

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokus Penelitian

A. Sejarah dan Profil CV. SAKANA INDO PRIMA

Sejarah bermula dari usaha *home industry* perikanan yang dirintis dari usaha *trading* hasil perikanan di Muara Baru Jakarta. Setelah melihat peluang yang baik dan mempertimbangkan alokasi permodalan, maka pada tahun 2009 dengan komitmen yang kuat owner Sakana menetapkan untuk hijrah lokasi usahanya di Sawangan, Kota Depok. Dalam menjalankan usaha UKM ini, awalnya dirintis dengan produk bakso ikan. Konsep yang dilakukan sangatlah terencana dengan mempersiapkan teknis produksi mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pemasaran dengan model jaringan gerobak baso ikan Sakana. Adapun segmen yang disasar dari usaha rintisan ini adalah kelas ekonomi bawah. Bakso ikan Sakana menjadi alternatif jajanan sehat untuk semua kalangan dan dibandrol dengan harga Rp 500,- per butir. Sebuah pecahan uang terendah yang beredar di masyarakat.

Berkat promosi yang baik, branding bakso ikan Sakana mulai mengakar kuat di masyarakat. Pelan tapi pasti usaha ini kian berkembang. Penerimaan bakso ikan Sakana di masyarakat sangat baik sehingga jumlah agen dan pedagang gerobak Sakana terus bertambah. Dari awalnya area pasar kami di sekitar Depok terus meluas ke area Jabodetabek. Dengan permintaan produk yang terus tumbuh

ini menuntut kapasitas produksi kami harus meningkat. Setelah mengevaluasi perkembangan yang ada CV. Sakana Indo Prima ini, kami berusaha memperluas area produksi, menambah peralatan produksi dan menambah jumlah tenaga kerja dan yang terpenting secara bertahap diversifikasi produk juga ditingkatkan.

Dikarenakan brand Sakana yang sudah semakin dikenal oleh masyarakat, maka perkembangan olahan ikan ini juga tumbuh pesat. Area produksi kembali diperluas, peralatan kembali ditambah, tenaga kerja kembali ditambah dan dibanahi. Demikian juga dengan legalitas usaha dan sertifikasi produk sudah dilengkapi dengan izin edar Halal MUI, SKP, MD BPOM RI & SNI.



Gambar 4.1

Logo CV. Sakana Indo Prima

B. Visi dan Misi Perusahaan Cv.Sakana Indo Prima

1) Visi :

Menjadi perusahaan pengolah hasil perikanan yang inovatif dan berdaya saing dalam pengembangan produk dan pemasaran

2) Misi :

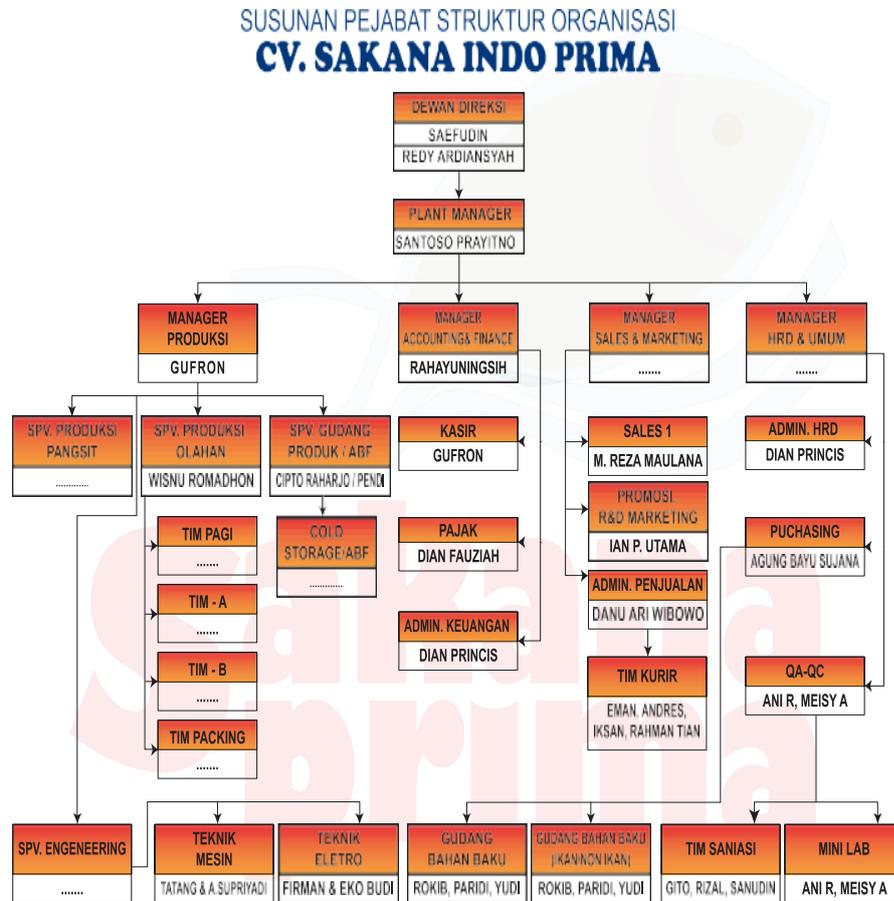
1. Melakukan pengembangan produk & memperluas jaringan pemasaran
2. Membangun ekonomi kerakyatan melalui kemitraan pemasaran
3. Meningkatkan kompetensi SDM dan sarana prasarana perusahaan
4. Menjamin mutu produk hasil perikanan

C. Lokasi CV. SAKANA INDO PRIMA

Parung Pocol RT 04/02 Desa Duren Mekar, Kecamatan Bojongsari, Kota

Depok – Jawa Barat

D. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.2 Struktur Organisasi

4.2 Hasil Penelitian

Dalam bab ini ditemukan data yang sangat akurat karena sesuai dengan teori yang digunakan dan peneliti sudah menganalisis informan melalui pertanyaan yang telah diajukan pada saat wawancara pada 5 Januari 2023 pukul 12.30- 14.00 WIB di Wawancara ini dilakukan secara langsung offline dengan (*Key Informan*) ian p. Utomo sebagai promosi dan marketing lalu informan II santoso prasetyo sebagai team marketing (Pendukung) dan informan III Danu Ari Wibowo sebagai marketing dan sales.

1. Publications Cv. Sakana Indo Prima

a. Strategi mendatangkan pasar

Merupakan kegiatan untuk menawarkan barang atau jasa yang dilakukan CV. Sakana Indo Prima dengan pernyataan dari *key informan*

I Bapak Ian Putra Utomo:

“Dalam mendatangkan pasar saya menggunakan strategi marketing mix. Meliputi produk, price, place, promosi, participant, process, people psical evident.”

(Bapak. Ian Putra Utama, 05-01-2023, 12.30-02.00 wib)

Merupakan kegiatan untuk menawarkan barang atau jasa yang dilakukan CV. Sakana Indo Prima dengan pernyataan dari *key informan*

II Bapak Santoso Prasetyo:

“Yaaa.. saya menggunakan strategi, untuk tercapainya suatu tujuan penyampaian perusahaan yang kita inginkan untuk mendatangi pasar”

(Bapak. Santoso Prasetyo, 05-01-2023, 10.00-11.30 wib)

Merupakan kegiatan untuk menawarkan barang atau jasa yang dilakukan CV. Sakana Indo Prima dengan pernyataan dari *key informan*

III Bapak Danu Ari Wibowo:

“Dalam mendatangi pasar saya menggunakan strategi marketing mix. Meliputi produk, price, place , promosi, participant, process, people psical evident menggunakan strategi, untuk tercapainya suatu tujuan penyampaian perusahaan yang kita inginkan untuk mendatangi pasar”

(Bapak. Danu Ari Wibowo, 05-01-2023, 10.00-11.30 wib)

“Dalam membentuk strategi sangat diperlukan karena informasi bermelalui kunjungan ataupun media online akan menarik perhatian sehingga nasabah memakai produk atau jasa yang ditawarkan.”

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan, dalam melakukan promosi suatu produk dengan media online sangatlah mudah karena jaman sudah memakai teknologi yang bagus untuk mengetahui informasi.

b. Penarikan pasar yang menyadari fakta bahwa sudah ada pelanggan secara aktif mencari produk, layanan atau informasi yang ditawarkan.

Dalam suatu kegiatan untuk menyadari fakta adanya pelanggan aktif mencari produk yang ditawarkan berikut jawaban dari *key informan* I Bapak. Ian Putra Utomo:

“Ketahui target pasar anda sebelum memulai menerapkan strategi, Optimalkan strategi pasar dengan sosial media, Memberikan insentif kepada rekomendasi, Menjalin hubungan baik dengan konsumen”

Dalam suatu kegiatan untuk menyadari fakta adanya pelanggan aktif mencari produk yang ditawarkan berikut jawaban dari *key informan* II bapak Santoso Prasetyo:

“Kenali pelanggan dengan baik, melakukan promosi yang tepat, bangun tempat usaha yang strategis, dan memiliki media social”

“Melakukan komunikasi pada pelanggan, dan menjaga kualitas barang atau pangan agar tetap stabil.”

Dalam suatu kegiatan untuk menyadari fakta adanya pelanggan aktif mencari produk yang ditawarkan berikut jawaban dari *key informan* III bapak Danu Ari Wibowo :

“Iya memang, ada beberapa media yang diperlukan untuk menyebar luaskan salah satunya dengan elektronik yaitu menawarkan produk atau jasa melalui telephone serta memberikan informasi seputar mandiri taspen mengenai pensiunan”.

Berdasarkan pernyataan dapat menyimpulkan bahwa peran media dalam segi strategi *Marketing Public Relations*, sangatlah penting karena informasi akan disampaikan melalui media sosial atau elektronik yang semakin maju teknologi di zaman ini.

c. Aktif mencari produk, layanan atau informasi yang anda tawarkan memudahkan mereka mencapai tujuan akhir

Suatu penawaran perlu di barengi dengan informasi yang menarik terkait dengan barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat yang menjadi sasaran dari kegiatan tersebut sehingga dapat menarik perhatian dari masyarakat sekitar, dalam menentukan sasaran dari apa yang di sampaikan juga memerlukan suatu yang menarik yang bisa mendapat perhatian. Dari pertanyaan di atas seperti ini tanggapan oleh *key informan I* yaitu bapak ian:

“Dengan tentukan pola yang spesifik agar anda mendapatkan konsumen yang sesuai dengan bisnis. Market entry strategi, upayakan perusahaan dapat masuk

segment pasar tertentu, Memiliki menggunakan strategi mix , untuk mendapatkan pengaruh dari pelanggan. Timing strategi mempunyai waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar. Meningkatkan penjualan bisnis dengan memperluas target bisnis, Meninjau kembali harga produk, Cara meningkatkan bisnis dengan melakukan kegiatan promosi – promosi, Menjaga kesetiaan pelanggan, Melakukan komunikasi kepada pelanggan, mengecek kembali kelayakan produk tersebut baik tidaknya di berikan kepada pelanggan”

Suatu penawaran perlu di barengi dengan informasi yang menarik terkait dengan barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat yang menjadi sasaran dari kegiatan tersebut sehingga dapat menarik perhatian dari masyarakat sekitar, dalam menentukan sasaran dari apa yang di sampaikan juga memerlukan suatu yang menarik yang bisa mendapat perhatian. Dari pertanyaan di atas seperti ini tanggapan oleh *key informan II* yaitu bapak santoso:

“Meningkatkan public relationship, dan strategi pemasaran untuk mendatangkan pasar.”

“Membuat toko online sendiri, melakukan promosi seperti diskon dan promo, menjalankan bisnis sistem dropshit”

penawaran perlu di barengi dengan informasi yang menarik terkait dengan barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat yang menjadi sasaran dari kegiatan tersebut sehingga dapat menarik perhatian dari masyarakat sekitar, dalam menentukan sasaran dari apa yang di sampaikan juga memerlukan suatu yang menarik yang bisa mendapat perhatian. Dari pertanyaan di atas seperti ini tanggapan oleh *key informan III* yaitu Bapak Danu Ari Wibowo:

“Meningkatkan penjualan bisnis dengan memperluas target bisnis, Meninjau kembali harga produk, Cara meningkatkan bisnis dengan melakukan kegiatan promosi – promosi, Menjaga kesetiaan pelanggan, Melakukan komunikasi kepada pelanggan, mengecek kembali kelayakan produk tersebut baik tidaknya di berikan kepada pelanggan”

Berdasarkan wawancara key informan, informan II dan III dapat menyimpulkan bahwa, menyampaikan sebuah pesan kepada publik harus dengan bahasa yang baik dan sopan sehingga menjelaskan tentang produk yang ditawarkan, sehingga konsumen puas dan kembali mencari barang tersebut.

2. *Event* Cv. Sakana Indo Prima

a. Produk kepada pasar yang relevan

Kegiatan untuk memperkenalkan atau mendorong suatu produk kepada khalayak atau konsumen di pasar yang relevan berikut jawaban dari *key informan I* bapak ian:

“Membuat produk yang berbeda setiap tahunnya, harus memperkenalkan event kita melalui cara-cara yang sesuai dengan target khalayak seperti adanya event atau sosialisasi dan majalah untuk mendatangkan khalayak.”

“yaitu dengan cara penetrasi langsung secara massif oleh team marketing lapangan seperti kegiatan brosur dan mengadakan diskon, menjalin hubungan baik kepada masyarakat, mengadakan, event, membuat festival untuk memperkenalkan produk, memberi diskon. Mengupayakan produk di sukai para pelanggan.”

Kegiatan untuk memperkenalkan atau mendorong suatu produk kepada khalayak atau konsumen di pasar yang relevan berikut jawaban dari *key informan II* bapak santoso:

“Untuk menentukan taktik, strategi marketing public relations, bersosialisasi kepada masyarakat, membuka lapangan pekerjaan, membangun mitra kepada

masyarakat, mengedukasi kepada masyarakat agar meningkatkan citra perusahaan”

Kegiatan untuk memperkenalkan atau mendorong suatu produk kepada khalayak atau konsumen di pasar yang relevan berikut jawaban dari *key informan III*:

“Untuk menentukan taktik, strategi marketing public relations, bersosialisasi kepada masyarakat, membuka lapangan pekerjaan, membangun mitra kepada masyarakat, mengedukasi kepada masyarakat agar meningkatkan citra perusahaan”

Berdasarkan wawancara *key informan*, *informan II* dan *III* dapat menyimpulkan bahwa, mampu mengondisikan pelanggan dengan stok barang yang tersedia, dan juga menawarkan barang sejenis dengan harga yang lebih murah”.

b. Mencari dan menemukan calon konsumen yang berminat dengan produk yang anda tawarkan

Suatu kegiatan untuk mencari dan menemukan calon konsumen usaha yang dilakukan oleh CV. Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan I* bapak ian:

“Menentukan pasar yang tepat, memberikan promosi yang menarik di media sosial dan mengoptimalkan public

relations. Mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mengadakan promosi atau iklan.”

Suatu kegiatan untuk mencari dan menemukan calon konsumen usaha yang dilakukan oleh CV. Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan II* bapak santoso :

“Menentukan pasar yang tepat, memberikan promosi yang menarik di media sosial dan mengoptimalkan public relations. Mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mengadakan promosi atau iklan.”

Suatu kegiatan untuk mencari dan menemukan calon konsumen usaha yang dilakukan oleh CV. Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan III* bapak Danu Ari wibowo :

“Menentukan pasar yang tepat, memberikan promosi yang menarik di media sosial dan mengoptimalkan public relations. Mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mengadakan promosi atau iklan.”

Berdasarkan wawancara *key informan*, *informan II* dan *III* dapat menyimpulkan bahwa, perusahaan harus melakukan pembaruan di setiap harinya dan selalu update tentang model – model bahan makanan yang terkini, sehingga dapat menyesuaikan produk dipasaran.

c. Menitik beratkan kegiatan marketing pada penjualan

Proses kegiatan marketing yang dilakukan pada CV. Sakana Indo Prima atas jawaban dari *key informan I* Bapak ian:

“Membuka peluang usaha, menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan”

Proses kegiatan marketing yang dilakukan pada CV. Sakana Indo Prima atas jawaban dari *key informan II* Bapak santoso:

“Yaa.. terutama yang kita lakukan, membuka lapangan pekerjaan kepada masyarakat, membuka peluang usaha, menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan.”

Proses kegiatan marketing yang dilakukan pada CV. Sakana Indo Prima atas jawaban dari *key informan III* Bapak Danu Ari Wibowo:

“Yaa.. terutama yang kita lakukan, membuka lapangan pekerjaan kepada masyarakat, membuka peluang usaha, menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan.”

Berdasarkan wawancara *key informan*, *informan II* dan *III* dapat menyimpulkan bahwa, proses kegiatan marketing yang dilakukan pada CV. Sakana Indo Prima selain kegiatan sosial media, melakukan kegiatan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan

d. Berfokus pada strategi yang proaktif untuk mencari pelanggan potensial

Upaya strategi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan I* bapak ian:

“Strategi proaktif karena kami memiliki target pemasaran untuk mencapai tujuan kami sendiri.”

Upaya strategi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan II* bapak Santoso :

“Strategi proaktif karena kami memiliki target pemasaran untuk mencapai tujuan kami sendiri.”

Upaya strategi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan I* bapak ian:

“Strategi proaktif karena kami memiliki target pemasaran untuk mencapai tujuan kami sendiri.”

Upaya strategi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan III* bapak Danu Ari Wibowo:

“Strategi Marketing Public Relations agar mempunyai daya Tarik pasar itu sendiri sehingga membuat konsumen mencari dan mengingat produk tersebut.

Berdasarkan wawancara key informan, informan II dan III dapat menyimpulkan bahwa, CV. Sakana Indo Prima menggunakan strategi yang proaktif untuk mendatngkan pasar.

3. News Cv.Sakana Indo Prima

a. Memberikan penawaran yang baik

Kegiatan untuk memberikan penawaran kepada calon konsumen atau pelanggan setia CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan I* bapak ian:

“Mengadakan bakti sosial, pengajian pengajian rutin, mengajak masyarakat bekerja dan membuka peluang bisnis.Tentu kita berpartisipasi dalam kegiatan sosial bersama masyarakat, agar membentuk perusahaan baik dimata masyarakat.”

Kegiatan untuk memberikan penawaran kepada calon konsumen atau pelanggan setia CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan II* bapak santoso:

“Mengadakan bakti sosial, pengajian pengajian rutin, mengajak masyarakat bekerja dan membuka peluang

bisnis Tentu kita berpartisipasi dalam kegiatan sosial bersama masyarakat”

Kegiatan untuk memberikan penawaran kepada calon konsumen atau pelanggan setia CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan III* bapak danu ari wibowo yaitu :

“Memberikan discount dan promosi produk dan memberi tahukan program atau acara yang kami buat”

Berdasarkan wawancara *key informan*, *informan II* dan *III* dapat menyimpulkan bahwa, CV.Sakana Indo Prima meberikan promosi dan discount terkait produk – produk yang dipasarkan kepada calon pembeli atau pelanggan.

4. *Community Involvement Activities*

a. *Mempengaruhi khalayak dengan penyampain yang terbaik*

Upaya untuk mencapai target dengan cara penyampain atau strategi yang baik kepada khalayak berikut jawaban dari *key informan I* bapak ian:

“Dengan cara memberikan kajian-kajian atau seminar kepada masyarakat untuk bertujuan mengubah sudut pandang perusahaan agar tidak dinilai menguntungkan

sebelah pihak saja. Tapi menguntungkan kepada khalayak public”

Upaya untuk mencapai target dengan cara penyampain atau strategi yang baik kepada khlayak berikut jawaban dari *key informan II* bapak santoso:

“Ya selain berpartisipasi kepada masyarakat kita melakukan kerja sama kepada organisasi warga sekitar untuk membuat kegiatan social”

Upaya untuk mencapai target dengan cara penyampain atau strategi yang baik kepada khlayak berikut jawaban dari *key informan III* bapak Danu Ari Wibowo:

“Dengan cara memberikan kajian-kajian atau seminar kepada masyarakat untuk bertujuan mengubah sudut pandang perusahaan agar tidak dinilai menguntungkan sebelah pihak saja. Tapi menguntungkan kepada khalayak public”

Berdasarkan wawancara key informan, informan II dan III dapat menyimpulkan bahwa CV. Sakana Indo Prima melakukan kegiatan seminar untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat sekitar mengenai sudut pandang perusahaan sehingga menimbulkan nilai positif kepada khalayak.

5. *Lobbying Activities*

Upaya startegi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan I* Bapak Ian :

“Strategi proaktif dan kreatif tergantung dari perusahaan masing masing menggunakannya.. kami memilih strategi proaktif karena kami memiliki target untuk mencapai tujuan kami sendiri.”

Upaya startegi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan II* Santoso :

“Strategi proaktif dan kreatif tergantung dari perusahaan masing masing menggunakannya.. kami memilih strategi proaktif karena kami memiliki target untuk mencapai tujuan kami sendiri.”

Upaya startegi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan III* Bapak Danu Ari Wibowo :

“kami memilih strategi proaktif karena kami memiliki target untuk mencapai tujuan kami sendiri.”

Berdasarkan wawancara key informan, informan II dan III dapat menyimpulkan bahwa, upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan strategi yang proaktif kepada khalayak.

6. *Social Responsibility*

Suatu kegiatan untuk mencari dan menemukan calon konsumen usaha yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan*

I Bapak ian :

“Menentukan pasar pasar yang tepat, memberikan promosi yang menarik di media sosial dan mengoptimalkan public relations.”

Suatu kegiatan untuk mencari dan menemukan calon konsumen usaha yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan II* Bapak santoso:

“Menentukan pasar pasar yang tepat, memberikan promosi yang menarik di media sosial dan mengoptimalkan public relations.”

Suatu kegiatan untuk mencari dan menemukan calon konsumen usaha yang dilakukan oleh CV.Sakana Indo Prima berikut jawaban dari *key informan*

III Bapak Danu Ari :

“Menentukan pasar yang tepat, memberikan promosi yang menarik di media sosial dan mengoptimalkan public relations.”

Berdasarkan wawancara key informan, informan II dan III dapat menyimpulkan bahwa dalam menentukan pasar yang tepat, aktifitas marketing public relations akan tercapai dengan baik dan sesuai tujuan yang dicapai.

4.3 Pembahasan

Sejarah bermula dari usaha *home industry* perikanan yang dirintis dari usaha *trading* hasil perikanan di Muara Baru Jakarta. Setelah melihat peluang yang baik dan mempertimbangkan alokasi permodalan, maka pada tahun 2009 dengan komitmen yang kuat owner Sakana menetapkan untuk hijrah lokasi usahanya di Sawangan, Kota Depok. Lokasi pabrik kami berada ditengah perkampungan dan perumahan.

Dalam tujuan ini CV. Sakana Indo Prima membentuk marketing Public Relations untuk mendapatkan informasi sehingga memungkinkan untuk mengetahui kekurangan dalam bisnis usaha yang di jalankan. Pemasaran produk dengan kemitraan dengan para agen dan distributor yang akan terus diperluas area dan wilayahnya ke seluruh Indonesia. Konsep usaha dengan pola pemberdayaan masyarakat dengan penyerapan tenaga kerja 90% dari warga sekitar utamanya ibu-ibu rumah tangga dan pemuda-pemudanya.

Dengan permintaan produk yang terus tumbuh ini menuntut kapasitas produksi kami harus meningkat. Setelah mengevaluasi perkembangan yang ada CV. Sakana Indo Prima ini, kami berusaha memperluas area produksi, menambah peralatan produksi dan menambah jumlah tenaga kerja dan yang terpenting secara bertahap diversifikasi produk juga ditingkatkan. Sehingga kami bisa me-launching produk olahan ikan yang beragam seperti siomay ikan dll.

Sakana Indo Prima – BSN (Badan Standarisasi Nasional) menggelar SNI awards 2021. SNI awards sendiri sudah dimulai sejak tahun 2005. SNI awards merupakan penghargaan tertinggi dari pemerintah Republik Indonesia bagi perusahaan atau organisasi yang menerapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) secara konsisten. Berkinerja tinggi, memiliki kemampuan mengelola dinamisasi perubahan dan melakukan transformasi yang diperlukan secara tepat.

Pemberian penghargaan SNI Award 2021 diberikan kepada 98 organisasi dan perusahaan yang terdiri dari peringkat Platinum, Emas, Perak dan Perunggu. Serta Early Improvement yang meliputi 12 kategori yaitu kategori Organisasi Kecil Jasa, Organisasi Menengah Jasa, Organisasi Besar Jasa, Organisasi Kecil Barang, Organisasi Menengah Barang Sektor Agro, Organisasi Besar Barang Sektor Logam, Mesin, Alat Transportasi dan Elektronika, Organisasi Besar Barang Sektor Kimia, Farmasi, Tekstil dan Pertambangan, Organisasi Pendidikan Tinggi, serta Organisasi Pendidikan Menengah.

Proses penilaian SNI Award dilakukan secara ketat oleh Tim evaluator yang kompeten dan berpengalaman di bidangnya dan ditetapkan oleh Dewan Juri yang

diketahui Sandiaga Salahuddin Uno, yang saat ini juga menjabat Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, dengan beranggotakan 19 orang yang ahli di bidang standardisasi dan penilaian kesesuaian. Para juri berasal dari pelaku usaha/profesional, pemerintah, perguruan tinggi, maupun asosiasi.

Diharapkan SNI Award dapat menjadi acuan Sakana Indo Prima untuk meningkatkan kinerja organisasi, karena SNI Award menilai berbagai aspek yang dapat mendorong kemajuan organisasi dalam mewujudkan kinerja yang lebih baik, termasuk manajemen dan kepemimpinan, fokus pada pelanggan, pengembangan sumberdaya, pengelolaan/realisasi produk, dan hasil bisnis.

Suatu kegiatan perlu adanya perencanaan dan strategi sehingga tepat pada sasaran dan menimbulkan kesan baik dengan penyampaian informasi yang memuat informasi yang cukup untuk mempromosikan produk atau jasa. Dengan teori *three ways strategy* berikut :

a. **Publications Cv. Sakana Indo Prima**

Yang mengartikan strategi untuk mendorong dengan contohnya menjual barang atau jasa secara langsung kepada masyarakat sudah dilakukan oleh CV. Sakana Indo. Strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh CV. Sakana Indo menggunakan *push strategy* dengan cara *flying* atau memberikan diskon berikut penjelasannya.



Gambar 4.3

Sumber : Instagram CV. Sakana Indo Prima

Kegiatan ini dilakukan oleh CV. Sakana Indo untuk menarik perhatian calon konsumen agar dapat melakukan keputusan pembelian sehingga keuntungan yang di dapatkan oleh CV. Sakana Indo meningkat, produksi olahan ikan frozen food memudahkan para ibu-ibu rumah tangga yang memilih makanan praktis sehingga tidak memakan banyak waktu di ruangan dapur. Upaya ini untuk juga meningkatkan strategi CV. Sakana Indo.

Media sosial merupakan media online yang para penggunanya dapat dengan mudah menggunakannya dengan cara berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isinya meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan virtual. Media sosial seperti blog, wiki dan jejaring sosial

merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

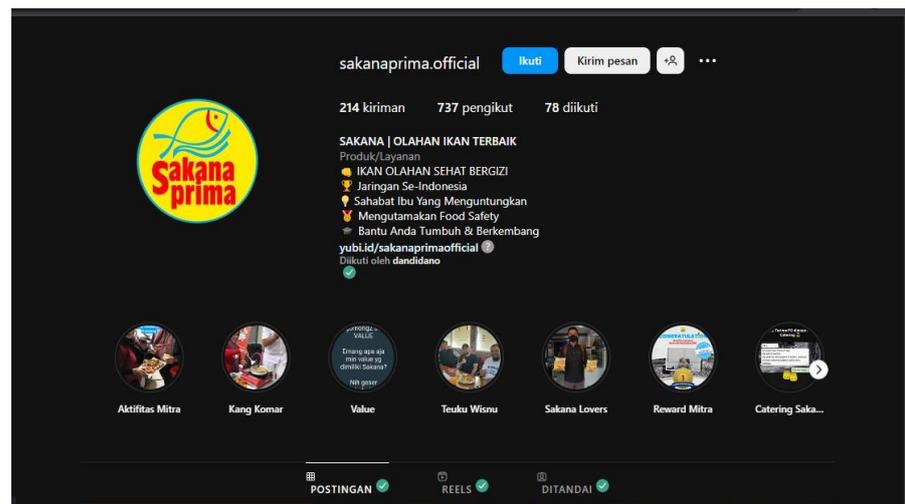
b. *Event Cv. Sakana Indo Prima*

Event adalah bagaimana cara Cv. Sakana Indo Prima dapat menarik perhatian dan menarik penjunjung untuk dapat membeli olahan frozen food CV.Sakana Indo maka yang dilakukan oleh CV. Sakana Indo melalui publikasi media dan website yang aktif dengan perencanaan berikut:

c. *Publikasi Media*

Publikasi media menjadi hal yang wajib saat mengadakan kegiatan atau untuk menyebarkan informasi secara menyeluruh kepada banyak orang. Melalui publikasi dapat memperluas sasaran yang akan di tuju untuk bisa mendapatkan informasi yang akan dibagikan. Publikasi media saat ini semakin maju dan canggih banyak sekali cara untuk mempublikasikan informasi.

Strategi yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat dengan adanya penyebaran informasi melalui media sosial instagram dengan jumlah followers 737, dan postingan yang di unggah sebanyak 214 kiriman sehingga diharapkan dapat menjaring orang-orang sekitar wilayah Depok atau pun seluruh Indonesia.



Gambar 4.4

Sumber :Instagram

Melalui sosial media menjadi wadah yang dapat membangun dan menarik minat masyarakat dengan konten-konten yang dibagikan. Konten yang dibagikan dapat berupa uploadan di feeds, story, reels dan live. Semakin majunya digital di era sekarang semakin banyak cara untuk menarik perhatian dan minat masyarakat. Dari postingan konten yang di upload memiliki design dan durasi yang berbeda-beda sehingga tidak membosankan bagi pengikut sosial media tersebut

Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya dapat mengambil foto, maupun video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial, termasuk milik instagram itu sendiri. Ciri khas dari aplikasi Instagram adalah hasil fotonya yang berupa persegi, mirip

dengan produk Kodak Instamatic dan gambar-gambar yang dihasilkan oleh foto Polaroid

Dengan beberapa konten yang menarik diharapkan dapat mempengaruhi followers atau konsumen untuk membeli olahan ikan frozen food.

Media sosial menjadi salah satu alat komunikasi yang dapat sampai dengan cepat kepada pengguna nya. Di era digital sekarang menggunakan media sosial adalah hal wajib karena dapat memuat banyak informasi. Dengan melalui media dapat menjangkau dari berbagai wilayah sehingga dirasa cakupan dari sosial media menjadi lebih luas. Media sosial sekarang dapat berpengaruh besar karena dapat merubah pemikiran melalui postingan-postingan yang dibagikan.

d. News

Memberikan berita yang baik kepada konsumen bisa melalui website ataupun surat kabar dan juga bisa melalui media seperti halnya kita membuat pengumuman kabar baik di koran atau media sosial agar semua konsumen dapat melihat sisi positif dari Cv.Sakana Indo Prima berikut gambaran news

Makanan Olahan Seafood Favorit Keluarga

Edukasi Proses Produksi di Pabrik Sakana Indo Prima

EDUKASI PROSES PRODUKSI DI PABRIK SAKANA INDO PRIMA

Tonton di [YouTube](#)

Klik Disini Untuk Daftar Kemitraan

7 Alasan Kenapa Harus Memilih Sakana Prima

- ✓ Hanya memilih bahan baku yang segar dan baik sebelum diolah sesuai dengan standar mutu bahan baku
- ✓ Tidak Menggunakan bahan pengawet
- ✓ Bahan pakaging terbuat dari bahan yang baik dan memenuhi persyaratan produk pangan
- ✓ Proses produksi sesuai standar produksi pangan yang sudah ditetapkan
- ✓ Peduli dengan keamanan pangan
- ✓ Komitmen menciptakan produk pangan yang sehat dan bergizi
- ✓ Memiliki cita rasa yang berkualitas & berkelas

Gambar 4.5

Sumber : Website Cv. Sakana Indo

e. Community Involvement Activities

Kegiatan yang di ikuti oleh karyawan atau konsumen untuk mencapai target yang aman atau berhasil maka diperoleh suatu kegiatan corporate social responsibility

CSR SAKANA

Kegiatan CSR Sakana di Bidang Pendidikan

sakanafoods | August 10, 2022 | 1 Min Read

CSR Sakana bidang pendidikan – Sakana Indo Prima menjadi wadah bagi mahasiswa yang ingin menyelenggarakan PKL (Praktek Kerja Lapangan). Harapannya agar pengetahuan yang didapat setelah mengikuti PKL di pabrik Sakana bisa bermanfaat diluar sana.

TAGS: [CSRSakana](#) [PKLDSakana](#) [Sakana](#) [Sakana Food](#) [Sakana Indo Prima](#)

Previous
Sakana Indo Prima Meraih Penghargaan SNI Awards 2021 Kategori Organisasi Menengah Barang Sektor

Gambar 4.6

Sumber : Website Cv. Sakana Indo

f. *Identity Media*

Website CV. Sakana Indo



Gambar 4.7

Sumber : Website Cv. Sakana Indo

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan komponent atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.

Sebuah situs web (sering pula disingkat menjadi situs saja; web site, site) adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (web page), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (domain name) atau subdomain di World Wide Web (WWW) di Internet. WWW terdiri

dari seluruh situs web yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah situs web diakses dari sebuah URL yang menjadi “akar” (root), yang disebut homepage (halaman induk sering diterjemahkan menjadi “beranda”, “halaman muka”), dan biasanya disimpan dalam server yang sama.

Perkembangan internet telah pula mendukung penggunaan komputer dalam bidang pendidikan. Internet bisa diakses dan dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, oleh siapa saja, dimana saja, kapan pun akan penggunaannya. Berbagai macam teknologi internet bisa digunakan, salah satunya adalah World Wide Web (atau selanjutnya disebut “web” saja) yang mampu menyediakan informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, maupun gambar bergerak. Dengan kemampuan seperti ini, web menjadi sangat terkenal dan perkembangannya sangatlah pesat, tetapi umumnya web seperti ini masih bersifat statis dan tidak dapat mengelola data. Untuk dapat mengelola data dalam bentuk database, maka perlu dikembangkan sistem informasi berbasis web.

Website ini pun menjelaskan profil perusahaan juga bisa memasukkan data mengenai rencana masa depan bisnis. Profil dapat mendiskusikan rencana untuk ekspansi masa depan dalam hal lokasi, produk atau jasa baru yang diantisipasi akan ditawarkan dalam waktu dekat, atau rencana untuk merestrukturisasi operasi sebagai bagian dari strategi untuk memastikan keberhasilan lanjutan dari bisnis. Namun,

profil perusahaan tidak mungkin untuk memasukkan informasi pada setiap rencana yang belum dibahas dan disetujui oleh pemegang saham dan pemimpin lain di perusahaan. Semua data yang ditemukan dalam profil perusahaan dianggap dalam domain publik, dan bebas tersedia untuk siapa saja

Dengan adanya website memudahkan untuk mengetahui informasi CV dan juga informasi produk yang disajikan atau ingin bergabung menjadi mitra CV.Sakana Indo hanya mengklik sebuah website CV tersebut.

g. Lobbying Activity

Upaya startegi untuk mencari pelanggan atau konsumen dipasar atau pun media sosial yang dilakukan oleh CV. Sakana Indo Prima Strategi proaktif dan kreatif tergantung dari perusahaan masing masing menggunakannya..kami memilih strategi proaktif karena kami memiliki target.

h. Social Resposibility Cv. Sakana Indo Prima

CV.Sakana Indo Prima juga menggunakan (mempengaruhi) untuk dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat terhadap CV.Sakana Indo Prima melalui kegiatan bakti sosial yang di selenggarakan langsung oleh CV.Sakana Indo Prima dengan perencanaan yang dirancang sebagai berikut:

1) Kegiatan Bakti Sosial



Gambar 4.8

Sumber: Instagram

Kegiatan ini yang diunggah oleh akun Cv.Sakana Indo adalah upaya agar bisa dikenal luas oleh kalangan selebritis dan bisa juga memudahkan masyarakat mengenal produk tersebut dan supaya lebih banyak menarik perhatian calon resller untuk join bersama CV. Sakana Indo Prima. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menambah relasi, pengalaman, dan juga menaikkan citra perusahaan.

Bakti sosial dapat diartikan sebagai sikap peduli yang diwujudkan dalam bentuk kegiatan fisik. Aktivitas ini juga dilandasi rasa kemanusiaan dan empati atas masalah sosial. Tujuan utamanya adalah mempererat hubungan persaudaraan, mengaplikasikan ilmu, dan sebagai aktualisasi diri dalam menolong sesama.