

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

Supriadi¹, Zuhadi Fuadi Ramdani², Muhamad Ilham Pahroji³

¹⁻³IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

Email: Adi047266@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan produk olahan hasil laut di Tanjung Jabung Barat. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting di butuhkan dalam menjalankan sebuah usaha. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti ada tiga metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah membangun komunikasi yang baik, kemasan dan promosi. Adapun hambatan dalam memasarkan produk adalah dari segi proses pembuatan yang memiliki kendala yaitu cuaca, dari segi proses pemesanan yang memiliki kendala yaitu kurangnya bahan baku dan bentuknya kurang menarik konsumen, kurangnya sumber daya manusia. Upaya mengatasi hambatan dalam memasarkan produk adalah dengan penambahan bahan baku seperti membeli udang, ikan dan berlangganan langsung ke nelayan, membuat inovasi yang unik, serta penambahan sumber daya manusia.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasai Pemasaran

PENDAHULUAN

Menjalankan sebuah usaha bukanlah perkara yang mudah apalagi pada saat pandemi seperti ini, karna pada dasarnya didalam dunia usaha banyak terdapat faktor yang dapat mempengaruhi maju mundur sebuah usaha, maka dari itu kita dalam kita menjalankan sebuah usaha kita membutuhkan strategi dan teknik yang tepat mengingat kondisi pandemi seperti saat ini. Pentingnya strategi komunikasi didalam dunia usaha memang sangat menentukan maju dan mundurnya usaha tersebut, karna strategi

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT

komunikasi merupakan cara dan teknik yang digunakan seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya. Didalam dunia wirausaha strategi komunikasi memang sangat dituntut sebagai bentuk antisipasi dalam menghadapi persaingan di era pandemi saat ini.

Komunikasi memang merupakan suatu hal yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia, Bahkan ditengah suasana masyarakat dimana persaingan makin ketat dalam memperoleh peluang berusaha dan meningkatkan karier, teknik-teknik komunikasi persuasif, taktis dan dialogis makin dibutuhkan.¹ Kata atau istilah “Komunikasi” (Bahasa Inggris “*Communication*”) berasal dari bahasa latin “*Communicatus*” atau “*Communicatio*” atau *Communicare* yang berarti “Berbagi” atau “Menjadi milik bersama”. menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.²

Didalam menjalankan sebuah usaha sudah selayaknya kita sebagai seorang muslim hendaklah kita selalu dituntut harus selalu berlaku jujur yang sebagaimana telah dianjurkan dalam syariat islam, seperti dalam sebuah praktek jual beli hasil olahan komoditas laut di Kelurahan Kampung Nelayan Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Maka dimana dalam sebuah prakteknya kita selalu di tuntut untuk berlaku jujur sebagaimana firman Allah SWT dalam surah At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar!.³

Berusaha dengan berlaku jujur merupakan istilah yang tepat untuk anjuran diatas dan baik untuk dilaksanakan dan di tekuni, Karena bagaimanapun kita dalam menjalankan sebuah usaha harus berlaku jujur untuk dalam menafkahi keluarga yang telah menjadi kewajiban kita dalam membahagiakan orang yang kita sayangi.

Kelurahan Kampung Nelayan merupakan wilayah pemekaran Kelurahan Tungkal

¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi 3*, (Depok, Raja Grafindo Persada, 2018), hlm. 1.

² Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2009), hlm. 1.

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Maktabah Al Fatih, 2018), hlm.206.

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

II yang ada dalam wilayah Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang dibentuk berdasarkan Perda Nomor 22 Tahun 2011 tanggal 25 November 2011 tentang pembentukan Kelurahan Kampung Nelayan, Sungai Nibung, Patunas dan Sriwijaya. Kelurahan Kampung Nelayan mempunyai Luas \pm 1,33 Km² dengan wilayah memiliki 16 RT yang mata pencaharian masyarakatnya \pm 80% sebagai nelayan. Kemudian Sekitar 30 Kartu Keluarga tepatnya di Rt 09 Memiliki sebagian besar usaha pada pengolahan hasil laut diantaranya: kerupuk, udang pepay, belacan/terasi, ikan asin dll.⁴

Berdasarkan asumsi peneliti bahwa produk olahan tersebut tidak terlalu diminati oleh masyarakat, karna seperti dilihat pada gambar diatas bahwa kemasan produk kurang menarik serta tidak adanya merek yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk, kemudian dari segitempat pembuatan olahan tersebut membuat kurang diminati masyarakat yaitu produk tersebut hanya di titipkan di toko-toko terdekat di tempat pembuatan olahan produk tersebut sehingga masyarakat banyak tidak mengetahui produk tersebut serta kurangnya promosi yang membuat produk kurang diminati oleh masyarakat.

Oleh karena itulah Strategi Komunikasi sangatlah dibutuhkan, Dimana bisa dilihat dari pengertiannya bahwa kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*again*” yang berarti memimpin. Dengan demikian Strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *Strategos* yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (The Art Of General), Atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan, Jadi pengertian Strategi Komunikasi sendiri seperti yang dikemukakan oleh Rogers adalah sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui tranfer ide-ide baru.

Jadi berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis ingin mengetahui lebih jelas dalam suatu penelitiannya terkait strategi komunikasi, sehingga penulis dapat mengetahui apa saja strategi yang akan digunakan dalam pemasaran produk olahan komoditas hasil laut.

⁴ Profil Kelurahan Kampung Nelayan Kec.Tungkal Ilir

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Pemasaran

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu *stratos* yang artinya tentara dan kata “*again*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas, jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of general*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.

Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.

Karl Von Clausewitz seorang pensiunan jenderal Prusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”.

Marthin – Anderson juga merumuskan “strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.⁵ Setiap menjalankan sebuah usaha membutuhkan strategi, untuk mendukung berjalannya suatu program atau suatu kegiatan. Dalam menggunakan strategi haruslah sesuai dengan program yang akan dijalankan, agar nantinya efektif dalam pelaksanaan programnya.

Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip – prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti pemasaran, perdagangan dan manajemen strategi. Penetapan strategi yang digunakan dalam suatu menjalankan sebuah usaha tentu haruslah dimantapkan dan sesuai dengan kapasitas, agar nantinya tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaan program atau kegiatan tersebut.

Kata atau istilah “*komunikasi*” (Bahasa Inggris “*Communication*” berasal dari Bahasa Latin “*communicatus*” atau *communicatio* atau *communicare* yang berarti “

⁵ Hafied Canggara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, ed revisi , cet 3 ,(Jakarta : Rajawali Pers, 2017) hlm.64

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

berbagi” datau “ menjadi milik bersama”.⁶ Komunikasi adalah suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak lain.⁷

Pengertian pemasaran adalah luas sekali, tetapi prinsipnya adalah distribusi penyampaian produk dari produsen ke konsumen. Distribusi (saluran pemasaran) adalah bagian dari merketing. Pemasaran adalah sesuatu yang dinamis, tidak statis karena mengandung elemen-elemen yang senantiasa berubah mengikuti perubahan dan perkembangan manusia. Dalam hal ini kedinamisan juga harus dimiliki oleh elemen-elemen didalam mix marketing, yang selalu dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal maupun internal. Faktor eksternal yaitu faktor diluar jangkauan perusahaan yang antara lain terdiri dari pesaing, teknologi, peraturan pemerintah, keadaan perekonomian, dan lingkungan sosial budaya. Sedangkan faktor internal adalah variabel-variabel yang terdapat dalam mix marketing yakni: Product (produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion, yang lebih dikenal dengan istilah bauran pemasaran atau 4P.⁸

Pemasaran merupakan hal yang penting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan diri, sukses dalam persaingan dan mendapatkan laba. Pemasaran bukan hanya semata-mata kegiatan untuk menjual ba\rang atau jasa tetapi lebih jauh berorientasi dalam jangka panjang dengan memberikan kepuasan semaksimal mungkin kepada konsumen. Oleh karena itu, pemasaran harus tahu kebutuhan atau keinginan konsumen dan memuaskan kebutuhan tersebut semaksimal mungkin.⁹

B. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Komoditas Hasil Laut Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat

Strategi komunikasi pemasaran merupakan kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (Produk, Harga, Promosi dan Distribusi) dengan sesaran yang efektif. Dengan kata lain strategi

⁶ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), hlm 1

⁷ Ngalimun, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), hlm.19.

⁸ Cahya Purnomo, *Pola Saluran Pemasaran Ikan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*, Vol. 16 No. 2, Juli 2018, hlm. 129.

⁹ Bambang Sarjono, *Strategi Pemasaran Produk Baru*, Vol. 11 No. 3 November 2015, hlm 230.

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

komunikasi pemasaran merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam memberikan informasi, mempengaruhi promosi suatu kegiatan pemasaran agar tercapainya keberhasilan suatu usaha. Adapun tujuan komunikasi pemasaran diantaranya:

Strategi komunikasi pemasaran sendiri merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, menjalin maupun menciptakan interaksi antara perusahaan dengan mitra usaha maupun konsumen dan merupakan suatu usaha untuk mengkomunikasikan perusahaan, produk, maupun jasa kepada pihak luar baik mitra usaha, supplier, maupun konsumen. Adapun strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi yang baik

Komunikasi sendiri memiliki arti yang sangat luas, komunikasi adalah penyampaian informasi baik itu berupa pesan, ide, gagasan dari satu pihak ke pihak lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada umumnya komunikasi biasa dilakukan melalui lisan dan verbal sehingga dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Dalam menjalankan sebuah usaha komunikasi yang baik sangat berpengaruh terhadap usaha yang kita jalankan sebab komunikasi sangat berpengaruh sekali terhadap bagaimana cara kita untuk menarik simpati dari para konsumen agar mereka mau membeli produk yang kita tawarkan. Agar terjalannya suatu komunikasi yang baik antara produsen dan konsumen hendaklah kita memperhatikan beberapa faktor diantaranya yaitu kita harus mendengarkan lawan bicara dan memberikan informasi yang jelas agar konsumen dapat percaya kepada kita sehingga mereka tidak ragu untuk membeli produk yang kita tawarkan kepada mereka.

Hal ini sesuai yang di ungkapkan oleh pemilik usaha udang pepay dalam wawancara berikut:

“Kami setiap hari bertemu orang-orang berbeda yang menjual hasilnya kepada kami, kebanyakan mereka masih menggunakan bahasa daerah mereka maka dari itu komunikasi yang baik sangat perlu sebab saya harus berkomunikasi yang baik dan benar agar mereka memahami apa yang saya sampaikan kepada mereka agar tidak terjadi sebuah kesalahpahaman diantara kami.”¹⁰

¹⁰ H.Darma (Pemilik Usaha Udang Pepay) Wawancara, Tanggal 20 Januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

Hal serupa juga di sampaikan oleh ketua nelayan dikelurahan kampung nelayan dalam wawancara berikut:

“Dalam membuat usaha bukan hanya modal saja kita perlukan tetapi komunikasi yang baik juga perlu agar tidak terjadi kesalahpahaman antar penjual dan konsumen. Sebab komunikasi inikan kita gunakan terus setiap harinya maka sebab itu komunikasi yang baik dan benar sangat berguna buat kita dalam membangun usaha agar usaha kita tersebut lebih baik lagi kedepannya.”¹¹

2. Kemasan

Kemasan sendiri yang kita adalah sebagai pembungkus suatu produk untuk melindungi dari terjadinya kerusakan dari produk tersebut. Kemasan dalam suatu produk menjadi hal yang penting sebab kemasan memiliki dampak fisik dan psikologis. Dalam hal dampak fisik, kemasan berfungsi sebagai wadah dan pelindung sedangkan dalam hal dampak psikologis, kemasan dapat menimbulkan kesan tertentu bagi para konsumen yang akan mempengaruhi mereka terhadap produk yang kita kemas. Selain sebagai wadah, kemasan juga memiliki banyak manfaat diantaranya:

- a. Untuk menjaga produk agar tetap bersih.
- b. Untuk menambah daya tarik konsumen.
- c. Untuk membuat daya tahan produk agar terhindar dari kerusakan dancuaca.
- d. Sebagai identitas produk.

Dalam menjalankan sebuah usaha kemasan yang menarik sangat penting dalam menarik minat konsumen agar membeli produk kita, sebab kemasan menjadi faktor yang penting dalam kita memasarkan suatu produk. Hal ini sesuai yang di ungkapkan oleh pemilik usaha terasi dalam wawancara berikut:

“Saya lihat kemasan produk kami sama seperti lain mungkin kedepannya kami ingin membuat kemasan produk kami agar sedikit menarik dengan menambahkan beberapa label agar kemasannya sedikit menarik seperti sedikit penambahan desain unik agar konsumen tertarik.”¹²

Hal ini juga di sampaikan oleh pemilik usaha kerupuk dalam wawancara berikut:

“Kemasan dalam suatu produk sangat berpengaruh dalam penjualan sebab kebanyakan konsumen pertama kali melihat bagaimana suatu produk tersebut

¹¹ Nawak (Ketua Nelayan), Wawancara , Tanggal 20 januari 2022

¹² Ondeng (Pemilik Usaha Terasi), Wawancara, Tanggal 23 Januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

dari segi mereka mengemasnya apakah menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli.”¹³

Jadi dapat disimpulkan bahwa kemasan berpengaruh terhadap minat ketertarikan konsumen terhadap sebuah produk yang ditawarkan, semakin menarik sebuah kemasan maka semakin banyak konsumen yang tertarik untuk mencoba produk yang kita pasarkan. Sebab kemasan tidak hanya sebagai penarik minat konsumen tetapi juga sebagai tempat pelindung suatu produk agar produk tersebut tidak cepatusak dan juga sebagai ciri khas dari suatu produk.

3. Promosi

Promosi merupakan suatu istilah yang tidak asing bagi kita lagi, pada umumnya istilah promosi digunakan dalam aktivitas pemasaran. Promosi sendiri dalam istilah pemasaran mempunyai arti kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan suatu barang atau jasa untuk menarik minat para konsumen. Selain itu, dalam melakukan promosi agar supaya produk yang dijual dapat diterima oleh konsumen sehingga mereka mau membeli produk yang kita pasarkan.

Dalam melakukan sebuah promosi kita harus memiliki sebuah tujuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang kita pasarkan sehingga dapat meningkatkan suatu penjualan produk kitatersebut.

Hal ini sesuai yang di ungkapkan oleh pemilik usaha kerupuk dalam wawancara berikut:

“Sekarang kan zamannya teknologi ya, jadi sosial media sangat membantu sekali kami ini sebagai pedagang dalam mempromosikan jualan kami ya, kalo saya biasa mempromosikan jualan saya di whatsapp dan fb ya jadi dapat memperkenalkan hasil jualan saya.”¹⁴

Hal serupa juga disampaikan oleh pemilik usaha terasi dalam wawancara berikut:

“kami juga mempromosikan jualan kami ke sosial media, lumayan menguntungkan ya sebab orang jadi tau hasil produk yang kami buat sehingga mereka mau mencobanya. Lumayan gampang juga ya kalo di sosial media untuk memesannya.”¹⁵

¹³ Acok (Pemilik Usaha Kerupuk), Wawancara, Tanggal 22 Januari 2022

¹⁴ Acok (Pemilik Usaha Kerupuk), Wawancara, Tanggal 22 Januari 2022

¹⁵ Ondeng (pemilik usaha terasi), Wawancara, Tanggal 23 Januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

Jadi dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan sebuah usaha memerlukan sebuah promosi yang dimana dengan mempromosikan produk yang kita pasarkan melalui sosial media dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang kita pasarkan tersebut. Dengan adanya promosi membuat konsumen tertarik terhadap produk yang kita pasarkan sehingga mereka tidak ragu untuk mencoba produk kita tersebut. Mempromosikan produk kita melalui internet atau media sosial, selain harganya yang lebih murah kemudian juga dapat menjangkau banyak orang. Proses promosi ini juga di nilai sangat efektif, mudah dan juga cepat sebab sekarang semua orang dapat mengakses internet sehingga mereka bisa mengetahui produk yang akan kita pasarkan kepada mereka dengan melihatnya langsung di sosialmedia mereka masing-masing.

C. Hambatan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Komoditas Hasil Laut Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat

Dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran produk olahan komoditas laut dikelurahan kampung nelayan kecamatan tungkalilir kabupaten tanjung jabung barat tentunya ditemui beberapa hambatan yang dihadapi. Dengan adanya suatu hambatan tersebut maka proses komunikasi yang terjadi dalam usaha tersebut tidak berjalan secara efektif dan tidak mencapai sasaran dengan baik.

Hambatan sendiri yang kita ketahui adalah suatu halangan kita untuk mencapai sesuatu yang kita inginkan. Adapun hambatan dalam strategi komunikasi pemasaran produk olahan komoditas hasil laut di kelurahan kampung nelayan sebagai berikut:

1. Proses pembuatan

Hambatan yang pertama adalah dari segi proses pembuatannya dimana dalam proses pembuatan suatu produk dikelurahan kampung nelayan memiliki beberapa faktor yang menghambat dalam halpengelohannya diantaranya terkendala oleh cuaca.

Cuaca yang dapat berubah – ubah menjadi penyebab salah satunya produk tidak dapat selesai sesuai pemsanan yang diinginkan karna proses pembuatan yang memakan waktu sehari – hari. Maka cuaca sangat berdampak sekali terhadap proses pembuatan produk yangada di kelurahan kampung nelayan.

Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Pemilik usaha ikan asin dalam wawancara berikut:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

“Cuaca sangat berpengaruh sekali terhadap penjualan kami ya, sebab proses penjemuran ikan asin ini harus dibutuhkan sekali terik matahari yang panas agar ikan asinnya cepat kering ya, biasa kalo mataharinya sangat panas hanya memerlukan waktu cukup satu hari saja dalam penjemuran tetapi kalo langit agak berawan memerlukan waktu 2 sampai 3 hari penjemuran agar ikan asin kering dengan sempurna”.¹⁶

Hal ini juga serupa yang disampaikan oleh pemilik usaha udang pepay dalam wawancara berikut:

“Cuaca berpengaruh sekali terhadap usaha kami ini, soalnya kitatidak tahukan cuaca akan panas atau hujan. Cuaca panas sangat berpengaruh sekali terhadap penjualan kami ya soalnya kaloproses penjemuran sehari saja dapat mempengaruhi harga penjualannya sebab kalo keringnya dalam sehari biasa lebih mahal ketimbang keringnya berhari – hari”.¹⁷

Jadi dari hasil wawancara tersebut dalam proses pembuatan produk cuaca sangat berpengaruh agar produk yang dihasilkan sesuai target yang diinginkan, sebab semakin bagus cuaca maka semakin bagus pula hasil produk yang dihasilkan sehingga dapat memenuhi target produk yang ingin di pasarkan.

2. Pemesanan

Hambatan yang kedua adalah dari segi pemesanan yang mempengaruhi produk olahan komoditas hasil laut di kelurahan kampung nelayan tidak dapat tepat waktu sesuai pemesanan memiliki berbagai faktor diantaranya:

a. Bahan Baku

Faktor pertama yang menjadi hambatan dalam pemesanan adalah kurangnya bahan baku untuk membuat produk olahan hasil laut di kelurahan kampung nelayan sehingga produk yang di hasilkan tidak dapat sesuai target yang di inginkan.

Bahan baku sangat berpengaruh sekali terhadap proses pemesanan konsumen semakin banyak bahan baku dalam suatu produk maka semakin mudah juga dalam pencapaian target produk yang ingin kita tawarkan kepada konsumen.

Hal ini sesuai yang di sampaikan oleh pemilik usaha kerupuk dalam wawancara berikut:

¹⁶ Minah (pemilik usaha ikan asin), Wawancara, Tanggal 20 januari 2022

¹⁷ H.Darma (pemilik usaha udang pepay), Wawancara, Tanggal 21 januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

“Kami cukup susah untuk memenuhi target pemesanan sebab kurangnya bahan baku untuk membuat hasil produk kami, kami biasa membelinya langsung dari nelayan karna harganya yang tidak terlalu mahal dan juga masih segar ketimbang membelinya langsung dari pasar. Kalo membeli ke nelayan ini tidak tentu kadang ada kadang tidak ada makanya kami susah untuk memenuhi pesanan konsumen”.¹⁸

Jadi hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kurangnya bahan baku sangat berpengaruh dalam memenuhi target pemesanan sesuai yang di inginkan, semakin banyaknya jumlah bahan baku maka semakin mudah pula kita sebagai penjual untuk memenuhi target penjualan kita kepada para konsumen.

b. Bentuk

Faktor kedua yang menjadi hambatan dalam pemesanan adalah dari segi bentuknya yang membuat kurang tertariknya para konsumen untuk membeli produk tersebut. Semakin menarik bentuk produk yang kita kemas maka semakin tertarik konsumen untuk mencoba membeli produk yang kita pasarkan.

Dalam menjalankan sebuah usaha kita dituntut agar memperhatikan hal kecil seperti dari segi bentuk agar produk yang kita hasilkan dapat menarik minat konsumen untuk mencoba produk yang kita pasarkan sehingga target pemesanan dapat tercapai sesuai target yang akan kita pasarkan kepada para konsumen yang ingin mencoba produk kita tersebut. Hal ini sesuai yang di sampaikan oleh ketua nelayan dalam wawancara berikut:

“Kalo saya lihat hasil produk olahan di kelurahan kampung nelayan ini bentuknya yang sama saja seperti hasil produk yang lain sehingga penjual kurang tertarik untuk mencoba produk mereka ya, saran dari saya kepada mereka mungkin dengan membuat bentuk yang unik atau menambahkan cita rasa berbeda sehingga konsumen dapat tertarik untuk mencoba produk mereka”.¹⁹

Jadi kesimpulan wawancara diatas bahwa bentuk yang unik juga berpengaruh penting dalam proses pemesanan, semakin menarik bentuk dalam suatu produk maka semakin banyak juga konsumen yang tertarik untuk mencoba produk yang kita hasilkan agar sesuai target pemesanan yang kita harapkan.

¹⁸ Acok (pemilik usaha kerupuk), Wawancara, Tanggal 23 januari 2022

¹⁹ Nawak (ketua nelayan), wawancara, Tanggal 29 januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

c. Sumber Daya Manusia

Hambatan yang ketiga yang mempengaruhi target produksi tidak dapat sesuai dengan keinginan konsumen adalah kurangnya sumber daya manusia. Sumber daya manusia sendiri adalah salah satu yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha dan mereka juga merupakan kunci menentukan keberhasilan suatu usaha.

Mengelola sumber daya manusia merupakan faktor yang paling utama guna menunjang kesuksesan suatu usaha di masa depan. Semakin kita bisa mengelola sumber daya manusia dalam menjalankan sebuah usaha maka semakin bisa kita menargetkan hasil produk yang ingin kita pasarkan kepada konsumen.

Hal ini yang disampaikan oleh pemilik usaha udang pepay dalam wawancara berikut:

*“Kurangnya sumber daya manusia sangat berdampak terhadap proses penjualan kami sebab sekali hasil penjemuran produk kami harus memakai banyak orang untuk menjemurnya sebab sekali hasil tangkapan yang dihasilkan bisa mencapai berton – ton udang pepay sehingga memerlukan minimal 4 sampai 5 orang untuk melakukan sekali penjemurannya”.*²⁰

Jadi hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia sangat berdampak sekali dalam menargetkan hasil produk olahan di kelurahan kampung nelayan kepada konsumen sesuai target, semakin banyak mengelola sumber daya manusia maka semakin mudah pula dalam melakukan usaha kita agar dapat memenuhi target yang diinginkan oleh konsumen. Maka dari itu pemanfaat sumber daya manusia yang tepat akan menghasilkan suatu usaha kita agar dapat berkembang sehingga usaha yang kita jalankan dapat bersaing dengan perusahaan yang lain.

D. Upaya Mengatasi Hambatan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Komoditas Hasil Laut Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat

Komunikasi Pemasaran merupakan sarana dimana perusahaan menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang mereka pasarkan.

Dalam komunikasi pemasaran tidak hanya kita kenal sebagai alat untuk melakukan kontak hubungan antara konsumen dan calon konsumen tetapi dapat juga dapat juga

²⁰ H.Darma (pemilik usaha udang pepay), Wawancara, Tanggal 30 Januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

menjamin hubungan yang baik antara pihak yang berkepentingan terhadap suatu produk.

Agar strategi komunikasi pemasaran berhasil harus memperhatikan tiga elemen diantaranya pesannya, targetnya, dan media sehingga saling melengkapi. Adapun upaya dalam mengatasi hambatan strategi komunikasi pemasaran produk olahan komoditas hasil laut di kelurahan kampung nelayan sebagai berikut:

1. Penambahan bahan baku

Penambahan bahan baku sangat berdampak untuk memenuhi target pemasaran sesuai keinginan konsumen sehingga mereka dapat mempercayakan produk yang ingin kita pasarkan kepada mereka agar dapat terciptanya saling percaya antara penjual dan konsumen.

Bahan baku merupakan bahan utama dalam proses produksi yang kemudian kita olah untuk menjadi sebuah produk yang siap kita pasarkan. Bahan baku merupakan hal yang sangat penting, jika tidak ada bahan baku yang cukup maka akan berakibat fatal sehingga bisa mengakibatkan hasil produksi kita terhenti. Adapun upaya penambahan bahan baku adalah melakukan hal sebagai berikut:

a. Membeli Udang

Upaya yang pertama penambahan bahan baku adalah membeli udang sebab bahan baku yaitu udang merupakan bahan penting dalam pembuatan kerupuk. Udang yang berkualitas sangat mempengaruhi cita rasa kerupuk sendiri semakin segar udang yang di olah oleh pengusaha kerupuk maka semakin enak pula cita rasa yang dihasilkan:

Hal ini Hal ini seperti yang disampaikan oleh pemilik usaha kerupuk dalam wawancara berikut:

*“Untuk membuat pesanan kerupuk yang banyak kami harus menyiapkan udang yang banyak sebab udang merupakan bahan pokok dari kerupuk, biasa kami setiap hari menambah stok udang buat diolah menjadi kerupuk sehingga kami bisa memenuhi pesanan para konsumen”.*²¹

Jadi kesimpulan wawancara diatas adalah penambahan bahan baku berupa udang sangat dibutuhkan dalam membuat usaha kerupuk, sebab kualitas udang yang bagus sangat berpengaruh terhadap kualitas produk itu sendiri, semakin segar udang yang dijadikan bahan dalam membuat kerupuk maka semakin enak juga cita rasa yang

²¹ Acok (pemilik usaha kerupuk), Wawancara, Tanggal 29 Januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

dihasilkan sehingga membuat konsumen bisa memberikepercayaan terhadap kita agar mereka bisa terus berlangganan kepada kita.

b. Membeli Ikan

Upaya yang kedua penambahan bahan baku adalah membeli ikan, sebab ikan menjadi bahan dasar dalam pembuatan ikan asin. Ikan asin sendiri merupakan makanan yang pembuatannya membutuhkan sinar matahari agar proses pengeringannya berjalan lancar sehingga dapat memenuhi target konsumen yang telah merekapercayakan kepada kita sehingga produk yang kita hasilkan dapat bersaing dengan produk lainnya.

Hal ini seperti yang disampaikan oleh pemilik usaha ikan asin dalam wawancaranya sebagai berikut:

*“Saya biasa membeli ikan langsung ke nelayan sebab ikan dinelayan masih segar tetapi saya juga membutuhkan stok ikan yang sehingga saya juga mencarinya langsung kepasar, stok ikanjuga mempengaruhi penjualan kami sebab kalo stok ikan nya kurang kami tidak bisa nanti memenuhi pesanan orang kepada kami jadi memerlukan stok ikan yang banyak untuk kami buat menjadi ikan asin”.*²²

Kesimpulan wawancara diatas bahwa penambahan bahan baku berupa ikan juga sangat berdampak dalam usaha ikan asin, semakin banyak stok yang mereka produksi sehingga dapat memenuhi target pasaran. Penamban stok produksi berupa ikan yang kemudian di olah menjadi ikan asin tidak mesti langsung terwujud begitu saja tetapi kita yang mempunyai usaha harus terlebih dahulu mencarinya ke beberapa nelayan. Proses pembuatan ikan asin juga tidak dapat begitu selesai sebab harus membutuhkan terik matahari yang yang bagus agar produksi ikan asin dapat sesuai target yang telah di pesan oleh konsumen kepada kita.

c. Berlangganan Langsung ke Nelayan

Upaya yang ketiga penambahan bahan baku adalah berlangganan ke nelayan, sebab kalo membeli langsung ke nelayan harganya tidak terlalu mahal dibandingkan membeli langsung dipasar. Nelayan juga menjadi kunci sukses dalam menjalankan sebuah usaha yang langsung bersumber dari laut sebab kita sebagai orang yang menjalankan sebuah usaha yang bahan baku dari laut tidak dapat langsung mencari bahan baku tanpa adanya nelayan yangberpengalama dalam mencari hasil laut tersebut seperti ikan, udang dan

²² Minah (pemilik usaha ikan asin), Wawancara, Tanggal 30 januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

sebagainya.

Hal ini seperti yang disampaikan oleh pemilik usaha kerupuk dalam wawancara berikut:

“kita tidak bisa hanya terpaku kepada satu nelayan saja tapi kita juga harus bisa membuat kerja sama antara kita yang menjalankan usaha sebuah makanan dengan nelayan yang menjual hasil tangkapan mereka jadi dimana kita bisa saling menguntungkan satu sama lain.”²³

Jadi kesimpulannya bahwa penambahan bahan paku sangatlah perlu dalam menjalankan sebuah usaha karna bahan baku sangat berpengaruh terhadap suatu usaha yang kita jalankan agar produk yang kita pasarkan mencapai target sesuai yang kita harapkan serta konsumen dapat memberikan kita suatu kepercayaan terhadap kita yang memasarkan suatu produk sehingga produk kita dapat menjadi terkenal dikalangan konsumen agar produk kita dapat bersaing dengan perusahaan yang lain.

2. Membuat inovasi yang unik

Inovasi merupakan suatu hal usaha yang dilakukan seseorang untuk menghasilkan produk baru baik bagi dirinya maupun lingkungannya. Inovasi sangat dibutuhkan dalam menjalankan sebuah usaha agar produk yang kita buat dapat menarik konsumen untuk membeli produk kita tersebut.

Dalam bisnis diperlukan sebuah inovasi yang tinggi, dimana saat kita ingin melakukan suatu perubahan perlu memberi inovasi pada suatu produk yang kita hasilkan. Di dalam menjalankan usaha tidak lah terlebih persaingan yang ketat antara usaha yang kita jalankan sehingga kita dituntut agar bisa berfikir inovasi agar produk yang kita hasilkan dapat bersaing dengan produk lain, kemudian kita dituntut tidak berpuas diri dan selalu mau mencoba membuat inovasi yang baru serta tidak mudah menyerah dalam menciptakan inovasi baru agar produk yang kita hasilkan dapat terus bertahan di pasaran sehingga konsumen dapat memberi kita sebuah kepercayaan terhadap produk yang kita pasarkan kepada mereka.

Sebagai seorang yang menjalankan suatu usaha harus di tuntut mampu menghadirkan ide yang bisa membantu pertumbuhan bisnis yang mereka jalankan agar terciptanya suatu perubahan yang membuat usaha yang mereka jalankan selama ini mencapai target yang

²³ Acok (pemilik usaha kerupuk), Wawancara , Tanggal 25 Januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

mereka inginkan.

Hal ini yang sesuai disampaikan oleh masyarakat di kelurahan kampung nelayan dalam wawancara berikut:

*“Dalam usaha mesti harus berfikir kreativitas ya, biaskan kita lihat terasi, kerupuk bentuknya gitu – gitu saja ya jadi sebagai kita yang menjalankan usaha harus memutar otak agar produk yang kita pasarkan itu berbeda dari yang lain mungkin dari segi bentuk yang unik, rasa yang berbeda sehingga dapat menarik minat pembeli agar mereka merasa penasaran sehingga mereka mau mencoba dan membeli produk yang kita pasarkan tersebut”.*²⁴

Jadi dapat disimpulkan dari wawancara diatas bahwa kekreativitas sangat berdampak dalam pemasaran agar untuk membantu para konsumen untuk terhindar dari rasa bosan dan jenuh dari produk yang kita tawarkan kepada mereka. Kreativitasan dalam usaha juga bermanfaat agar produk yang kita hasilkan tetap yang terutama dibandingkan produk lainnya.

Adapun membuat inovasi yang unik seperti membuat cita rasa produk yang kita pasarkan berbeda dari produk yang lain sehinggakonsumen merasa penasaran terhadap produk yang kita pasarkan tersebut sehingga membuat produk kita dapat bersaing dengan produk yang lain.

3. Penambahan sumber daya manusia

Upaya yang ketiga dalam mengatasi hambatan strategi komunikasi pemasaran olahan komoditas hasil laut di kelurahan kampung nelayan dengan penambahan sumber daya manusia, sebab sumber daya manusia sangat berpengaruh sekali terhadap proses pemesanan produk yang kita pasarkan agar sesuai target yang kita inginkan.

Dengan meningkatkan sumber daya manusia agar kita yang memiliki sebuah usaha dapat meningkatkan produktivitas penjualan kita lebih meningkat, mengurangi dan menghilangkan kinerja yang buruk, serta meningkatkan komitmen karyawan terhadap suatu produk yang mereka pasarkan kepada konsumen.

Hal ini sesuai yang disampaikan oleh pemilik usaha kerupuk dalam wawancara berikut:

“Saya kalo pesanan banyak sangat kewalahan kalo hanya 2 orang saja, maka

²⁴ Afdal (masyarakat di kelurahan kampung nelayan), Wawancara, Tanggal 28 januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

*itu saya menambah orang untuk membantu usaha saya ini sebab semakin banyak orang yang membantu maka semakin cepat dan sesuai target yang kita pasarkan sebab jadi saya bisa berfokus hanya satu pekerjaan saja seperti membuat bahan kerupuk tanpa khawatir siapa yang bakal menjemur dan menggorengnya”.*²⁵

Kemudian adapun penambahan sumber daya manusia yang di kelurahan kampung nelayan adalah memanggil orang dari rumah ke rumah agar dapat memenuhi target konsumen agar tidak terjadi keterlambatan dalam hal pemesanan. Hal ini yang di sampaikan pemilik usaha udang pepay dalam wawancara berikut:

“Saya kalo para pekerja saya kerja biasa memanggil orang dari rumah kerumah siapa yang mau membantu untuk menjemurkan usaha udang pepay saya, kalo kurang orang dalam menjemurnyatakut nanti tidak bisa kering dengan waktunya kalo hari ini tidaklangsung kering takut dapat mempengaruhi harga jualnya sehingga nanti saya bisa rugi maka itu kalo kurang orang nanti tidak bisa memenuhi pemesanan orang yang mau membeli udang pepay saya”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa penambahan sumber daya manusia sangat berpengaruh sekali sebab dengan penambahan sumber daya manusia lebih memudahkan kita yang menjalankan sebuah usaha agar dapat menargetkan usaha kita lebih maju lagi kedepannya dan sehingga dapat memenuhi target konsumen. Sumber daya manusia menjadi salah satu elemen penting, selain modal dan teknologi dalam mencapai tujuan suatu perusahaan. Maka dari itu sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap proses pemasaran agar mencapai target pemasaran yang kita inginkan sehingga agar dapat tercapainya suatu produk yang ingin kita pasarkan kepada konsumen sehingga usaha yang kita jalankan dapat bersaing dengan perusahaan lain agar produk kita tetap menjadi sebuah produk yang tetap eksis dikalangan masyarakat yang ingin mengetahui lebih tentang produk yang kita pasarkan kepada mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan tentang “Strategi komunikasi pemasaran produk olahan komoditas hasil laut di Tanjung Jabung Barat” dan sesuai

²⁵ Acok (pemilik usaha kerupuk), Wawancara, Tanggal 28 januari 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
KOMODITAS HASIL LAUT DI KABUPATEN
TANJUNG JABUNG BARAT**

dengan rumusan masalah yang ada, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi komunikasi pemasaran produk olahan komoditas hasil laut di kabupaten tanjung jabung barat yakni membangun komunikasi yang baik, membuat kemasan yang menarik, serta memberikan promosi ke konsumen.

Hambatan strategi komunikasi pemasaran produk olahan komoditas hasil laut di tanjung jabung barat yakni proses pembuatan yang terkendala oleh cuaca, Proses pemesanan yang terkendala dari segi bahan baku dan bentuk, kemudia kurangnya sumber daya manusia.

Upaya mengatasi hambatan Strategi komunikasi pemasaran produk olahan komoditas hasil laut di kabupaten tanjung jabung barat yakni penambahan bahan baku seperti berupa membeli udang, ikan dan berlangganan langsung ke nelayan, membuat inovasi yang unik seperti dalam bentuk dan cita rasa yang membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk kita serta penambahan sumber daya manusia seperti melakukan panggilan rumah kerumah sehingga produk kita dapat memenuhi target produk yang ingin kita pasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Sarjono. (2015) *Strategi Pemasaran Produk Baru*, jurnal pemasaran Vol. 11 No. 3 November 2015
- Cahya Purnomo. (2018). *Pola Saluran Pemasaran Ikan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*, jurnal pemasaran, Vol. 16 No. 2, Juli 2018
- Hafied Cangara. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi 3*, Depok, Raja Grafindo Persada
- Kementerian Agama RI. (2018). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta : Maktabah Al Fatih
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, Yogyakarta:Pustaka Baru Press
- Riswandi. (2019). *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2019