



**STRATEGI PEMASARAN IKAN PATIN DAN PELUANG BISNISNYA  
( study kasus pada kolam ikan patin di daerah kabupaten Banyuain ).**

**Puspa Djuita**

**Email : [djuitapuspa@gmail.com](mailto:djuitapuspa@gmail.com)**

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin

**Article Info**

Keywords :  
Business opportunities,  
marketing strategies

**Abstract**

Every business that is established must face various kinds of challenges especially if the business is still new, but whatever type of challenge it inevitably has to be faced. Likewise, the aquaculture of pond catfish also has many obstacles and obstacles, one of which is that when the dry season arrives, many catfish die due to lack of water supply because their fish pond water supply comes from river water where when the dry season the river water will shrink .from the results of the analysis using simple linear regression results obtained that the semi-variable cost of catfish will increase along with an increase in the amount of catfish production, which results obtained  $Y = 348,959 + 27.61 (x)$ . The fixed fee is Rp. 349,959, -, with a variable cost per unit of Rp. 27.61. Costs incurred in the cultivation of catfish is not so big.

**Puspa Djuita**

[djuitapuspa@gmail.com](mailto:djuitapuspa@gmail.com)

**Majalah Ilmiah Manajemen – Vol : 09.01.2020**

**Pendahuluan**

Ikan patin adalah jenis ikan konsumsi air tawar yang sangat digemari sebagian masyarakat di Indonesia. Ikan patin termasuk jenis ikan yang mudah untuk dibudidayakan. Jenis ikan yang dibudidayakan di negara kita adalah jenis ikan patin siam atau disebut juga pangesius hipophthalmus. Ikan patin memiliki tubuh yang panjang dan berwarna perak keputihan, pada punggung ikan berwarna kebiruan agak gelap. Panjang ikan ini bisa mencapai 1,2 meter, tapi untuk bisa mencapai panjang ini

diperlukan waktu yang cukup lama dan ikan patin ini akan kehilangan nilai ekonomisnya.

Umur ideal ikan patin untuk dikonsumsi adalah kisaran 4-5 bulan dengan berat sampai dengan 1 kg per ekor.. Saat ini ikan patin menjadi salah satu komoditas unggulan dibidang perikanan. Ikan patin memiliki citarasa yang khas dan mengandung protein yang cukup tinggi dan kadar kolesterol yang rendah sehingga aman untuk dikonsumsi terutama mereka yang bermasalah dengan kadar kolesterol dalam tubuhnya.

Sekarang ini ikan patin sudah di ekspor Amerika Serikat, malah sekarang negara Singapura dan Malaysia meminta kita untuk mengirim ikan patin dalam bentuk filet yaitu ikan patin yang berumur 4 bulan dalam bentuk filet yang sudah melalui proses pengasapan atau di salai. Ikan patin yang sudah melalui proses pengasapan ini diperoleh dari daerah Riau.

Seiring dengan semakin digemaarinya ikan patin di masyarakat , bisnis ikan patin ini sangat menguntungkan dan sangat menggiurkan bagi pelaku bisnis. Ikan patin sudah dikenal kelezatannya dan rasanya sangat menggoda apalagi bagi masyarakat Sumatera Selatan terutama di kota Palembang, yang sudah merasakan kelezatan ikan patin yang diolah dengan berbagai macam aneka kuliner berbahan ikan patin.

Budidaya ikan patin ini menjadi peluang bisnis yang menguntungkan , karena pemeliharannya yang cenderung cepat , modal yang terjangkau dan bisnis budidaya ikan patin ini tidak menutup kemungkinan bagi pemula yang ingin berusaha di bidang budidaya ikan patin ini karena pangsa pasarnya cukup luas. Untuk pemula sebaiknya memilih bisnis ikan patin untuk kebutuhan benih, karena resiko kegagalan yang terjadi pada usaha ini lebih kecil serta biaya yang diperlukan juga tidak banyak. Selain itu juga perputaran modalnya juga lebih cepat dibandingkn dengan budidaya ikan patin konsumsi dan ikan patin indukan.

Ikan patin memiliki kadar lemak yang cukup rendah dibandingkan dengan ikan sejenis lainnya, kadar lemak yang ada pada ikan patin berjumlah 2,55% sampai 3,42% dengan asal lemak tak jenuhnya diatas 50%, sedangkan asam oleat merupakan asam lemak tak jenuh yang terdapat pada ikan patin ini sebesar 8,43%, dan ini sangat baik untuk mencegah penyakit kardiovaskular..rendahnya kadar koesterol yang terdapat pada ikan patin maka ikan patin ini sangat baik untuk dikonsumsi bagi mereka yang sedang menjalankan program diet, sebab bisa mengurangi asupan kolesterol harian yang ada pada menu anda.

Sekarang ini kita masih banyak menjual ikan patin dalam bentuk ikan patin segar, padahal ikan patin yang sudah difilet dan diasap lebih mahal dan tahan lama. Seperti kita ketahui di kota Palembang permintaan terhadap ikan patin segar cukup tinggi, ini bisa dilihat dari kecenderungan masyarakat untuk membeli ikan patin cukup besar,. Hal ini dikarenakan rasanya yang gurih, dan harganya terjangkau serta banyak macam masakan

yang dapat dibuat dari ikan patin ini, disamping itu juga ikan patin ini rendah koesterol jadi aman untuk dikonsumsi.

Rata-rata omset penjualan ikan patin ini cukup lumayan sekitar Rp, 40 juta per kolam dengan ukuran kolam sekitar 20x30 m dengan kedalaman kolam 2 m. Permasalahannya yang mereka hadapi adalah apabila musim kemarau banyak ikan patin yang mati karena kekurangan air, air kolam mereka diambil dari sungai sekitar. Daerah pemasaran ikan patin sampai ke lubuk linggau, pagar alam, sekayu dan sekitarnya kayu agung dan sekitarnya, pendopo.

### **Tinjauan Pustaka**

Pemasaran produk adalah salah satu hal penting yang ikut menentukan performa perusahaan. Strategi pemasaran produk adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan untuk memperkenalkan produk secara lebih luas ke masyarakat.

Ada 6 ( tujuh ) cara pemasaran terbaik yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk usaha , yaitu sebagai berikut:

1. Kenali pasar atau pelanggan

Mengenali pasar adalah sangat penting untuk kita lakukan pertama kali, karena pasarlah yang akan memakai produk yang kita buat.

Anda harus benar-benar mengenali pasar anda, kuasai target pasar anda, lakukan riset siapa yang menjadi target pasar produk yang akan anda jual. Semakin spesifik target pasar produk anda akan semakin besar peluang anda untuk sukses dan berhasil.

Misalnya anda bergerak dibidang penjualan pakaian wanita, lalu anda mengkhususkan target pasar anda adalah pakaian wanita busana muslimah, maka anda bisa memfokuskan penjualan pakaian wanita muslimah beserta dengan perlengkapannya seperti kerudung dan lain lainnya.

2. Gunakan social media sebagai alat promosi produk yang akan anda jual, jaman sekarang menggunakan media sosial sebagai media mempromosikan produk kita kepada konsumen sangatlah efektif , karena rata-rata sebagian besar orang sudah menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain. Disinilah kita bisa mempromosikan produk yang akan kita jual di media sosial ini. Dan ini sangat cepat efisien dan tidak membutuhkan biaya seperti kalau kita promosi menggunakan media cetak atau elektronik.

3. Menawarkan promo yang menarik, sekarang ini banyak orang yang menjual produknya dengan cara Buy one get one free. Mendengarnya saja sudah membuat kita tertarik, tapi harus juga diperhitungkan untung ruginya, jangan sampai ingin terjadi lonjakan penjualan tapi kita tidak mendapatkan apa-apa.. dengan adanya promo yang tadinya seseorang tidak tertarik , kemungkinan bisa tertarik karena adanya promo tadi.

4. Memilih lokasi pemasaran yang tepat, lokasi pemasaran ini menjadi sangat penting dalam berbisnis karena kita dalam berbisnis pasti memerlukan lokasi yang strategis untuk memasarkan produk kita. Semakin dekat lokasi kita dengan target pasar maka akan semakin mudah kita untuk menggapai konsumen..

- 5, Menjalinkan hubungan baik dengan konsumen
- 6 promosi dari mulut ke mulut, ini sangat efektif .konsumen yang merasa puas berbelanja ditoko anda atau membeli produk kita pasti akan bercerita dengan teman-temannya perihal kepuasannya tersebut dan ini berpeluang untk menarik konsumen belanja ditoko kita atau membeli produk kita.

Dalam memasarkan suatu produk kita harus melakukan yang namanya 4P atau yang disebut Marketing Mix, yaitu produk, harga, saluran distribusi dan promosi ( Nembah F.Hartimbul Ginting, 2011). Menurut Kotler & Neil Amstrong ( 1977),mengatakann produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Dalam produk , banyak yang harus kita kerjakan, mulai dari kualitas produk yang hendak kita pasarkan, merk ,design dan hal –hal lain yang berkaitan dengan produk yang akan kita jual. Demikian juga dengan harga, kita harus bisa menentukan harga jual sedemikian rupa sehingga konsumen nyaman dengan harga produk kita .mereka tidak merasa diberatkan dengan sejumlah uang yang harus mereka bayar, dikarenakan produk yang mereka beli sesuai dengan kepuasan yang mereka peroleh.. strategi harga ternyata dapat menentukan jatu banggunya suatu usaha.

Dasar pertimbangan penentuan harga yaitu fator internal berupa tujuan pemasaran, strategi marketing mix, biaya yang dikeluarkan dan faktor external yaitu pasar dan permintaan, biaya dan harga penawaran pesaing dan faktor external lainnya seperti resesi, inflasi, depresi dan laain sebagainya. yang ketiga, saluran distrbusi, saluran distribusi ini digunakan agar efisiensi lebih tinggi.,kita harus bisa menyediakan barang yang mereka butuhkan tepat waktu, lalu yang ke 4 adalah promosi, dalam promosi ini kita memperkenalkan produk kita kepada calon konsumen kita dengan menjelaskan karakteristik produk yang kita jual. Media promosi ini dapat kita lakukan sesuai dengan jenis produk kita dan dana yang kita miliki, promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dengan tujuan memperkenalkan dan membujuk mereka agar mau membeli produk yang kita tawarkan

## Metode Penelitian

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data skunder.data primer diperoleh dari petani ikan patin kolam yang ada di kota Palembang dan data skunder berupa literatur pendukung tulisan dalam penelitian ini. Tehnik analisa yang digunakan adalah menggunakan analisa regresi linear sederhana dengan rumus

$$Y = a + bX,$$

Dimana Y = biaya semi variabel

X = variabel bebas dalam hal in jumlah produksi ikian patin.

a = nilai konstanta.dalam kasus ini adalah nilai fixed cost

b = Koefisien regresi dalam kasus ini sama dengan biaya variabel per unit

## Hasil Dan Pembahasan

Dari hasil perhitungan yang dilakukan menggunakan analisa regresi linear sederhana, diperoleh hasil  $y = 348,959 + 27,61X$ , artinya adalah biaya tetapnya (FC) adalah Rp.348,959,- dengan variabel cost perunitnya adalah sebesar Rp 27,61.- dapatlah ditarik suatu kesimpulan bahwa hasil produksi ikan patin yang dihasilkan ini akan berpengaruh positif terhadap biaya yang dikeluarkan. Biaya yang dikeluarkan ini dimulai dari biaya pembelian benih ikan, biaya pakan ikan, biaya gaji tenaga kerja setiap bulan, biaya transportasi mulai dari awal pembibitan sampai hasil produksi siap untuk dipasarkan dan biaya –biaya lainnya yang berhubungan dengan pengelolaan ikan patin ini sangat mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan dan tentu saja akan mempengaruhi pendapatan petani ikan. Apalagi sekarang ikan patin bukan saja dikonsumsi oleh konsumen dalam negeri tapi sudah di export ke luar negeri karena kandungan gizi yang terdapat pada ikan patin ini sangat membantu sekali mereka yang kadar kolesterolnya cukup tinggi, karena ikan patin ini kandungan kadar kolesterolnya rendah.

Ikan patin juga menjadi salah kuliner andalan negeri kita karena ikan patin ini bisa diolah dengan berbagai macam rasa dan sangat menggugah selera, seperti misalnya semur ikan patin, pepes ikan patin bumbu kuning, ikan patin goreng tepung,, ikan patin masak bumbu balado, gulai ikan patin bumbu kuning, ikan patin bakar bumbu lengkap, sup ikan patin, ikan patin bumbu rujak dan masih banyak lagi aneka masakan yang bahan baku utamanya dari ikan patin.

Jadi dapatlah dikatakan bahwa peluang usaha ikan patin sangatlah menjanjikan dan sangatlah menguntungkan. Berdasarkan hasil survey yang penulis lakukan terhadap beberapa petani ikan patin kolam, ternyata biaya yang diperlukan untuk budidaya ikan patin ini tidaklah begitu besar, dan dan walaupun kita belum memiliki lahan untuk membuat kolam untuk ikan patin ini bisa dilakukan dengan kolam yang terbuat dari terpal tebal yang diisi dengan air.. Kendala yang dihadapi dalam budidaya ikan patin ini adalah:

1. Cuaca, karena akan mempengaruhi pertumbuhan dan ketahanan ikan terhadap penyakit yang membuat ikan mati.
2. Debit air yang kalau musim kemarau airnya akan berkurang, karena mereka ini airnya kolam berasal dari sungai,
3. Susahnya untuk mendapatkan dedak pada saat tidak musim panen padi.

Berdasarkan hasil survey terhadap beberapa petani ikan patin ini rata-rata omset penjualan mereka cukup tinggi dan untuk mereka juga cukup lumayan dan daerah pemasaran ikan mereka disekitar kota Palembang, dan diluar kota Palembang yaitu sampai ke sekayu dan Kayu Agung.

Setiap aktivitas bisnis yang dilakukan pasti ada pasang surutnya, tapi hal ini jangan sampai berlarut-larut, kita harus bisa mengatasi kondisi seperti ini. Demikian juga

halnya dengan usaha budidaya ikan patin kolam ini, pasti ada pasang surutnya. Untuk itulah kita selaku pelaku bisnis harus jeli melihat situasi yang terjadi disekitar kita jangan sampai kita terperosok k lubang yang paling dalam dan tidak dapat bangkit lagi.

Selaku pemilik usaha kita harus terus menerus membandingkan hasil produk kita, harga produk kita, saluran distribusi kita dan promosi yang telah kita lakukan dengan pesaing kita. Dengan cara ini kita akan mengetahui kekurangan dan keunggulan komparatif yang ada dari produk kita dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing kita dan bila menyiapkan pertahanan yang aksi pesaing kita. Kalau ini semua sudah kita lakukan maka kita akan bisa keluar sebagai pemenangnya.

Dalam memasarkan suatu produk ada 4 hal yang harus mendapat perhatian khusus dari pemilik usaha, yaitu apa yang dikenal dengan marketing mix, yaitu produk, place, place dan promotion, demikian juga hanya dengan usaha kolan ikan patin ini juga akan melalui 4 tahapan ini.

1. Produk, disini pemilik usaha harus bisa menyediakan produk yang berkualiitas untuk bisa menang dalam persaingan dan unggul dalam penjualan, karena konsumen menginginkan produk yang berkualitas, demikian juga halnya denga produksi ikan patin kolam ini. Konsumen pasti berharap ikan patin yang dibeli di kolam ini kualitas pilihan, jadi mereka tidak keewa.
2. Harga, harga yang berikan kepada konsumen jangan melebihi harga pesaing kita sehingga pelanggan kita tidak berlari ke prodsen lainnya.
3. Saluran distribusi, kita harus bisa menyalurkan produk kita kepada konsumen tepat waktu karena konsumen tidak mau menunggu.
4. Promosi, tetap dilakukan tapi bukan melalui media televisi atau media cetak, tapi bisa melalui media sosial melalui hp atau kita bisa melalui promosi dari mulut ke mulut, ini lebih efektif dan tidak perlu biaya.

Dalam memasarkan produk ikan patin pemilik usaha harus bisa memenuhi selera konsumen apalagi saat ini permintaan ikan patin sudah merambah ke berbagai negara, artinya daerah pemasarnya sudah begitu luas, jadi berkaitan dengan hal tersebut, para petani ikan patin ini harus bisa menjaga kualitas ikan patin yang diinginkan konsumen baik konsumen dalam negri maupun konsumen luar negri jangan sampai peluang pasar yang begitu dibiarkan hilang begitu saja. jaga komunikasi dengan mereka, jangan sampai mereka kecewa dengan produk , diasap atau disalai. Manjakan konsumen dengan produk yang kita hasilkan, maka konsumen pun akan memanjakan kita dengan tetap membeli prouk yang kita tawarkan.

## **Penutup**

1. Bisnis budidaya ikan patin sangatlah menguntungkan karena konsumennya banyak
2. Sebaiknya pengairaan kolam ikan jangan hanya mengandalkan air sungai, tapi buat sumur bot, sehingga kalau terjadi kemarau kolam ikan tidak kekurangan air dan ikan patin tidak mati.

3. Kualiatas ikan patin tetap harus dijaga jangan sampai kehilangan pelanggan terutama pelanggan luar negri.

### **Daftar Pustaka**

Nembah F.Hartimbul Ginting, 2011,*Manajemen Pemasaran*, Yrama Widya,Bandung

Sudaryono,2016 *Manajemen Pemasaran*, Teori dan Implementasi, Andy Offset, Jogjakarta

Kotler,Anstrong, 1996, *Principle of Marketing*, 6th edition Prentice Hall, NewJersey