



## Strategi Pemasaran Digital Budidaya Ikan

Anggi Ramadan Kurniawan<sup>1</sup>, Ragil Timur<sup>2</sup>, Muhammad Naufal Miftahul Hakim<sup>3</sup>, Tata Sutabri<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Fakultas Sains Teknologi, Universitas Bina Darma

Email: [anggiramadankurniawan2005@gmail.com](mailto:anggiramadankurniawan2005@gmail.com)<sup>1</sup>, [timurragil7@gmail.com](mailto:timurragil7@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[muhammadnaufal625@gmail.com](mailto:muhammadnaufal625@gmail.com)<sup>3</sup>, [tatasutabri@gmail.com](mailto:tatasutabri@gmail.com)<sup>4</sup>

Korespondensi penulis: [anggiramadankurniawan2005@gmail.com](mailto:anggiramadankurniawan2005@gmail.com)

**Abstract:** *In the current digital era, traditional marketing has transformed into digital marketing. One sector that can take advantage of this change is the fish farming sector, especially catfish. This article outlines various digital marketing strategies that can be implemented to increase sales and brand awareness of catfish farming. Catfish farming has become one of the fastest-growing fishing industries, and with the development of digital technology, online marketing has become an important strategy to achieve success in the catfish farming business. This article presents a journal about digital marketing strategies in catfish farming, which includes research, experience, and guidance for utilizing digital platforms to increase the success of the catfish farming business*

**Keyword:** Strategy, Digital Marketing, Fish Farming

**Abstrak:** Di era digital saat ini, pemasaran tradisional telah bertransformasi menjadi pemasaran digital. Salah satu sektor yang dapat memanfaatkan perubahan ini adalah sektor budidaya ikan, khususnya ikan lele. Artikel ini menguraikan berbagai strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek dari budidaya ikan lele. Budidaya ikan lele telah menjadi salah satu industri perikanan yang berkembang pesat, dan dengan berkembangnya teknologi digital, pemasaran online telah menjadi strategi yang penting untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis budidaya ikan lele. Artikel ini menyajikan sebuah jurnal tentang strategi pemasaran digital dalam budidaya ikan lele, yang mencakup penelitian, pengalaman, dan panduan untuk memanfaatkan platform digital guna meningkatkan keberhasilan bisnis budidaya ikan lele.

**Kata Kunci:** Strategi, Pemasaran Digital, Budidaya Ikan

### PENDAHULUAN

Dunia pemasaran mengalami evolusi yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan kecenderungan konsumen yang terus berubah. Pemasaran digital, yang melibatkan penggunaan platform dan media elektronik untuk mencapai konsumen, kini telah menjadi salah satu pendekatan yang paling efektif dalam dunia bisnis. Budidaya ikan lele sebagai salah satu sektor dalam industri perikanan, tentunya juga perlu mengadopsi pendekatan ini untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Ikan lele telah lama dikenal sebagai salah satu jenis ikan yang memiliki potensi ekonomi tinggi di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Dengan rasa yang lezat dan harganya yang terjangkau, ikan lele menjadi salah satu makanan favorit banyak orang. Namun, dengan semakin banyaknya pelaku usaha dalam bidang budidaya ikan lele, persaingan menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan hati konsumen.

Strategi pemasaran digital memberikan kesempatan bagi pelaku usaha budidaya ikan lele untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Dengan

---

Received Oktober 30, 2023; Revised November 10, 2023; Accepted Desember 01, 2023

\* Anggi Ramadan Kurniawan, [anggiramadankurniawan2005@gmail.com](mailto:anggiramadankurniawan2005@gmail.com)

pemanfaatan platform digital seperti media sosial, website, aplikasi, dan lain-lain, informasi mengenai produk dapat disebar dengan cepat dan luas. Selain itu, interaksi langsung dengan konsumen melalui platform digital memungkinkan pelaku usaha untuk mendapatkan feedback secara real-time,

sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Pemasaran digital, berbeda dengan metode tradisional, menawarkan peluang yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih murah. Keberadaan media sosial, mesin pencari, email, dan platform lainnya memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan tepat sasaran. Selain itu, kemampuan untuk mengukur hasil dari setiap kampanye pemasaran dengan akurat juga menjadi kelebihan dari pemasaran digital. Dalam konteks budidaya ikan lele, pemasaran digital bisa menjadi kunci sukses untuk meningkatkan penjualan dan membangun reputasi brand. Dengan menerapkan strategi yang tepat, pelaku usaha dapat menjangkau segmen pasar yang spesifik, membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran digital untuk budidaya ikan lele harus dibuat dengan pendekatan yang holistik. Hal ini berarti melibatkan semua aspek dari bisnis, mulai dari produksi, distribusi, hingga promosi. Teknologi informasi, analisis data, serta kreativitas menjadi kunci dalam pembuatan strategi ini.

Sebagai contoh, pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya dengan cara yang menarik. Dengan konten yang edukatif dan informatif, konsumen dapat memahami keunggulan dari ikan lele yang dihasilkan, teknik budidaya yang ramah lingkungan, serta manfaat kesehatannya. Selain itu, pemasaran melalui mesin pencari, seperti Google AdWords, dapat meningkatkan visibilitas produk di pasar digital.

Namun, membangun strategi pemasaran digital bukanlah hal yang mudah. Pelaku usaha harus memahami karakteristik konsumen, kompetisi di pasar, serta tren dan perkembangan teknologi. Selain itu, pemahaman tentang budidaya ikan lele itu sendiri, seperti teknik budidaya, manajemen kualitas, dan inovasi produk juga sangat penting.

Namun, penerapan strategi pemasaran digital tidaklah semudah yang dibayangkan. Diperlukan pemahaman mendalam mengenai karakteristik konsumen, pemilihan platform yang tepat, serta teknik-teknik promosi yang efektif. Oleh karena itu, melalui tulisan ini, kita akan membahas lebih lanjut mengenai strategi pemasaran digital dalam budidaya ikan lele, dengan harapan dapat memberikan wawasan dan inspirasi bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan mereka.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jenis sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya hingga tahap implementasinya. Selain itu, Penelitian deskriptif kualitatif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh petani ikan lele menggunakan teknik pengumpulan data dan studi Pustaka berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Studi ini didasarkan pada survei lapangan, wawancara dengan petani ikan lele, dan penelitian literatur yang relevan. Kami mengidentifikasi beberapa strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan dalam budidaya ikan lele:

1. **Survei Online:** Menggunakan kuesioner online untuk menggali informasi dari pelaku usaha budidaya ikan lele atau konsumen tentang bagaimana mereka menerima informasi digital, keefektifan iklan online, dan preferensi mereka.
2. **Analisis Konten:** Menganalisis konten yang ada di media sosial, website, dan platform lain untuk mengetahui bagaimana budidaya ikan lele dipromosikan saat ini.
3. **Studi Kasus:** Melakukan penelitian mendalam tentang beberapa kasus sukses pemasaran digital dalam industri budidaya ikan lele.
4. **Wawancara Mendalam:** Melakukan wawancara dengan pelaku industri, ahli pemasaran, atau konsumen untuk mendapatkan insight lebih mendalam tentang strategi pemasaran yang efektif.

### Strategi pemasaran digital

1. **Website dan Blog Berkualitas:** Langkah pertama dalam strategi pemasaran digital adalah memiliki website resmi yang menampilkan informasi lengkap tentang budidaya ikan lele. Selain itu, blog yang berfokus pada topik terkait seperti teknik pemeliharaan, resep masakan, dan manfaat ikan lele bagi kesehatan juga dapat menarik perhatian pembaca.
2. **Sosial Media Marketing:** Media sosial adalah platform yang sangat efektif untuk berinteraksi dengan calon pelanggan. Bisnis budidaya ikan lele dapat memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk mempromosikan produk

mereka, berbagi foto dan video kegiatan budidaya, serta berkomunikasi dengan pelanggan.

3. SEO (Search Engine Optimization): Memastikan bahwa website dan blog teroptimasi untuk mesin pencari adalah kunci dalam strategi pemasaran digital. Ini akan membantu bisnis muncul di hasil pencarian Google ketika orang mencari informasi tentang budidaya ikan lele.
  4. Email Marketing: Membangun daftar email pelanggan adalah strategi pemasaran yang kuat. Dengan mengirimkan newsletter berkala yang berisi informasi berguna dan penawaran khusus, bisnis dapat menjaga hubungan yang kuat dengan pelanggan mereka.
  5. Aplikasi Mobile: Membuat aplikasi mobile khusus untuk bisnis budidaya ikan lele dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi, memesan produk, atau bahkan menghubungi bisnis. Aplikasi ini juga dapat memberikan pengalaman yang lebih pribadi dan mudah digunakan.
  6. Video Marketing: Video memiliki daya tarik besar. Membuat video tutorial tentang budidaya ikan lele, atau mengunggah video dari proses produksi dan pemeliharaan, dapat memperluas jangkauan bisnis Anda.
  7. Kolaborasi dengan Influencer: Bekerja sama dengan influencer atau tokoh terkemuka dalam industri perikanan dapat membantu menciptakan kepercayaan dan menarik perhatian lebih banyak calon pelanggan.
  8. Program Kemitraan: Membangun program kemitraan dengan restoran, pasar, atau pengecer lokal dapat membantu dalam memperluas jangkauan bisnis budidaya ikan lele Anda.
  9. Analisis Data: Menggunakan alat analitik digital untuk memahami perilaku pelanggan, tren pasar, dan tingkat konversi dapat membantu Anda menyesuaikan strategi pemasaran secara real-time.
- Promosi Diskon dan Penawaran: Menawarkan diskon, promosi khusus, atau penawaran bundling dapat meningkatkan penjualan dan memikat pelanggan baru

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil survei dan analisis literatur menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital dalam budidaya ikan lele telah membantu petani untuk mencapai peningkatan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, dan memperluas pasar mereka. Media sosial, situs web, dan pemasaran konten merupakan komponen kunci dari strategi pemasaran digital yang efektif.

Namun, perlu diingat bahwa kesuksesan pemasaran digital memerlukan konsistensi dan pemahaman yang baik tentang perilaku konsumen online. Petani ikan lele perlu terus memantau dan mengevaluasi strategi pemasaran digital mereka agar tetap relevan dalam pasar yang terus berubah.

## **KESIMPULAN**

Budidaya ikan lele telah menjadi salah satu usaha yang menjanjikan di sektor pertanian dan perikanan. Dalam era digital seperti saat ini, pemasaran digital menjadi salah satu alat yang paling efektif untuk mempromosikan produk ikan lele dan mencapai pelanggan potensial. Dalam kesimpulan ini, kita akan membahas beberapa poin penting tentang strategi pemasaran digital budidaya ikan lele.

Pertama-tama, strategi pemasaran digital memungkinkan para petani ikan lele untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dengan adanya internet dan media sosial, informasi mengenai produk ikan lele bisa dengan mudah diakses oleh siapa saja, termasuk calon konsumen dari berbagai daerah. Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan para petani ikan lele untuk membangun merek yang kuat. Dengan konsistensi dalam branding dan konten yang menarik, para petani dapat menciptakan citra positif yang akan melekat di benak konsumen. Merek yang kuat akan memberikan kepercayaan kepada konsumen dan membuat produk ikan lele lebih mudah terjual.

Salah satu aspek penting dari strategi pemasaran digital budidaya ikan lele adalah penggunaan media sosial. Dalam era digital, media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter menjadi platform yang efektif untuk berinteraksi dengan pelanggan. Para petani ikan lele dapat menggunakan media sosial untuk berbagi informasi tentang produk mereka, mengikuti tren, dan berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. Dengan demikian, mereka dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen mereka.

Selain itu, pemasaran digital juga melibatkan penggunaan situs web dan mesin pencari. Membangun situs web yang informatif dan responsif adalah langkah penting dalam menjalankan bisnis budidaya ikan lele. Dengan situs web yang baik, pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi tentang produk, harga, dan cara menghubungi petani ikan lele. Selain itu, optimisasi mesin pencari (SEO) akan membantu situs web muncul di hasil pencarian, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen.

Selanjutnya, strategi pemasaran digital juga melibatkan penggunaan email marketing. Email marketing dapat digunakan untuk mengirimkan promosi, berita terbaru, dan informasi

penting kepada pelanggan yang telah berlangganan. Ini adalah cara yang efektif untuk menjaga pelanggan tetap terinformasi dan terlibat.

Selain itu, pemasaran digital juga mencakup penggunaan iklan online. Iklan online dapat ditargetkan kepada audiens yang spesifik, sehingga lebih efisien dalam menghabiskan anggaran iklan. Iklan yang menarik dan relevan dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk ikan lele dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Kesimpulannya, strategi pemasaran digital budidaya ikan lele adalah langkah yang sangat penting dalam mengembangkan bisnis ini. Dengan memanfaatkan internet, media sosial, situs web, email marketing, dan iklan online, para petani ikan lele dapat mencapai pelanggan potensial, membangun merek yang kuat, dan meningkatkan penjualan mereka. Dengan mengikuti tren pemasaran digital dan terus beradaptasi dengan perubahan, mereka dapat tetap kompetitif dalam industri budidaya ikan lele yang semakin berkembang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- H Irfani, F Yeni, R Wahyuni (2020)Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0- JCES - journal.ummat.ac.id
- RJ Naimah, MW Wardhana (2020)Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM - ejurnal.poliban.ac.id