

Analisis Kebijakan Promosi Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan

Ikan Kering Cap Melati Di Kotabaru

Akhmad Yani, Hj. Farida Yulianti, Syahrani

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi,

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,

NPM16310983

Email: akhmadyaniktb@gmail.com

ABSTRAK

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan ini belum maksimal yaitu hanya melalui mulut ke mulut belum menggunakan media cetak dan elektronik. Hal ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan saluran distribusi dan pemasaran perusahaan, dimana saluran distribusi dan promosi merupakan ujung tombak dalam sebuah perusahaan.

Promosi merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang sangat mendasar dalam rangka memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Gagalnya kegiatan promosi sangat berpengaruh terhadap penjualan dan pemasaran produk perusahaan.

Manfaat yang diperoleh melalui advertensi adalah bahwa produk yang ditawarkan akan bisa dikenal oleh masyarakat maupun konsumen bukan saja dari rasa dan aromanya akan tetapi juga dikenal dari bentuk penampilan produk tersebut dan juga dari merk dagangnya, sehingga kesan pertama akan timbul ketika masyarakat melihat produk tersebut walaupun belum merasakan bagaimana aroma dan rasa dari produk yang dijual.

Dengan melihat kondisi yang ada pada Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru, ternyata kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat jauh dari apa yang diharapkan, sehingga tingkat produksi dan penjualan setiap tahunnya berfluktuasi dan tidak mengalami peningkatan yang signifikan.

Selama ini Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru melakukan promosi cukup dari mulut ke mulut, mereka tidak menggunakan media promosi layaknya perusahaan-perusahaan besar yang biasa menggunakan media tersebut seperti brosur, spanduk, baleho dan sebagainya. Memang untuk Industri Kecil seperti Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru ini tidak perlu menggunakan media promosi besar, namun paling tidak upaya promosi sudah harus dilakukan agar masyarakat tahu tentang keberadaan usaha industri tersebut.

Alangkah baiknya jika Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru membuat ukuran produk menjadi lebih kecil lagi dari ukuran biasanya dan dengan kemasan yang lebih kecil dari dari kemasan yang ukuran sedang. Hal ini dimaksudkan agar ada spesifikasi produk yang dijual yaitu untuk anak-anak sebagai makanan ringan dan harga agar lebih mudah dan dapat terjangkau.

Alangkah baiknya jika Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru membuat kemasan produk menjadi lebih variatif lagi dalam rangka untuk melakukan diversifikasi produk.

Kata Kunci : Analisis ; Promosi

ABSTRACT

The promotion carried out by this company has not been maximized, that is, only through word of mouth, it has not used print and electronic media. This is very influential on the development of distribution channels and marketing companies, where distribution and promotion channels are the spearhead in a company.

Promotion is one of the very basic company activities in order to introduce its products to the public. The failure of promotional activities is very influential on the sales and marketing of the company's products.

The benefits obtained through advertising are that the products offered will be known by the public and consumers not only from the taste and aroma but also from the appearance of the product and also from the trademark, so that the first impression will arise when the community sees the product even though it has not feel the aroma and taste of the product being sold.

By looking at the conditions that exist in the Household Industrial Company Manufacture of Cap Melati Dry Fish, it turns out that the promotional activities carried out by the company are very far from what is expected, so the production and sales levels fluctuate annually and do not experience a significant increase.

So far, the Home Industry Company Manufacture of Cap Melati Dry Fish has done enough promotion by word of mouth, they do not use promotional media like large companies that usually use such media such as brochures, banners, baleho and so on. Indeed, for Small Industries such as Home Industry Companies Manufacture of Cap Melati Dry Fish in Kotabaru, there is no need to use large media promotion, but at least promotion efforts must be made so that the public knows about the existence of the industrial business.

It would be nice if the Household Industrial Company Manufacture Cap Melati Dray Fish in Kotabaru makes the size of the product to be smaller than its usual size and with smaller packaging than the medium size packaging. This is so that there are specifications for the products being sold, namely for children as snacks and prices to be easier and affordable.

It would be nice if the Household Industrial Company Manufacture of Cap Melati Dry Fish Kotabaru made the product packaging more varied in order to diversify the product.

Keyword: Analysis; Promotion

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan perekonomian di negara Indonesia saat ini, juga pengaruh dari perkembangan teknologi yang menyebabkan perusahaan dalam perkembangannya dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif, sehingga membuat semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, dengan semakin ketatnya tingkat persaingan maka dibutuhkan pula fungsi pemasaran yang baik, sehingga tujuan yang di harapkan oleh perusahaan akan tercapai, karena pemasaran merupakan pilar utama yang penting dalam kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan yang unggul adalah mereka yang dengan tangkas meniasati perubahan bisnis dan dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada, serta mereka yang berhasil memberikan kepuasan bagi pelanggannya, tentunya dengan sesuatu yang hal yang efektif dan efisien, salah satunya melalui komunikasi secara baik bagi pelanggannya, sehingga hubungan antara produsen atau perusahaan dengan pelanggannya akan semakin erat dan harmonis.

ALAT DAN METODE

Perusahaan membutuhkan komunikasi dengan pelanggannya yaitu dengan cara melakukan promosi, semakin gencar perusahaan melakukan promosi maka akan semakin dekat di benak pelanggannya. Oleh karena itu banyak perusahaan yang berani mengeluarkan anggaran yang cukup besar untuk biaya promosi. Media atau alat promosi yang sering dilakukan perusahaan antara lain melalui: periklanan, Penjualan Personal, Pemasaran Langsung, Hubungan Masyarakat, dan Promosi Penjualan, Alat alat promosi tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dari perusahaan itu sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk ikan kering merupakan salah satu produk yang menjadi oleh-oleh atau cinderamata bagi para pengunjung, baik wisatawan maupun pengunjung biasa. Pada umumnya ketika berkunjung ke Kotabaru, mereka selalu menyempatkan diri untuk mampir di toko souvenir untuk membeli oleh-oleh bagi keluarga. Ikan kering merupakan salah satu produk favorit bagi pengunjung untuk membawakan keluarga, kerabat dan teman-teman. Khusus untuk masyarakat lokal, ikan kering juga menjadi salah satu makanan lauk favorit bagi masyarakat Kabupaten Kotabaru pada khususnya.

Dari data empiris yang ditemukan bahwa Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru lebih dalam pemasarannya selalu terfokus kepada distribusi secara langsung yaitu dari produsen ke konsumen, walaupun distribusi semi langsung juga ada yaitu dari produsen ke pengecer.

Selama ini Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru hanya melakukan promosi tidak khusus yaitu lewat mulut ke mulut, maksudnya dari konsumen yang satu memberitahukan ke calon konsumen yang lain. Walaupun demikian produk ini cukup dikenal untuk wilayah Kotabaru dan sekitarnya.

Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru sebaiknya mengaktifkan kembali kegiatan promosi agar volume penjualan bisa ditingkatkan dan ditunjang dengan saluran distribusi sebagaimana yang maksudkan di atas. Promosi yang lebih difokuskan adalah untuk daerah luar Kotabaru. Terdapat dua kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan melalui:

- 1) Melakukan promosi penjualan yaitu suatu tindakan nyata dengan memperkenalkan hasil produk kepada masyarakat atau calon konsumen dengan tujuan memperluas pemasaran. Ini bisa dilakukan dengan mengikuti pameran dagang, pembukusan yang menarik, memberikan hadiah tambahan seperti kalender atau souvenir lainnya, menjadi sponsor suatu kegiatan tertentu maupun aktivitas sosial.
- 2) Melakukan fungsi advertensi yaitu suatu cara memperkenalkan atau menyebarluaskan informasi mengenai produk melalui pengiklanan yang tujuannya untuk meningkatkan permintaan dan mempertahankan kestabilan usaha dalam pemasaran.

Kegiatan advertensi atau periklanan bisa dilakukan melalui media cetak seperti surat kabar atau majalah, media audio seperti radio siaran dan bila mampu bisa dilakukan melalui media visual seperti televisi.

Manfaat yang diperoleh melalui advertensi adalah bahwa produk yang ditawarkan akan bisa dikenal oleh masyarakat maupun konsumen bukan saja dari rasa dan aromanya akan tetapi juga dikenal dari bentuk penampilan produk tersebut dan juga dari merk dagangnya, sehingga kesan pertama akan timbul ketika masyarakat melihat produk tersebut walaupun belum merasakan bagaimana aroma dan rasa dari produk yang dijual.

Meskipun advertensi akan meningkatkan volume penjualan, namun advertensi dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan. Promosi dan periklanan tidak efisien dilakukan untuk daerah yang sudah kenal dengan produk yang dijual. Hal ini untuk mengurangi biaya promosi.

Bila masalah kegiatan promosi telah di atasi, maka yang perlu diperhatikan dan ditinjau kembali oleh Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru adalah mengenai kualitas barang dipandang dari segi harga jual oleh perusahaan ini dan juga masalah penampilan produk.

Kemudian penampilan barang terutama mengenai pembungkus hampir tidak terlalu berbeda dengan produk Kerupuk yang lain, namun ada satu pembungkus yang berbeda untuk produk ini yaitu adanya pembungkus yang dapat dijinjing. Pembungkus ini lebih besar ukurannya dari pembungkus yang lain.

Alangkah baiknya jika Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru membuat kemasan produk menjadi lebih variatif lagi dalam rangka untuk melakukan diversifikasi produk. Hal ini dimaksudkan agar ada spesifikasi produk yang dijual yaitu agar para konsumen lebih mudah membawa produk tersebut, terutama konsumen yang berasal dari luar Kabupaten Kotabaru dan luar pulau Kalimantan.

Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru hendaknya melakukan riset pasar untuk mengetahui tentang keadaan di pasar menyangkut keberhasilan pemasaran oleh produk lain baik dari segi saluran distribusi yang digunakan, metode promosi, kualitas, harga, penampilan barang dan lain-lain. Dengan demikian Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru akan menentukan kebijaksanaan dalam promosi yang akan digunakan untuk menembus pasar sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

KESIMPULAN

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan ini belum maksimal yaitu hanya melalui mulut ke mulut belum menggunakan media cetak dan elektronik. Hal ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan saluran distribusi dan pemasaran perusahaan, dimana saluran distribusi dan promosi merupakan ujung tombak dalam sebuah perusahaan.

Dengan melihat kondisi yang ada pada Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru, ternyata kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangat jauh dari apa yang diharapkan, sehingga tingkat produksi dan penjualan setiap tahunnya berfluktuasi dan tidak mengalami peningkatan yang signifikan.

Selama ini Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru melakukan promosi cukup dari mulut ke mulut, mereka tidak menggunakan media promosi layaknya perusahaan-perusahaan besar yang biasa menggunakan media tersebut seperti brosur, spanduk, baleho dan sebagainya. Memang untuk Industri Kecil seperti Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru ini tidak perlu menggunakan media promosi besar, namun paling tidak upaya promosi sudah harus dilakukan agar masyarakat tahu tentang keberadaan usaha industri tersebut.

Promosi merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang sangat mendasar dalam rangka memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Gagalnya kegiatan promosi sangat berpengaruh terhadap penjualan dan pemasaran produk perusahaan.

Manfaat yang diperoleh melalui advertensi adalah bahwa produk yang ditawarkan akan bisa dikenal oleh masyarakat maupun konsumen bukan saja dari rasa dan aromanya akan tetapi juga dikenal dari

bentuk penampilan produk tersebut dan juga dari merk dagangnya, sehingga kesan pertama akan timbul ketika masyarakat melihat produk tersebut.

Meskipun advertensi akan meningkatkan volume penjualan, namun advertensi dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan. Promosi dan periklanan tidak efisien dilakukan untuk daerah yang sudah kenal dengan produk yang dijual. Hal ini untuk mengurangi biaya promosi.

Promosi hendaknya diaktifkan baik melalui media cetak maupun media elektronik, terutama lagi perusahaan ini bisa menjadi sponsor makanan berupa ikan kering untuk acara-acara besar di suatu daerah.

Penampilan kemasan yang sudah baik agar lebih dispesifikasikan lagi agar menarik konsumen untuk membeli produk. Ciptakan inovasi baru untuk produk ikan kering yang ukurannya lebih kecil dan kemasan yang kecil pula sehingga dapat dijadikan makanan ringan untuk anak-anak maupun orang dewasa. Ini dimaksudkan agar memperluas pangsa pasar sehingga meningkatkan volume penjualan.

Alangkah baiknya jika Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru membuat ukuran produk menjadi lebih kecil lagi dari ukuran biasanya dan dengan kemasan yang lebih kecil dari dari kemasan yang ukuran sedang. Hal ini dimaksudkan agar ada spesifikasi produk yang dijual yaitu untuk anak-anak sebagai makanan ringan dan harga agar lebih mudah dan dapat terjangkau.

Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru hendaknya melakukan riset pasar untuk mengetahui tentang keadaan di pasar menyangkut keberhasilan pemasaran oleh produk lain baik dari segi saluran distribusi yang digunakan, metode promosi, kualitas, harga, penampilan barang dan lain-lain. Dengan demikian Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru akan menentukan kebijaksanaan dalam saluran distribusi dan promosi yang akan digunakan untuk menembus pasar sehingga meningkatkan volume penjualan.

Alangkah baiknya jika Perusahaan Industri Rumah Tangga Pembuatan Ikan Kering Cap Melati Kotabaru membuat kemasan produk menjadi lebih variatif lagi dalam rangka untuk melakukan diversifikasi produk

REFERENSI

- Basu, Swastha (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Cetakan Pertama, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Boyd, Harperiw Walker O. C. and Lurneche, Jean. Chide (2000), *Manajemen Pemasaran ; Suatu pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Chusk Williams (2001), *Manajemen Pemasaran*, Selemba Empat, Jakarta.
- Dharmesta, Swastha Basu, Handoko Hani (2000), *Manajemen Pemasaran, Analisa perilaku Konsumen*, Edisi Pertama BPFE, Yogyakarta.
- Gaspersz, Vincent (2001), *Manajemen Bisnis Total*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gito Sudarmono, H Indriyo (2001). *Manajemen Strategi*, Jilid I Edisi Pertama BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Milenium, PT. Prebalindo, Jakarta.
- _____ (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid I, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Lamb. Hair. Mc. Donald, 1997. *Marketing Management*. Erlangga. Jakarta.
- Marius P. Angipora (2002), *Dasar-dasar Pemasaran*, PT. Raja Larafindo Persada. Jakarta.
- Radiosunu (1999), *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Analisis*, BPFE, Yogyakarta.
- Saladin Djashim, 1996. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju, Bandung.