat dikarenakan gaya hidup modern yang serba instan. Hal ini didukung oleh proyeksi jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 250 juta dan meningkatnya angka konsumsi ikan nasional mencapai 55,37 kg/kapita pada tahun 2021, tumbuh 1,48% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar 54,56 kg/kapita (Puslatluhkan, 2022).

Usaha Mikro “Dpore Meme” merupakan pelaku usaha olahan hasil perikanan di Kabupaten Situbondo yang memanfaatkan potensi ikan bandeng laut segar menjadi produk olahan abon sejak tahun 2019 dengan kapasitas produksi 15–50 kg bahan baku ikan bandeng laut per minggu. Produk abon ikan bandeng laut “Dpore Meme” telah mendapat ijin edar PIRT dan sertifikat halal dari MUI. Keunggulan produk abon ikan bandeng laut “Dpore Meme” yaitu tanpa bahan pengawet dan tanpa pewarna tambahan. Abon ini memiliki peluang pasar yang prospektif dan cukup diminati oleh masyarakat karena memiliki cita rasa yang khas, tekstur lembut, gurih dan nikmat, dan mengandung banyak nutrisi yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh yaitu berdasarkan hasil uji laboratorium, abon ikan bandeng laut “Dpore Meme” memiliki kandungan protein 34,9 %, karbohidrat 35 %, dan lemak 7 %.

Kegiatan pemasaran abon ikan bandeng laut produksi Usaha Mikro “Dpore Meme” dilakukan melalui pemasaran *offline* dan *online*. Pemasaran *offline* abon ikan bandeng laut “Dpore Meme” terbatas di wilayah Kabupaten Situbondo sedangkan kegiatan pemasaran *offline* di luar Kabupaten Situbondo dalam taraf merintis kerjasama dan tahap penjualan awal. Pemasaran *online* dilakukan dengan memanfaatkan *marketplace Shopee* dan media sosial *Whatsapp*. Terdapat beberapa kendala dalam pemasaran abon ikan bandeng laut diantaranya adalah hasil penjualan abon ikan bandeng laut dari kegiatan pemasaran *offline* dan *online* belum memenuhi target penjualan. Data jumlah penjualan abon ikan bandeng laut “Dpore Meme” pada tahun 2019 sampai tahun 2022 dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1. Jumlah dan Target Penjualan Abon Ikan Bandeng Laut “Dpore Meme” Tahun 2019-2022

Sumber : Data Penjualan Usaha Mikro “Dpore Meme” (2022)

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada Gambar 1.1, dapat diketahui bahwa dari hasil penjualan abon ikan bandeng laut periode tahun 2019-2022 mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Nilai pendapatan tahun 2019 sampai 2020 mengalami fluktuasi, dan menurun drastis di tahun 2020. Penurunan tersebut dikarenakan pandemi yang mengubah gaya hidup masyarakat, dan dikarenakan

persaingan perusahaan yang bergerak dalam dunia makanan khususnya produk sejenis yang menyesuaikan selera konsumen sehingga menyebabkan penurunan daya beli konsumen. Hasil penjualan abon ikan bandeng laut mengalami peningkatan pada tahun 2021 dan tahun 2022 namun belum memenuhi target penjualan. Hal ini disebabkan produk abon ikan bandeng laut kurang dikenal di pasaran, terbatasnya jangkauan distribusi, dan persaingan pasar produk sejenis yang ketat. Adanya *gap* antara target dan pencapaian penjualan abon ikan bandeng laut “Dpore Meme” tersebut mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan belum optimal.

Selain itu, permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran abon ikan bandeng laut adalah promosi yang dilakukan melalui media sosial belum maksimal. Promosi lebih banyak dilakukan secara konvensional yaitu dengan mengikuti pameran dan mengisi *booth* festival sebagai kegiatan pemasaran. Promosi *online* melalui media sosial *Instagram*, *Youtube*, dan *marketplace* belum dikelola secara baik dan belum kontinyu karena belum ada admin khusus yang menangani promosi. Banyaknya pesaing di sekitar Usaha Mikro “Dpore Meme” yang menjual produk abon menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pemasaran produk abon ikan bandeng laut. Daftar produsen abon ikan yang merupakan pesaing abon ikan bandeng laut produksi Usaha Mikro Dpore Meme dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2. Daftar Pesaing Abon Ikan Bandeng Laut “Dpore Meme”

No.	Nama Perusahaan/ <i>Brand</i>	Lokasi Pemasaran	Produk	Harga produk
1.	Abon Ikan Bandeng Bilvie Food	Serang	Abon Ikan Bandeng	Rp 28.000 per 90 gram
2.	Abon Ikan Bandeng Ratu Pangkep	Makassar	Abon Ikan Bandeng	Rp 31.000 per 80 gram
3.	Abon Bandeng Mentari	Gresik	Abon Ikan Bandeng	Rp 17.000 per 50 gram
4.	Abon Bandeng Bunda Juminah	Bandung	Abon Ikan Bandeng	Rp 30.000 per 100 gram
5.	Abon Ikan Bandeng Khas Cirebon	Cirebon	Abon Ikan Bandeng	Rp 26.900 per 100 gram

Sumber : Data Observasi Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat diketahui bahwa Usaha Mikro “Dpore Meme” memiliki pesaing produsen usaha abon ikan bandeng. Pesaing tersebut menawarkan produk abon dengan bahan baku ikan bandeng dengan kualitas produk dan pilihan harga yang beragam. Dengan berkembangnya produk abon ikan bandeng, maka semakin banyak produk abon bandeng yang menjadi pilihan bagi konsumen. Hal ini berdampak pada pemasaran produk abon ikan bandeng laut “Dpore Meme”.

Penelitian ini dilakukan untuk memaksimalkan strategi pemasaran bagi Usaha Mikro “Dpore Meme” dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan sesuai target penjualan dengan merancang strategi pemasaran yang dirumuskan dengan menggunakan analisis SWOT dan metode QSPM. Analisis SWOT digunakan bertujuan untuk merumuskan strategi dengan mempertahankan kekuatan dari peluang yang ada, sekaligus mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman sedangkan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk mengungkap alternatif strategi yang sesuai atau terbaik untuk keadaan perusahaan. Strategi pemasaran sangat penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan sehingga perusahaan perlu melakukan analisis strategi pemasaran yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat topik strategi pemasaran dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Abon Ikan Bandeng Laut Produksi Usaha Mikro “Dpore Meme” Desa Alasmalang, Kecamatan Panarukan, Kabupaten Situbondo”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat ditarik beberapa pokok permasalahan diantaranya sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang dapat menentukan pemasaran abon ikan bandeng laut “Dpore Meme”?
2. Formulasi alternatif strategi apa yang dapat dilakukan untuk memasarkan abon ikan bandeng laut “Dpore Meme”?

3. Formulasi prioritas strategi apa yang dilakukan untuk memasarkan abon ikan bandeng laut “Dpore Meme”?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan beberapa permasalahan diatas, terdapat beberapa tujuan yang ditetapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dapat menentukan pemasaran abon ikan bandeng laut “Dpore Meme”.
2. Mengetahui formulasi alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk memasarkan abon ikan bandeng laut “Dpore Meme”.
3. Mengetahui formulasi prioritas strategi yang dilakukan untuk memasarkan abon ikan bandeng laut “Dpore Meme”.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi masyarakat sebagai alternatif pengembangan usaha abon ikan bandeng laut.
2. Bagi pemerintah sebagai bahan referensi untuk pembuatan kebijakan terkait pengembangan usaha abon ikan bandeng laut.
3. Bagi akademis sebagai bahan referensi kepustakaan dalam memberikan informasi dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan pengolahan abon ikan bandeng laut.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Usaha Mikro “Dpore Meme” Desa Alasmalang, Kecamatan Panarukan, Kabupaten Situbondo yang merupakan satu-satunya usaha pengolahan abon ikan bandeng laut di Kabupaten Situbondo.