

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia perikanan dibawahi oleh kementerian kelautan dan perikanan. Pembangunan perikanan memiliki tujuan untuk menyediakan bahan baku industri perikanan, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan perlindungan dan rehabilitasi serta memenuhi kebutuhan ikan bagi masyarakat. Disamping itu juga mendorong adanya bisnis perikanan. Saat ini budidaya air tawar sedang dikembangkan pemerintah khususnya bagi para masyarakat yang ingin melakukan kegiatan budidaya namun letaknya jauh dari laut. Salah satu kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan No. 32/MEN/2010 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan. Konsep ini bertujuan agar tercapainya peningkatan produksi untuk 10 komoditas unggulan perikanan budidaya. Salah satu komoditas unggulan tersebut yaitu lele (*Clarias sp.*)

Kabupaten Bogor merupakan salah satu dari 197 kabupaten dan kota yang dijadikan kawasan minapolitan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). Kawasan minapolitan di Kabupaten Bogor memiliki luas lahan sekitar 2.592 hektar. Kabupaten Bogor dinilai sesuai untuk produksi budidaya ikan, hal ini dibuktikan dengan data produksi ikan dari tahun 2013 sampai tahun 2017 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data Produksi ikan air tawar di Kabupaten Bogor

Jenis ikan	Tahun (Ton)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Lele	64 047.79	79 640.83	82 618.07	86 593.17	88 042.7
Mas	9 241.72	11 179.77	11 440.66	11 763.44	12 150.85
Nila	6 850.10	8 095.41	8 449.42	8 717.93	9 371.54
Gurame	4 065.40	5 124.24	5 316.81	5 467.60	5 527.85
Patin	2 955.05	3 148.49	3 254.59	3 353.32	3 414.64
Bawal	1 373.07	1 311.63	1 362.28	1 416.66	1 541.29
Tawes	88.61	114.98	120.16	123.79	122.01
Mujair	68.38	91.4	95.31	101.28	114.29

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor (2017)

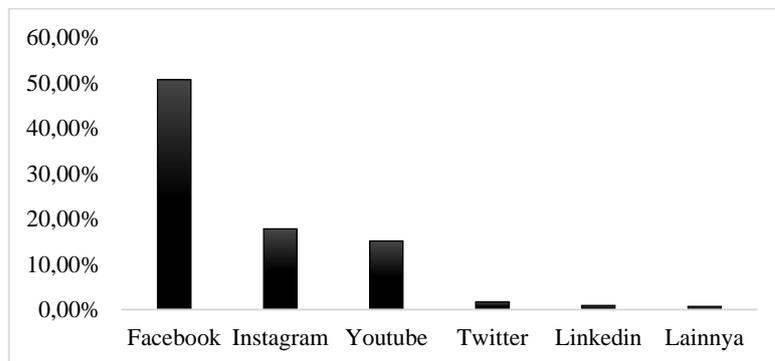
Tabel 1 menunjukkan produksi ikan konsumsi air tawar di Kabupaten Bogor, produksi masing-masing komoditas ikan selalu meningkat dari tahun 2013 sampai tahun 2017 di Kabupaten Bogor. Tabel 1 menunjukkan bahwa ikan lele merupakan ikan yang mempunyai angka produksi tertinggi dibandingkan jenis ikan lainnya di Kabupaten Bogor. Ikan lele merupakan ikan yang relative mudah dibudidayakan, sehingga komoditas ini sering menjadi pilihan budidaya ikan terutama bagi pembudidaya pemula. Ikan lele memiliki prospek yang cukup baik. Rata-rata peningkatan produksi ikan lele dari tahun ke tahun sebesar 8,64%.

Perkembangan teknologi saat ini sudah memperluas ide-ide strategi pemasaran. Akhir-akhir ini, banyak perusahaan yang sudah menggunakan *digital*

marketing sebagai sarana promosinya dibandingkan dengan beberapa dekade lalu masih memakai sistem *word of mouth* atau *personal selling*. *Digital marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Sedikit demi sedikit masyarakat sudah mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu *digital marketing*. Hal ini membuat persaingan antar bisnis semakin ketat karena promosi melalui *digital marketing* dengan menggunakan media sosial (Kuspriyono dan Nurelasari 2018).

Sosial media marketing adalah salah satu pemasaran strategi yang di gunakan oleh pembisnis untuk menjadi bagian dari suatu jaringan dengan orang-orang melalui internet atau online (Abu-Rumman dan Alhadid 2014). Menurut Zarella (2010) sosial media marketing adalah strategi kegiatan pemasaran menggunakan situs – situs media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *youtube*, dan sebagainya. Media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa yang kita miliki melalui internet marketing. Caranya mudah sederhana tetapi memiliki efek yang luar biasa.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pemanfaatan penggunaan internet di bidang ekonomi cukup tinggi sebesar 37,82% untuk informasi membeli dan sebesar 32,19% akan membeli barang. Angka tersebut dapat meningkat seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat. Peningkatan tersebut diproyeksikan berdasarkan survey APJII tahun 2018 yang menghasilkan penetrasi internet di Indonesia pada 2018 telah mencapai 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa



Gambar 1 Diagram persentase penggunaan media sosial

Pada data penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dapat dilihat bahwa besar persentase pengguna *facebook* di Indonesia yaitu sebesar 50,7 % sedangkan untuk *instagram* sebesar 17,8%.

Penggunaan media sosial dapat meningkatkan penjualan sekitar 10%-50% dengan media sosial yang digunakan berupa *facebook*, *instagram* dan *whatsapp* (Purwiantoro *et al.* 2016).

PT Tri Mina Tani merupakan salah satu perusahaan pendederan benih ikan lele di Kabupaten Bogor yaitu Ciampea. Perusahaan dapat dikatakan belum melakukan penjualan secara maksimal. Hal tersebut dapat dilihat pada penjualan yang dilakukan perusahaan. Penjualan dan permintaan benih ikan lele pada PT Tri Mina Tani di sajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Permintaan dan Penawaran Benih Ikan Lele pada Tahun 2019

Keterangan	Permintaan	Penawaran
Batch A	765.000	784.160
Batch B	682.000	686.140
Batch C	678.000	686.140
Total	2.125.000	2.156.440

Sumber: PT Tri Mina Tani (2020)

Pada Tabel 2 dapat dinyatakan bahwa PT Tri Mina Tani mampu memproduksi benih ikan lele lebih banyak dari permintaan terhadap perusahaan. Permasalahan yang dialami perusahaan adalah kurangnya permintaan terhadap benih ikan lele tetapi perusahaan mampu memenuhi permintaan lebih banyak lagi. Hal ini diakibatkan oleh kegiatan pemasaran yang dilakukan belum optimal atau hanya memasarkan secara *personal selling*. Melalui kegiatan pemasaran tersebut pelanggan PT Tri Mina Tani adalah pelanggan yang memiliki kerabat dekat dengan owner yang mempunyai latar belakang di perikanan sehingga memiliki kerabat yang dijadikan pelanggan dengan bisnis serupa. Daftar pelanggan yang ada pada PT Tri Mina Tani disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Daftar Pelanggan pada PT Tri Mina Tani Tahun 2019

No	Pelanggan	Status
1.	Kang Anton	Tetap
2.	Kang Jamil	Tetap
3.	Kang Apid	Tetap
4.	Kang Bayu	Tetap

Sumber: PT Tri Mina Tani (2020)

Pada Tabel 3 dijelaskan bahwa saat ini perusahaan memiliki 4 pelanggan tetap yang berada di sekitar Bogor. Perusahaan saat ini mengalami kendala dalam pemasaran benih ikan lele yaitu hanya mengandalkan pemasaran secara konvensional sehingga pelanggan yang dijangkau sedikit yang hanya mengandalkan kerabat *owner*. Melihat perkembangan teknologi dan tren masyarakat yang sudah mulai beralih ke pemasaran digital sehingga membuka peluang bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan lebih melalui kegiatan promosi melalui media sosial. Oleh karena itu, melalui pemasaran digital perusahaan dapat menjangkau pelanggan lebih banyak lagi sehingga permintaan akan naik yang menyebabkan penjualan perusahaan akan meningkat dengan kata lain peningkatan penjualan melalui *digital marketing* memungkinkan untuk dilakukan oleh perusahaan.

1.2 Tujuan

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis peningkatan penjualan benih ikan lele melalui digital marketing pada PT Tri Mina Tani
2. Menganalisis kelayakan usaha peningkatan penjualan berdasarkan aspek non finansial dan finansial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.