

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA KERUPUK IKAN DUA PUTRI DAN KERUPUK IKAN SALWA DI SEBERANG KOTA JAMBI

Suci Ramdaniah¹, Titin Agustin Nengsih², Rohana³
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

1 suciramdaniah22@gmail.com, nengsih@uinjambi.ac.id, rohana071992@uinjambi.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat artikel:

Diterima: January 28, 2025
Diterima: February 01, 2025
Diterbitkan: February 03, 2025

Kata kunci:

*Across Jambi City*¹; *Sales*²; *Sharia Marketing Strategy*³;

ABSTRAK

Dua Putri Fish Crackers and Salwa Fish Crackers are MSMEs located in Dersa Pasir Panjang Seberang Jambi City, where this area is a well-known area for producing fish crackers. These two businesses have different marketing strategies which have an impact on the sales obtained. The aim of this research is to analyze the strategies, constraints and marketing efforts carried out by Dua Putri Fish Crackers and Salwa Fish Crackers in Seberang Jambi City in increasing sales. This type of research is deskriptif kualitatif. The data collection technique was carried out using interviews, observation and documentation. The data analysis method used is SWOT Analysis. The results of the research concluded that: (1) The marketing strategy carried out by Dua Putri Fish Crackers and Salwa Fish Crackers across Jambi City in increasing sales using SWOT analysis which includes Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats produce SO Strategy (Strength-Opportunities), ST Strategy (Strengths-Threats), WO Strategy (Weakness-Opportunities), and WT Strategy (Weakness-Threats); (2) The obstacles faced by Dua Putri Fish Crackers and Salwa Fish Crackers in Seberang Jambi City in increasing sales are tight competition, changes in consumer demand, distribution limitations, access to marketing networks, and digital marketing limitations; and (3) Efforts made by Dua Putri Fish Crackers and Salwa Fish Crackers in Seberang Jambi City to overcome the obstacles faced in increasing sales are improving product quality, updating packaging and launching new flavor variants, marketing via social media, participation in bazaars, exhibitions, and special packages for events, and collaboration with local distributors.

PENDAHULUAN

Persaingan ketat yang melibatkan banyak pelaku usaha menuntut para pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan kondisi bisnis. Dalam menghadapi persaingan ini, menjalankan usaha memerlukan strategi yang baik untuk membantu pemilik usaha mengantisipasi dampak dari peristiwa tersebut dan mampu bersaing. Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut para pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang dalam situasi tersebut. Tingkat persaingan ini

memaksa setiap usaha untuk menghasilkan berbagai ide inovatif yang berbeda untuk mengalahkan persaingan, terutama untuk usaha yang beroperasi di industri yang sama.¹

Setiap pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan sistem pemasaran yang efektif, serta strategi khusus dalam upaya meningkatkan pasar konsumen yang ada. Dengan adanya strategi pemasaran ini, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan penjualannya, dimana perusahaan dapat dengan matang mengetahui seberapa besar pangsa pasar yang bisa diraih. Selain itu, perusahaan dan para pelaku usaha juga dapat mengetahui kebutuhan konsumen berdasarkan segmen yang ada.² Dalam menjalankan usaha kecil, penting untuk memahami bahwa dalam era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat dan dinamis. Pengusaha kecil harus memiliki kemampuan untuk terus berkembang dan beradaptasi agar dapat bersaing secara berkelanjutan dalam dunia bisnis yang berubah-ubah.³

Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting bagi keberhasilan usaha dan bidang pemasaran. Strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut.⁴ Peran utama strategi pemasaran adalah untuk mencapai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan komponen penting dari strategi yang tidak dapat diabaikan. Mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran adalah inti dari praktik pemasaran.⁵

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh yang berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk mencapai tujuan pemasaran. Salah satu tujuan strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan. Penjualan merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan usaha, karena penjualan akan mendatangkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan, semakin banyak keuntungan yang didapatkan.⁶

Para pelaku usaha memiliki tujuan yaitu mendapatkan laba tertentu (semaksimal mungkin), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan sebelumnya.⁷ Masalah keuangan dalam memperoleh penjualan merupakan salah satu permasalahan yang sering dihadapi di unit usaha perusahaan besar maupun usaha kecil.⁸

Islam telah memberi arahan bahwa dalam pemasaran segala aspek muamalah asal hukumnya itu boleh kecuali terdapat dalil yang mengharamkannya. Aspek pemasaran terpenting menurut prinsip syariah adalah melarang segala bentuk transaksi yang batil yang dapat menimbulkan dampak mudharat atau kerugian bagi orang lain seperti adanya riba,

¹ Musyawarah, I. & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 2.

² Ramadhana, A., Susilawari, P., & Wijayanti, I. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Syariah terhadap Peningkatan Penjualan Busana Muslim di Toko Cynthia Pasar Baru Kota Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 39.

³ Pratama, K.A., Titin Agustin Nengsih & Beid Fitrianova Andriani. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Kerupuk dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Jurnal ABDI DHARMA*, 3(2), 105.

⁴ Assauri, Sofjan. (2020). *Manajemenn Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Press. Hal. 168.

⁵ Syaifudin, Mandey, S. & Tumbuan, W. (2022). *Sejaah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Istana Agency. Hal. 59.

⁶ Fahma, R. & Sujinto, A. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Batik Liris Manis Tulungagung. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(8), 2002.

⁷ Aisandy, Y. & Satriawan, R. (2018). Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syaiah. *Jurnal Al-Intaj*, 4(1), 75.

⁸ Putri, I.P., Titin Agustin Nengsih & Mellya Embun Baining. (2023). Implementasi Manajemen Keuangan Syariah Pada Umkm Udang Ketak Di Kecamatan Nipah Panjang. *Jurnal Makesya*, 3(1), 21.

penipuan, gharar dan sebagainya. Didalam islam pun strategi pemasaran sangat dibenarkan dan diperlukan dengan tetap memperhatikan batasan-batasan maupun praktik yang dilarang.⁹

Pemasaran syariah dapat diartikan sebagai sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada pihak-pihak yang berkepentingan, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.¹⁰ seperti dalam fiman Allah SWT berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: *Orang-orang yang memakan (betransaksi dengan) riba tidak dapat bedii, kecuali seperti orang yang bedii sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah dipeolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (teseah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), meeka itulah penghuni neaka. Meeka kekal di dalamnya (Al-Baqarah [2]:275).*

Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Pasir Panjang Seberang Kota Jambi. Desa Pasir Panjang Seberang Kota Jambi merupakan daerah yang terkenal dalam penghasil kerupuk ikan. Olahan kerupuk ikan khas Pasir Panjang merupakan salah satu industri rumahan yang masih terus bertahan dan diminati banyak masyarakat sekitar maupun daerah lain. UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri menghasilkan berbagai olahan ikan seperti kerupuk panggang, kerupuk ikan bulat, kerupuk ikan selampit, dan kerupuk ikan kipas. Berikut ini merupakan data penjualan Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi:

Tabel 1.1
Data Perbandingan Antara Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa

No	Bulan	Nama Umkm	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	Januari	Kerupuk Ikan Dua Putri	Rp. 5.603.000
		Kerupuk Ikan Salwa	Rp. 1.610.000
2	Februari	Kerupuk Ikan Dua Putri	Rp. 6.275.000
		Kerupuk Ikan Salwa	Rp. 2.055.000
3	Maret	Kerupuk Ikan Dua Putri	Rp. 8.163.000
		Kerupuk Ikan Salwa	Rp. 1.105.000
4	April	Kerupuk Ikan Dua Putri	Rp. 7.235.000

⁹ Puspita, Hifi. (2023). Penerapan Analisis SWOT dalam menentukan Strategi Pemasaran Syariah Produk Butik Maura Pacet Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Syaiah*, 3(2), 2.

¹⁰ Albanjai, Fatkhur Rohman. (2022). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Ud. Sai Murni / Jenang Tradisional Lasimun Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung). *Journal of Islamic Banking and Sharia Economy*, 2(2), 169.

		Kerupuk Ikan Salwa	Rp. 2.415.000
--	--	--------------------	---------------

Sumber: Perbandingan Data Penjualan

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa perbandingan jumlah pendapatan antara Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa mengalami fluktuasi. Yang mana pada Kerupuk Ikan Dua Putri mendapatkan pendapatan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kerupuk Ikan Salwa. Dengan demikian, kedua usaha tersebut memiliki strategi pemasaran yang berbeda sehingga memiliki pendapatan yang berbeda. Strategi yang digunakan oleh pelaku usaha dapat berdampak pada penjualan yang diperoleh.

Berdasarkan wawancara awal dengan kedua pelaku usaha, strategi pemasaran yang diterapkan cukup berbeda. Pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri menerapkan strategi pemasaran melalui jaringan online (marketplace) dan offline, di mana konsumen dapat membeli langsung di tempat produksi. Strategi ini terbukti meningkatkan penjualan pada bulan Maret. Namun, meski demikian, pendapatan tetap menurun pada bulan April, terutama menjelang dan setelah Lebaran, karena banyaknya penjual kerupuk musiman yang bermunculan.

Selanjutnya, hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa, pemilik telah melakukan strategi umum saja seperti strategi pemasaran *mouth to mouth*. Hal ini tentu belum cukup menjangkau konsumen secara luas, dikarenakan pemilik tidak melakukan promosi rutin secara *online*. Seperti halnya pada Bulan Maret dimana pendapatan Kerupuk Ikan Salwa menurun sebab hanya mengandalkan pelanggan tetap saja. Sehingga, pada Bulan Maret atau menyambut Bulan Puasa dapat meningkatkan pendapatan, namun Kerupuk Ikan Salwa mengalami penurunan pendapatan.

Dari permasalahan yang telah diuraikan memunculkan gagasan bahwa diperlukan adanya strategi yang tepat dalam memasarkan produk guna meningkatkan penjualan. Melakukan berbagai upaya dalam menjalani suatu urusan, terlebih dalam pemenuhan kebutuhan, merupakan bentuk ikhtiar sebagai manusia. Namun sangat perlu adanya kehati-hatian bagi manusia, khususnya umat muslim dalam mengupayakannya agar hasilnya tetap terjaga kehalalan dan keberkahannya.¹¹ Saat penjualan menurun kebanyakan para pelaku usaha hanya berdiam diri dan hanya menunggu konsumen yang datang, tidak adanya inisiatif untuk menganalisis penyebab menurunnya penjualan atau mencoba strategi baru yang lebih baik lagi.¹²

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang dapatkan mengenai objek yang diteliti bahwa alasan memilih objek pada Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Salwa adalah penulis ingin mengetahui serta menganalisis lebih dalam apakah startegi pemasaran yang di lakukan oleh pelaku usaha Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Salwa yang telah bertahan hingga saat ini di samping banyaknya pesaing lainnya yang mulai bermunculan. Dengan demikian, maka penulis tertarik untuk mengetahui strategi pemasaran Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Salwa di Seberang Kota Jambi dengan judul penelitian yaitu: **“Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penjualan pada Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi”**

¹¹ Hamim, Khairul. 2022. *Hata dalam Islam: Peolehan, Kepemilikan, dan Penggunaannya*. Lombok: CV Alfa Press Creative. hal. 4

¹² Suryani, L., Titin Agustin Nengsih & Nurlia Fufita. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Modal Usaha Terhadap Perkembangan Gerai UMKM Di Desa Purwodadi Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *JRIME: Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 112.

METODE

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh pelaku usaha Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang bernuansa dan menyeluruh mengenai strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan produk tersebut. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pasir Panjang, Seberang Kota Jambi, pada bulan Maret 2024. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat kegiatan usaha dari pelaku usaha Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa.

Objek penelitian yang menjadi fokus Strategi pemasaran syariah ini dianalisis untuk melihat sejauh mana efektivitasnya dalam mendukung pertumbuhan usaha. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, yaitu Data kualitatif yang dikumpulkan berasal dari wawancara dengan para informan terkait strategi pemasaran syariah yang mereka terapkan.¹³ Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pelaku usaha melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan, sementara data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen pendukung, seperti laporan, buku, jurnal, serta sumber lain yang relevan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi: Teknik observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi nyata di lapangan, seperti proses produksi dan pemasaran kerupuk ikan.¹⁴ Selain itu, dokumentasi dilakukan untuk merekam berbagai informasi penting dalam bentuk foto, rekaman wawancara, dan catatan lainnya yang mendukung penelitian. Kombinasi ketiga teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dan akurat. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku usaha.

Keabsahan data dalam penelitian ini diperiksa melalui metode triangulasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan memeriksa data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi.¹⁵ Triangulasi waktu dilakukan melalui pemeriksaan data secara berulang selama proses pengumpulan dan analisis data hingga tidak ada lagi perbedaan atau inkonsistensi dalam data yang diperoleh. Metode ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui analisis yang mendalam, diharapkan dapat terungkap faktor-faktor kunci yang berkontribusi pada keberhasilan pemasaran produk kerupuk ikan di kawasan ini.

1. Strategi Pemasaran yang Dirlakukan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam Meningkatkan Penjualan

¹³ Andri, W., Titin Agustin Nengsih & Neneng Sudharyati. (2023). Analisis Keberadaan Umkm di Bidang Kuliner Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3), 288.

¹⁴ Nengsih, T.A, Fani Kurniawan & Ahmad Syukron Prasaja. (2021). Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 21.

¹⁵ Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa*. Jakarta: CV Alfabeta.

Strategi ini mencakup analisis pasar, segmentasi konsumen, penentuan posisi produk, dan pemilihan saluran distribusi yang tepat. Dalam hal ini, yang dikaji merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri terkait strategi pemasaran produk yang dilakukan.

*Strategi pemasaran kami berfokus pada promosi dari mulut ke mulut, kerjasama dengan toko-toko lokal, serta menghadiri pameran atau bazar UMKM di sekitar Jambi. Selain itu, kami mulai memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Kami juga sering memberikan diskon dan promosi khusus untuk menarik konsumen baru.*¹⁶

Sedangkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait strategi pemasaran produk yang dilakukan adalah berikut. *Strategi pemasaran kami meliputi penjualan langsung di toko kami, serta pemasaran online melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Kami juga bekerja sama dengan toko kelontong dan agen-agen lokal di Jambi.*¹⁷

Kerupuk Ikan Dua Putri memanfaatkan promosi dari mulut ke mulut, pameran UMKM, dan media sosial, serta sering memberikan diskon untuk menarik konsumen baru. Sementara Kerupuk Ikan Salwa mengandalkan penjualan langsung di toko dan pemasaran online melalui Facebook dan WhatsApp, serta bekerja sama dengan toko kelontong dan agen lokal di Jambi. Kedua usaha ini menggunakan kombinasi promosi tradisional dan digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Harga merupakan salah satu unsur penting dalam usaha. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri terkait penentuan harga produk yang dijual. *Penentuan harga produk kami didasarkan pada harga bahan baku, biaya produksi, serta harga pasar yang berlaku di sekitar Seberang Kota Jambi. Jika terjadi kenaikan harga bahan baku, kami biasanya menyesuaikan harga produk dengan kenaikan tersebut. Namun, kami juga berusaha untuk tidak langsung menaikkan harga secara drastis. Alternatif lain, kami mencari pemasok bahan baku yang menawarkan harga lebih kompetitif, atau menyesuaikan ukuran produk agar tetap bisa menjangkau konsumen.*¹⁸

Sedangkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait penentuan harga produk yang dijual adalah berikut. *Kami menentukan harga produk berdasarkan harga bahan baku, biaya produksi, dan mempertimbangkan daya beli konsumen. Kami juga memantau harga pasar agar tetap kompetitif, tanpa mengorbankan kualitas produk. Jika harga bahan baku naik, kami akan meninjau ulang biaya produksi dan mencari alternatif bahan baku yang lebih terjangkau namun tetap berkualitas. Kami juga berusaha mengurangi biaya operasional agar kenaikan harga produk tidak terlalu membebani konsumen.*¹⁹

Dari hasil wawancara dengan pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa, kedua usaha menentukan harga produk berdasarkan harga bahan baku, biaya produksi, dan daya beli konsumen. Keduanya menjaga harga tetap terjangkau tanpa mengorbankan kualitas, serta memantau harga pasar agar tetap kompetitif. Saat terjadi kenaikan harga bahan baku, mereka berusaha menyesuaikan harga produk secara bertahap, mencari pemasok dengan harga lebih kompetitif, atau menyesuaikan ukuran produk untuk menjaga keseimbangan antara biaya produksi dan kepuasan konsumen.

Promosi dalam strategi pemasaran adalah upaya komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada konsumen, meningkatkan kesadaran

¹⁶ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

¹⁷ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

¹⁸ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

¹⁹ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

merek, dan mendorong penjualan. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri terkait promosi yang dilakukan.

*Kami memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp untuk promosi. Selain itu, kami juga memberikan tester gratis di beberapa acara lokal atau bazar UMKM. Kami menggunakan strategi diskon pada momen-momen tertentu. Promosi dan diskon yang kami tawarkan kepada konsumen memang cukup efektif dalam meningkatkan minat beli. Kami sering melihat peningkatan penjualan selama periode promosi, dan banyak konsumen yang kembali membeli produk kami setelah mendapatkan pengalaman yang positif. Selain itu, kami juga mengadakan promosi pada saat ulang tahun usaha kami sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan setia.*²⁰

Sedangkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait promosi yang dilakukan adalah berikut. *Kami melakukan promosi melalui media sosial dan memberikan diskon khusus pada momen tertentu, seperti hari raya atau acara promosi. Selain itu, kami sering memberikan bonus atau potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar. Ya, promosi dan diskon sangat efektif menarik minat konsumen. Kami biasanya memberikan promosi dan diskon pada hari-hari besar, seperti Idul Fitri, atau saat ada event lokal seperti pameran UMKM. Diskon juga kami berikan pada akhir bulan atau saat ada pembelian dengan jumlah tertentu.*²¹

Pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa menggunakan strategi promosi melalui media sosial (Facebook dan WhatsApp), diskon, serta tester gratis di acara lokal atau bazar UMKM. Diskon ditawarkan pada momen khusus seperti hari raya, perayaan lokal, atau event seperti ulang tahun usaha dan pameran UMKM. Strategi ini dinilai efektif untuk menarik konsumen baru dan meningkatkan penjualan.

Lokasi juga menjadi faktor yang penting dalam melakukan strategi pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri terkait lokasi yang dimiliki. *Lokasi usaha kami di Seberang Kota Jambi cukup strategis, karena dekat dengan pusat kota dan daerah ini dikenal sebagai sentra penghasil kerupuk ikan. Aksesibilitas yang baik membuat konsumen mudah menemukan produk kami, dan kami mendapatkan banyak pelanggan dari daerah sekitar. Selain memasarkan produk di rumah, kami juga memanfaatkan pemasaran online melalui media sosial. Dengan menggunakan media online, kami berhasil menjangkau konsumen dari luar daerah yang tertarik dengan produk kerupuk ikan khas Pasir Panjang.*²²

Sedangkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait lokasi yang dimiliki adalah berikut. *Lokasi kami di Seberang Kota Jambi cukup strategis karena dekat dengan pemukiman padat penduduk dan pasar tradisional. Hal ini memudahkan konsumen untuk datang langsung ke tempat kami. Namun, kami juga memanfaatkan pemasaran online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain pemasaran secara langsung di rumah produksi, kami juga menggunakan media online untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kami aktif berpromosi melalui media sosial untuk mempermudah konsumen memesan produk kami secara online.*²³

Hasil wawancara menunjukkan bahwa lokasi strategis di Seberang Kota Jambi memudahkan akses konsumen. Selain penjualan langsung, pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri

²⁰ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

²¹ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

²² Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

²³ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

dan Salwa memanfaatkan media sosial untuk pemasaran online, sehingga berhasil menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pasar.

Kualitas produk dapat menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri berikut.

*Ya, kualitas produk sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik, terutama dalam hal rasa, tekstur, dan kebersihan. Jika konsumen merasa puas dengan kualitas produk kami, mereka akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Kualitas yang konsisten juga membangun kepercayaan, yang sangat penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen.*²⁴

Sedangkan pendapat pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait kualitas produk adalah berikut. *Ya, kualitas produk sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas baik, terutama untuk produk makanan seperti kerupuk ikan, di mana rasa, tekstur, dan kesegaran bahan baku menjadi faktor utama. Ketika produk kami konsisten dalam kualitas, konsumen merasa puas dan lebih mungkin melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan produk kepada orang lain.*²⁵

Dalam hal ini, kualitas produk harus tetap dijaga agar dapat mempertahankan minat konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri berikut.

*Kami sangat selektif dalam memilih bahan baku, terutama ikan yang menjadi bahan utama produk kami. Kami bekerja sama dengan pemasok ikan lokal yang sudah terpercaya untuk memastikan ikan yang kami gunakan selalu segar dan berkualitas tinggi. Selain itu, setiap tahap produksi, mulai dari pengolahan hingga pengemasan, dilakukan dengan standar kebersihan yang ketat. Kami juga rutin melakukan pengecekan dan kontrol kualitas di setiap tahap produksi untuk memastikan bahwa produk yang sampai ke tangan konsumen tetap memiliki rasa dan kualitas yang baik.*²⁶

Sedangkan pendapat pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait cara untuk menjaga kualitas produk adalah berikut. *Kami selalu memilih ikan segar langsung dari pemasok terpercaya, yang memastikan bahan baku berkualitas tinggi. Setiap tahap proses produksi, mulai dari pembersihan hingga pengolahan, dilakukan dengan standar higienis. Kami juga melakukan pengecekan rutin terhadap bahan baku dan produk jadi untuk memastikan tidak ada penurunan kualitas, serta menjaga konsistensi rasa dan tekstur kerupuk.*²⁷

Hasil wawancara dengan pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Salwa menunjukkan bahwa kualitas produk, terutama rasa, tekstur, dan kebersihan, sangat memengaruhi minat beli konsumen. Mereka bekerja sama dengan pemasok ikan lokal terpercaya, menerapkan standar kebersihan ketat, serta rutin melakukan kontrol kualitas untuk menjaga konsistensi dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Kendala yang Dihadapi oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam Meningkatkan Penjualan

Terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri terkait kendala utama yang dihadapi dalam

²⁴ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

²⁵ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

²⁶ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

²⁷ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

meningkatkan penjualan produk di pasaran, terutama terkait dengan persaingan dan perubahan permintaan konsumen yaitu sebagai berikut.

*Pasar kerupuk ikan di Jambi sangat kompetitif, sehingga kami harus menjaga kualitas, memperbarui strategi pemasaran, dan berinovasi dengan varian produk untuk menyesuaikan selera konsumen yang terus berubah.*²⁸

Sedangkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait kendala utama yang dihadapi adalah berikut.

*Kendala utama yang kami hadapi adalah persaingan yang semakin ketat dari produsen kerupuk lainnya, baik dari lokal maupun dari luar daerah. Selain itu, perubahan permintaan konsumen yang cepat, seperti tren makanan sehat, juga menjadi tantangan. Kami harus terus beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi selera konsumen yang berubah-ubah. Memahami tren pasar dan preferensi konsumen adalah kunci untuk mempertahankan daya saing.*²⁹

Hasil wawancara dengan pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Salwa menunjukkan bahwa kendala utama usaha mereka adalah persaingan ketat di pasar kerupuk ikan Jambi, baik lokal maupun luar daerah. Mereka harus menjaga kualitas, memperbarui strategi pemasaran, dan berinovasi dalam varian produk untuk menghadapi tren makanan sehat dan perubahan selera konsumen.

Dalam hal distribusi dan akses pasar mempengaruhi kemampuan usaha dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Seperti yang dijelaskan oleh kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri berikut. *Distribusi menjadi salah satu tantangan, terutama untuk menjangkau konsumen di luar Jambi. Kami masih terbatas dalam hal sarana distribusi yang dapat mengirimkan produk kami ke pasar yang lebih luas dengan biaya yang efisien. Selain itu, akses ke jaringan pemasaran yang lebih besar, seperti toko ritel besar atau supermarket, juga membutuhkan upaya ekstra dan modal yang lebih besar. Hal ini sedikit membatasi pertumbuhan usaha kami, meskipun permintaan dari luar daerah cukup tinggi.*³⁰

Sedangkan pendapat pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait tantangan dalam hal distribusi dan akses pasar adalah berikut.

*Tantangan distribusi sering kali terkait dengan logistik dan biaya pengiriman. Beberapa daerah yang sulit dijangkau menambah biaya dan waktu pengiriman, yang bisa membuat produk kami kurang kompetitif. Kami juga perlu menjalin kemitraan dengan distributor lokal yang memiliki jaringan yang baik untuk menjangkau konsumen lebih luas. Tanpa akses pasar yang baik, kami akan kesulitan untuk meningkatkan volume penjualan dan mendapatkan pelanggan baru.*³¹

Wawancara dengan pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Salwa mengungkapkan bahwa distribusi adalah tantangan utama, terutama untuk menjangkau konsumen di luar Jambi. Kendala utamanya meliputi sarana distribusi yang terbatas, biaya pengiriman tinggi, dan akses terbatas ke toko ritel serta supermarket. Mereka membutuhkan kemitraan dengan distributor lokal untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan meskipun permintaan dari luar daerah cukup tinggi.

Selain itu, terdapat pula kesulitan terkait pemasaran digital atau promosi yang dihadapi. Seperti yang dijelaskan oleh kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri berikut.

Ya, kami menghadapi beberapa kesulitan dalam memanfaatkan pemasaran digital. Persaingan di platform online cukup tinggi, sehingga sulit untuk menonjol tanpa investasi yang

²⁸ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

²⁹ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

³⁰ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

³¹ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

*signifikan dalam iklan. Dampaknya, meskipun penjualan secara online mulai berjalan, kontribusinya terhadap peningkatan penjualan masih belum optimal.*³²

Sedangkan pendapat pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait tantangan dalam hal distribusi dan akses pasar adalah berikut.

*Kami menghadapi beberapa kesulitan dalam pemasaran digital, seperti kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran online yang efektif dan keterbatasan anggaran untuk iklan digital. Hal ini dapat mempengaruhi jangkauan promosi kami di media sosial.*³³

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa menghadapi tantangan dalam pemasaran digital. Meskipun menggunakan media sosial, mereka kesulitan menguasai teknik yang efektif, terutama di tengah persaingan online. Keterbatasan anggaran iklan menghambat jangkauan promosi, sehingga penjualan online belum optimal. Mereka berupaya meningkatkan kemampuan digital marketing untuk menjangkau generasi muda dan audiens yang lebih luas.

3. Upaya yang Dilakukan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam Mengatasi Kendala yang Dihadapi dalam Meningkatkan Penjualan

Pelaku usaha Kerupuk Ikan Dua Putri dan Salwa mengatasi kendala penjualan dengan menjaga kualitas produk serta berinovasi dalam menciptakan berbagai varian. Upaya ini mencerminkan komitmen mereka untuk beradaptasi dan meningkatkan daya saing di pasar. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, langkah-langkah tersebut juga bertujuan untuk menghadapi persaingan dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

*Untuk menghadapi persaingan, kami terus berfokus pada peningkatan kualitas produk dan memperluas variasi kerupuk ikan yang kami tawarkan. Selain itu, kami juga telah memperbarui kemasan agar lebih menarik dan sesuai dengan standar pasar modern. Dalam hal pemasaran, kami mulai memanfaatkan media sosial seperti Facebook untuk mempromosikan produk. Upaya ini membantu kami menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di pasaran.*³⁴

Sedangkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait upaya untuk mengatasi kendala adalah berikut.

*Kami telah melakukan beberapa langkah untuk mengatasi kendala persaingan. Pertama, kami meningkatkan kualitas produk dengan terus melakukan inovasi dalam resep dan variasi kerupuk, sehingga dapat menawarkan produk yang unik dan menarik. Selain itu, kami aktif mempromosikan produk melalui media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Kami juga ikut serta dalam bazar atau pameran makanan untuk meningkatkan visibilitas merek dan menjalin hubungan langsung dengan konsumen.*³⁵

Wawancara dengan pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Salwa mengungkapkan upaya mereka dalam meningkatkan kualitas produk melalui inovasi resep, variasi, dan kemasan modern. Dalam pemasaran, mereka memanfaatkan media sosial serta berpartisipasi dalam bazar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Kedua usaha juga terus berinovasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif guna menghadapi

³² Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

³³ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

³⁴ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

³⁵ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

perubahan permintaan dan kebutuhan konsumen, sebagaimana dijelaskan oleh pemilik usaha Kerupuk Ikan Dua Putri.

Kami terus berinovasi dengan meluncurkan varian rasa baru sesuai dengan tren dan selera konsumen. Selain itu, kami memperkenalkan paket khusus untuk acara-acara tertentu seperti hajatan atau acara keluarga, yang menjadi salah satu cara untuk memenuhi permintaan konsumen yang ingin produk dalam jumlah besar. Kami juga mulai memanfaatkan platform digital dan menawarkan layanan pesan antar, sehingga konsumen dapat memesan produk dengan lebih mudah. Inovasi ini membuat kami lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan kebutuhan konsumen.³⁶

Sedangkan pendapat pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait inovasi produk adalah berikut. *Untuk meningkatkan strategi pemasaran, kami melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami tren dan kebutuhan konsumen. Kami juga memanfaatkan feedback dari pelanggan untuk melakukan penyesuaian produk. Misalnya, kami memperkenalkan varian kerupuk yang lebih sehat dengan mengurangi bahan pengawet dan menawarkan kerupuk dengan rasa baru yang mengikuti tren. Selain itu, kami meningkatkan kehadiran digital dengan melakukan promosi di media sosial untuk mempromosikan produk kami.³⁷*

Pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa terus berinovasi dengan meluncurkan varian rasa baru, menyediakan paket khusus acara, memanfaatkan platform digital, dan layanan pesan antar. Mereka rutin melakukan riset pasar, menyesuaikan produk berdasarkan umpan balik pelanggan, serta menghadirkan varian lebih sehat dengan pengawet minim. Kolaborasi dengan distributor dan platform e-commerce juga dilakukan untuk mengatasi kendala distribusi dan memperluas pasar.

Ya, kami mulai bekerja sama dengan beberapa distributor lokal untuk memastikan produk kami dapat tersebar lebih luas, tidak hanya di Seberang Kota Jambi tetapi juga ke wilayah lain di Jambi. Kami pernah menjajaki kerjasama dengan platform e-commerce seperti Shopee agar konsumen dari luar daerah bisa memesan produk kami, namun sekarang tidak berjalan lancar.³⁸

Sedangkan pendapat pemilik usaha Kerupuk Ikan Salwa terkait kolaborasi dengan pihak lain adalah berikut.

Ya, kami telah menjalin kolaborasi dengan beberapa distributor lokal untuk memperluas jangkauan pasar kami. Dengan bekerja sama dengan distributor yang memiliki jaringan yang baik, kami dapat menjangkau lebih banyak toko dan konsumen. Kami belum dapat memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk secara online. Yang memang pada dasarnya dengan cara ini, kami bisa meningkatkan penjualan dan mempermudah konsumen untuk mengakses produk kami tanpa terbatas oleh lokasi fisik. Namun, memang belum bisa kami jalankan.³⁹

Pemilik Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa berusaha memperluas pasar melalui kerja sama dengan distributor lokal, agar produk mereka bisa tersebar di seluruh Jambi. Mereka juga telah mencoba bekerja sama dengan platform e-commerce seperti Shopee untuk menjangkau konsumen luar daerah, meskipun upaya tersebut belum berjalan lancar. Mereka menyadari pentingnya e-commerce untuk meningkatkan penjualan, namun saat ini masih menghadapi tantangan dalam implementasinya.

³⁶ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

³⁷ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

³⁸ Wawancara bersama Ibu Tarmi selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Dua Putri pada 04 Oktober 2024

³⁹ Wawancara bersama Ibu Salwa selaku Pemilik Usaha Kerupuk Ikan Salwa pada 05 Oktober 2024

Pembahasan

Bab ini akan membahas hasil penelitian mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam upaya meningkatkan penjualan.

1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam Meningkatkan Penjualan

a. Strengths (Kekuatan)

Strategi pemasaran Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi didukung oleh beberapa kekuatan utama. Diversifikasi produk dengan berbagai varian rasa dan kemasan menarik beragam segmen pasar. Pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial memperluas jangkauan konsumen, sementara kemitraan strategis dengan distributor memperkuat jaringan distribusi. Inovasi berkelanjutan, seperti peluncuran varian baru, menanggapi perubahan permintaan konsumen, sementara fokus pada kualitas produk memberikan daya tarik yang meningkatkan loyalitas pelanggan. Kekuatan-kekuatan ini membangun fondasi solid untuk strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan penjualan.

b. Weaknesses (Kelemahan)

Beberapa kelemahan dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam meningkatkan penjualan antara lain adalah keterbatasan pengetahuan tentang digital marketing, yang mengurangi efektivitas promosi karena kurangnya pemahaman tentang teknik dan alat pemasaran digital. Persaingan yang ketat baik dari produsen lokal maupun luar daerah juga menjadi tantangan besar, terutama jika produk tidak memiliki diferensiasi yang jelas. Selain itu, akses distribusi yang terbatas menghambat jangkauan pasar di luar daerah lokal, yang membatasi potensi pertumbuhan penjualan. Ketergantungan pada promosi dan diskon juga dapat menurunkan margin keuntungan serta membuat pelanggan terbiasa dengan harga diskon, mengurangi minat beli pada harga normal. Keterbatasan dalam infrastruktur pemasaran, seperti sistem manajemen inventaris yang belum optimal dan kurangnya akses ke platform e-commerce yang lebih luas, juga menghambat kemampuan usaha untuk melayani pelanggan secara efisien. Kelemahan-kelemahan ini perlu diperhatikan dan diatasi agar strategi pemasaran kedua usaha dapat lebih efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar.

c. Opportunities (Peluang)

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa peluang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi antara lain: pertama, pertumbuhan pasar e-commerce yang memungkinkan produk dipasarkan melalui platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak untuk menjangkau konsumen lebih luas. Kedua, tingginya permintaan terhadap makanan tradisional memberikan kesempatan untuk mempromosikan produk sebagai makanan sehat dan berkualitas. Ketiga, kemitraan dengan retail dan bisnis katering membuka saluran distribusi baru. Keempat, inovasi produk dengan varian baru atau kemasan menarik dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang lama. Terakhir, promosi melalui media sosial dapat memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan kesadaran merek. Peluang-peluang ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

d. Threats (Ancaman)

Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi menghadapi beberapa kendala dalam meningkatkannya, antara lain persaingan yang tinggi dengan produsen lain, keterbatasan anggaran pemasaran, serta kendala distribusi yang

menghambat jangkauan pasar. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang digital marketing juga mengurangi peluang pemasaran online, sementara fluktuasi permintaan konsumen membuat perencanaan produksi sulit dilakukan. Untuk mengatasi kendala ini, kedua usaha perlu mengidentifikasi dan mengelola tantangan tersebut dengan baik, serta memanfaatkan peluang pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek di pasar yang kompetitif.

Berdasarkan hasil penjelasan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa, maka dapat dibentuk analisis SWOT sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Berdasarkan hasil wawancara, berikut strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dapat diterapkan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi untuk meningkatkan penjualan: memanfaatkan kualitas produk sebagai daya tarik melalui promosi di media sosial dan e-commerce, membangun merek khas daerah Pasir Panjang untuk menarik konsumen lokal dan pecinta produk otentik, serta melakukan diversifikasi produk dengan varian baru yang inovatif. Selain itu, kedua usaha dapat memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan e-commerce dan meningkatkan keterampilan pemasaran digital melalui pelatihan. Dengan strategi ini, mereka dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan penjualan di pasar yang kompetitif.

b. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa strategi ST (*Strengths-Threats*) yang dapat diterapkan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi untuk menghadapi ancaman dan meningkatkan penjualan meliputi: memperkuat brand loyalty melalui program loyalitas pelanggan, menjaga kualitas produk dengan sistem kontrol kualitas yang ketat, mendiversifikasi saluran distribusi dengan menjalin kemitraan baru atau bekerja sama dengan platform e-commerce, memanfaatkan testimoni pelanggan dalam promosi, serta meningkatkan edukasi pasar melalui kampanye yang mendidik tentang keunggulan produk. Dengan strategi ini, kedua usaha dapat memanfaatkan kekuatan mereka untuk menghadapi persaingan dan memperkuat posisi di pasar.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Berdasarkan hasil wawancara, berikut adalah strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) yang dapat diterapkan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi untuk mengatasi kelemahan sekaligus memanfaatkan peluang dalam meningkatkan penjualan. Pertama, meningkatkan pemasaran digital melalui pelatihan atau kerja sama dengan ahli agar mampu menjangkau lebih banyak konsumen. Kedua, menjalin kemitraan strategis dengan toko lokal, pasar tradisional, atau platform e-commerce untuk memperluas jaringan distribusi. Ketiga, mengadakan pelatihan kualitas bagi karyawan guna meningkatkan proses produksi dan reputasi produk. Keempat, mengoptimalkan media sosial untuk promosi dengan membuat konten menarik dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Kelima, melakukan survei konsumen untuk memahami kebutuhan pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran. Dengan menerapkan strategi ini, kedua usaha dapat mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan memperkuat posisi di pasar.

d. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Berdasarkan hasil wawancara, berikut beberapa strategi WT (*Weaknesses-Threats*) yang dapat diterapkan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa untuk mengatasi kelemahan dan ancaman guna meningkatkan penjualan. Pertama, meningkatkan kualitas produk dengan kontrol ketat dan bahan baku lebih baik untuk menghadapi persaingan. Kedua, menerapkan strategi harga kompetitif dengan menekan biaya produksi tanpa mengorbankan

kualitas. Ketiga, menyediakan program pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan pelayanan, pengetahuan produk, dan pemasaran. Keempat, melakukan analisis pasar rutin untuk memahami tren dan ancaman, serta menyesuaikan strategi pemasaran. Terakhir, meningkatkan kesadaran merek melalui pameran, promosi komunitas, dan kampanye yang menonjolkan keunikan produk. Dengan strategi ini, kedua usaha dapat menghadapi tantangan eksternal dan memperkuat daya saing di pasar.

Analisis SWOT, dapat menguraikan faktor-faktor internal dan eksternal. Adapun matriks SWOT dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Matriks Analisis SWOT Penelitian

<p>Faktor-Faktor Internal/ <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i></p> <p>Faktor-Faktor Eksternal/ <i>Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)</i></p>	<p>Strength/Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi Produk 2. Pemasaran Digital 3. Kemitraan Strategis 4. Inovasi Berkelanjutan 5. Kualitas Produk 	<p>Weakness/Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan Pengetahuan Digital Marketing 2. Persaingan yang Ketat 3. Akses Distribusi Terbatas 4. Ketergantungan pada Promosi 5. Infrastruktur Pemasaran yang Belum Optimal
<p>Opportunities/Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan Pasar <i>E-commerce</i> 2. Tingginya Permintaan Produk Makanan Tradisional 3. Kemitraan dengan Retail dan Katering 4. Inovasi Produk 5. Promosi Melalui Media Sosial 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan Kualitas Produk sebagai Daya Tarik 2. Membangun Merek Khas Daerah 3. Diversifikasi Produk 4. Memanfaatkan <i>E-commerce</i> 5. Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Kualitas Pemasaran Digital 2. Pengembangan Kemitraan Strategis 3. Program Pelatihan Kualitas untuk Karyawan 4. Optimalisasi Media Sosial untuk Promosi 5. Survei Konsumen untuk Mengetahui Kebutuhan
<p>Threat/Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan Pasar <i>E-commerce</i> 2. Tingginya Permintaan Produk Makanan Tradisional 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat <i>Brand Loyalty</i> 2. Menjaga Kualitas Produk di Tengah Persaingan 3. Diversifikasi Saluran Distribusi 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Kualitas Produk untuk Menghadapi Persaingan 2. Implementasi Strategi Harga yang Kompetitif

3. Kemitraan dengan Retail dan Katering	4. Promosi Melalui Testimoni Pelanggan	3. Program Edukasi dan Pelatihan bagi Karyawan
4. Inovasi Produk	5. Peningkatan Edukasi Pasar	4. Analisis Pasar Secara Rutin
5. Promosi Melalui Media Sosial		5. Pengembangan <i>Brand Awareness</i>

Dalam hal ini, Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa telah melakukan berbagai strategi pemasaran. Dalam Islam, strategi pemasaran juga telah dijelaskan dalam Al-Qura'an sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ ۖ إِن تَكُونِ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa': 29)⁴⁰

Strategi pemasaran Islam dalam QS. An-Nisa' ayat 29 menekankan kejujuran, etika, dan transaksi sukarela yang saling menguntungkan. Ayat ini mendorong pelaku usaha untuk menerapkan transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial, sehingga tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga kesejahteraan masyarakat dan kepentingan bersama, menciptakan bisnis yang harmonis dan berkelanjutan.

2. Kendala yang Dihadapi oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam Meningkatkan Penjualan

Kendala dalam menjalankan usaha kerupuk ikan di Jambi meliputi persaingan ketat, perubahan permintaan konsumen, keterbatasan distribusi, akses ke jaringan pemasaran, dan keterbatasan pemasaran digital. Pasar yang kompetitif dengan banyaknya produsen, baik lokal maupun luar daerah, menuntut inovasi dalam mengikuti tren seperti makanan sehat. Keterbatasan distribusi dan tingginya biaya pengiriman membatasi jangkauan pasar di luar daerah. Selain itu, sulitnya menjalin kerja sama dengan jaringan pemasaran besar, seperti supermarket, karena kebutuhan modal dan standar tertentu, menjadi tantangan tersendiri. Meskipun media sosial mulai dimanfaatkan, kurangnya penguasaan teknik digital marketing menghambat efektivitas promosi. Semua kendala ini memerlukan strategi khusus untuk meningkatkan daya saing dan ekspansi pasar.

3. Upaya yang Dilakukan oleh Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi dalam Mengatasi Kendala yang Dihadapi dalam Meningkatkan Penjualan

⁴⁰ Kementerian Agama RI, Alquran dan terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015)

Pelaku usaha Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa berupaya mengatasi kendala peningkatan penjualan melalui berbagai strategi, seperti menjaga kualitas produk, inovasi, dan pemasaran. Mereka meningkatkan kualitas dengan mengembangkan resep dan varian baru sesuai tren serta selera konsumen, memperbarui desain kemasan agar lebih menarik, dan meluncurkan rasa baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Promosi juga dilakukan melalui media sosial seperti Facebook untuk menjangkau audiens lebih luas secara efektif. Selain itu, mereka berpartisipasi dalam bazar, menawarkan paket khusus untuk acara, serta menjalin kerja sama dengan distributor lokal untuk memperluas distribusi dan jangkauan pasar. Strategi ini bertujuan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran Kerupuk Ikan Dua Putri dan Kerupuk Ikan Salwa di Seberang Kota Jambi menggunakan analisis SWOT. Kekuatan mereka meliputi diversifikasi produk, pemasaran digital, kemitraan strategis, inovasi, dan kualitas produk. Kelemahan yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan digital marketing, persaingan ketat, distribusi terbatas, dan infrastruktur pemasaran yang kurang optimal. Peluang yang ada antara lain pertumbuhan pasar e-commerce, tingginya permintaan makanan tradisional, serta kemitraan dengan retail dan catering. Ancaman yang dihadapi adalah persaingan tinggi, keterbatasan sumber daya pemasaran, kendala distribusi, dan kurangnya keterampilan digital marketing.

Strategi yang diterapkan adalah SO (Strength-Opportunities), dengan memanfaatkan kualitas produk, e-commerce, dan pelatihan digital marketing; ST (Strength-Threats) untuk memperkuat brand loyalty dan distribusi; WO (Weakness-Opportunities) untuk meningkatkan pemasaran digital dan kemitraan strategis; serta WT (Weakness-Threats) dengan fokus pada peningkatan kualitas produk, harga kompetitif, dan edukasi pasar. Kendala utama yang dihadapi adalah persaingan ketat, perubahan permintaan konsumen, dan keterbatasan distribusi serta pemasaran digital. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut antara lain peningkatan kualitas produk, pembaharuan kemasan, pemasaran media sosial, serta kerja sama dengan distributor lokal.

REFERENSI

- Albanjarir, Fatkhur Rohman. (2022). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Ud. Sarir Murnir / Jernang Tradisional Lasirum Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung). *Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 2(2).
- Al-Quran Terjemahan. Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus Sunnah. 2015.
- Andri, W., Titin Agustin Nengsih & Neneng Sudharyati. (2023). Analisis Keberadaan Umkm di Bidang Kuliner Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3), 288.
- Assaurir, Sofjan. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Prerss. Hal. 168.
- Fahma, R. & Sujirnto, A. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Batik Liris Manis Tulungagung. *Jurnal Cakrawala Irlmirah*, 1(8).
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa*. Jakarta: CV Alfabeta.

Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kerupuk Ikan Dua Putridan Kerupuk Ikan Salwa Di Seberang Kota Jambi (Suci Ramdaniah, Titin Agustin Nengsih, Rohana)

- Musyawah, Ir. & Irdyantir, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Irbu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Irlmirah Irlmu Manajernern*, 1(1), 2.
- Nengsih, T.A, Fani Kurniawan & Ahmad Syukron Prasaja. (2021). Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 21.
- Pratama, K.A., Titin Agustin Nengsih &, Beid Fitrianova Andriani. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Kerupuk dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Jurnal ABDI DHARMA*, 3(2).
- Puspirta, Hirfir. (2023). Penerapan Analisis SWOT dalam menentukan Strategi Pemasaran Syariah Produk Butir Maura Pacert Mojokerto. *Jurnal Erkonomir Syarirah*, 3(2).
- Putri, I.P., Titin Agustin Nengsih & Melly Embun Baining. (2023). Implementasi Manajemen Keuangan Syariah Pada Umkm Udang Ketak Di Kecamatan Nipah Panjang. *Jurnal Makesya*, 3(1).
- Ramadhana, A., Susirlawarir, P., & Wirjayantir, Ir. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Syariah terhadap Peningkatan Penjualan Busana Muslim di Toko Cynthia Pasar Baru Kota Bandung. *Prosirdirng Hukum Erkonomir Syarirah*, 6(2).
- Suryani, L., Titin Agustin Nengsih & Nurlia Fusfita. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Modal Usaha Terhadap Perkembangan Gerai UMKM Di Desa Purwodadi Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *JRIME: Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1).
- Syarirfudirn, Mandery, S. & Tumbuan, W. (2022). *Serjarah Pemasaran & Strategir Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Irtana Agency.