



STRATEGI PEMASARAN JUAL BELI IKAN LAUT DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA DESA SUNGAI ITIK KECAMATAN SADU)

Erma Sukma Dewi¹, M. Arif Musthofa², Daud Daud³

¹SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur, emarazak439@gmail.com

²SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur, musthofaarif77@gmail.com

³SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur, daudvanjava12@gmail.com

Korespondensi Penulis: Erma Sukma Dewi

Abstrak: Penelitian ini berjudul “*Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut di tengah pandemi Covid-19 (Study Kasus di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu)*”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi apa yang digunakan pada usaha jual beli ikan laut di tengah pandemi Covid-19 pada Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu, karena selama masa pandemi Covid-19 ini pasar menjadi sepi dan banyak kegiatan usaha yang bergantung pada konsumen yang aktif menjadi tidak dapat beroperasi dan salah satunya yaitu usaha jual beli ikan laut di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat dalam melakukan pemasaran agar kegiatan usaha jual beli laut dapat terus berjalan sebagaimana mestinya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam menjalankan usaha jual beli ikan laut ditengah pandemic Covid-19 dan untuk mengetahui bagaimana penerapannya dalam melakukan jual beli ikan laut serta untuk mengetahui kendala-kendala dan solusi yang dihadapi dalam menjalankan strategi pemasaran jual beli hasil laut ditengah pandemi Covid-19 di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode Kualitatif dengan teknik triangulasi yaitu penggabungan dari Observasi, Wawancara dan Dokumentasi guna mendapatkan data yang akurat. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yaitu data yang bersumber langsung dari pelaku usaha, karyawan dan konsumen jual beli hasil laut. Sementara data sekundernya yaitu dokumentasi-dokumentasi kegiatan jual beli hasil laut di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu.

Kata Kunci: Strategi, Jual Beli, Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Sebagaimana yang kita ketahui kini Indonesia telah dilanda Corona Virus Disiese 19 atau yang lebih akrab kita sebut dengan COVID 19, dimana semenjak kemunculan wabah ini diakhir tahun 2019 hingga kini cukup memberikan dampak yang signifikan terhadap

kehidupan masyarakat. keberadaan virus ini sangat meresahkan dunia karena terlalu banyak memakan korban jiwa, tidak hanya di Indonesia namun di beberapa negara di berbagai belahan dunia seperti Itali, Amerika, Jepang, China dan lain-lain. Oleh karena itu untuk memutus mata rantai penyebarannya maka pemerintah diseluruh dunia menerapkan system lock down atau pembatasan ruang gerak dimana masyarakat dianjurkan untuk tidak melakukan aktifitas diluar rumah seperti bekerja termasuk sekolah. dengan diterapkannya system lock down atau karantina wilayah maka secara tidak langsung hal ini akan membuat pasar menjadi sepi dan proses jual belipun juga turut mengalami penurunan, dengan adanya penurunan tersebut maka tingkat pendapatan masyarakatpun akan rendah khususnya untuk para pedagang. Semantara itu tinggi dan rendahnya tingkat perekonomian masyarakat sangat memberi pengaruh terhadap bangsa, karena sebuah negara maju dan berkembang dilihat dari beberapa Indikator yang salah satunya yaitu tingkat kesejahteraan masyarakatnya dan tingkat kesejahteraan masyarakat tersebut dilihat dari tinggi rendahnya perekonomian yang mereka miliki. Bisnis merupakan salah satu kegiatan yang dapat mendukung peningkatan perekonomian bangsa karena bisnis adalah salah satu cara untuk melakukan tindakan yang diajarkan dalam disiplin Ilmu ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih baik yang pada dasarnya juga memiliki prinsip dasar, pengetahuan tentang prinsip-prinsip ekonomi telah memungkinkan ahli-ahli ekonomi mengetahui langkah mana yang sebaiknya diambil dan langkah mana yang harus dihindarkan. dalam menjalankan bisnis penggunaan strategi sangatlah dibutuhkan dalam pelaksanaannya, hal itu dikarenakan jika strategi yang digunakan tidak tepat akan sangat mempengaruhi terhadap keberhasilan sebuah usaha. Terlebih dalam bidang jual beli laut di Sungai Itik Kecamatan Sadu yang Akhir-akhir ini mengalami penurunan karena adanya Pandemi COVID-19 sebagaimana yang kita ketahui saat ini, dimana semenjak pandemi ini usaha jual beli hasil laut tidak dapat berjalan sebagaimana sebelumnya karena adanya kebijakan terhadap pembatasan untuk melakukan perjalanan yang membuat Hasil-hasil nelayan melautpun tidak dapat terjual dengan maksimal. untuk mengatasi masalah tersebut maka dari itu sangat dibutuhkan strategi bisnis yang tepat seperti strategi penjualan ataupun pemasaran, sebagai salah satu upaya guna memaksimalkan kembali usaha jual beli hasil laut di Sungai Itik Kecamatan Sadu. Maka berdasarkan latar belakang tersebut itulah penulis tertarik untuk mengangkat Judul Proposal Skripsi ini yaitu **STRATEGI PEMASARAN JUAL BELI IKAN LAUT DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Study pada Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu).**”.

KAJIAN PUSTAKA

Kajian tentang Strategi Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut di tengah pandemi Covid-19 (Study pada Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu) ini bukan sebuah hasil plagiat atau ciplakan, karena penelitian tentang strategi bisnis ini juga telah diteliti oleh beberapa peneliti lainnya yang dapat dilihat sebagai berikut:

- Muhammad Ridwan mahasiswa Universitas Jambi program studi Manajemen Tahun 2015 dengan judul Strategi Bisnis Pengusaha Karet dalam mempertahankan harga terhadap harga yang tidak seimbang, penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kualitatif dengan Tehnik Triangulasi yaitu gabungan dari Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ridwan

membuktikan bahwa strategi yang digunakan pengusaha karet dalam mempertahankan konsumen yaitu dengan cara mempercepat pembayaran hasil jual beli hasil panen dimana para petani akan mendapatkan langsung hasil penjualan hasil panennya tanpa harus menunggu beberapa hari setelah hasil panen mereka dijual oleh para penampung kepada perusahaan, yang kedua yaitu dengan cara memberikan pinjaman kepada petani yang membutuhkan bantuan karena belum menjual hasil panen karena masih dalam proses dengan konsekuensi pembayaran dilakukan dengan memotong beberapa persen dari hasil penjualan hasil panen mereka kepada pemberi pinjaman dan harus menjual hasil panen kepada pemberi pinjaman. Perjanjian ini dibuat atas dasar suka sama suka bukan karena adanya unsur keterpaksaan.

- Muhamad Fadli mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal Program Study Ekonomi Syariah Tahun 2018 yang meneliti tentang Strategi Pemasaran Cucian Mobil Ivan Car Wash Kuala Tungkal dalam meningkatkan penghasilan, pada penelitian ini penulis menggunakan metode Kualitatif dengan tehnik triangulasi yang meliputi Observasi, Wawancara dan Dokumentasi guna mendapatkan data yang akurat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada Cucian Mobil Ivan Car Wash Kuala Tungkal bahwasannya terdapat beberapa strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan penghasilan yaitu Pemasaran menggunakan Media Sosial dengan menawarkan berbagai promo yang menarik serta fasilitas yang disediakan untuk konsumen, selanjutnya strategi pemasaran yang dilakukan dengan melakukan MoU kepada Instansi-instansi pemerintah guna mendapatkan konsumen dari kalangan Pegawai Negeri Sipil.

KAJIAN TEORI

Kerangka Konseptual Fokus Penelitian

Pada penelitian tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut ditengah pandemi Covid-19 (Studi pada Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu) ini yang menjadi kerangka konseptual fokus penelitiannya guna memperkuat teori adalah sebagai berikut:

Pengertian Strategi

Penyusunan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksud untuk membangun Visi dan Misi Organisasi, menetapkan tujuan strategi dan keuangan perusahaan serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer volume terbaik, beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi yaitu:

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis Lingkungan Internal dan Eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misalnya.
- c. Yang dirancangan berdasarkan analisis lainnya.

- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternative strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.

Strategi Pemasaran

Dari M. Syakir Sula Hermawan dalam bukunya yang berjudul Syari'ah marketing terdapat 4 karakteristik pemasaran berdasarkan syari'ah, yaitu:

- a) *Theitis* (Rabbaniyah)
- b) *Etis* (Akhlaqiyyah)
- c) *Realistis* (Al-Waka'iyah)
- d) Humanistis (Al-Insaniyah)

Tujuan Kegiatan Pemasaran suatu Produk atau Jasa secara umum adalah sebagai berikut:

- a) Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi.
- b) Memaksimumkan kepuasan konsumen
- c) Memaksimumkan pilihan produk
- d) Memaksimumkan mutu hidup (kualitasm kuantitas, ketersediaan, harga pokok barang, mutu lingkungan fisik, dan mutu lingkungan kuktur
- e) Meningkatkan penjualan barang dan jasa
- f) Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
- g) Memenuhi kebutuhan produk atau jasa
- h) Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa

Jual Beli Menurut Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Menurut Rahmat Syafe'i, secara bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Secara etimologis, jual beli berarti menukar harta dengan harta. al-ba'i, yang berarti menjual, mengganti, serta menukar sesuatu dengan yang lain. Tetapi dalam penggunaannya, kata al-ba'i juga kadang digunakan untuk arti dari lawan katanya, yaitu beli. Sedangkan beli dalam bahasa Arab ialah asy-syira". Oleh karena itu, kata Al-Ba'i dapat bermakna sebagai jual sekaligus jual beli.¹⁸ Secara terminologi, ada beberapa definisi jual beli yang disampaikan ulama fikih, meskipun secara substansi dan tujuannya tidak jauh berbeda.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Prosedur Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Definisi ini lebih melihat persepektif emik dalam penelitian yaitu

memandang suatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. (Lexi J. Moleong, 2014)

Penelitian menggunakan metode Kualitatif yaitu pengamatan, wawancara atau penelaahan dokumen, metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu:

1. Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak.
2. Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden.
3. Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Maka dalam penelitian tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut di tengah pandemi Covid-19 (Study pada Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu) ini saya menggunakan metode Kualitatif dengan tehnik Triangulasi atau gabungan dari Observasi, Wawancara dan Dokumentasi guna mendapatkan data yang akurat tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut di Tengah Pandemi Covid-19 di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu.

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mencocokkan antara realita empiris dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif, Menurut Keirl dan Miller yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan, manusia, kawasannya sendiri, dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya. Dalam penelitian ini peneliti meneliti beberapa obyek diantaranya di lingkungan Penjual Ikan Laut di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu, serta kondisi alamiah di beberapa obyek wisata yang dapat mendukung peneliti dalam mendapatkan data yang valid. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat deduktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Pertimbangan peneliti menggunakan penelitian kualitatif ini sebagaimana yang diungkapkan.

Partisipan dan Tempat Penelitian

Lokasi Penelitian ini bertempat di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu, Lokasi ini dipilih karena Bangsal Ikan ini merupakan suatu Bangsal yang ada di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu dan lokasi yang mudah dijangkau oleh penulis.

Prosedur Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui tehnik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan tehnik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in dept interview*) dan dokumentasi. Maka pada penelitian tentang Implementasi Manajemen Bisnis Islami dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus di Toko Baju Dewi Busana

Kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu) ini saya menggunakan tehnik Tringulasi yaitu gabungan dari Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Metode Pengumpulan Data

Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Observasi disini diartikan secara langsung mengamati keadaan yang ada di Toko Baju Dewi Busana.

Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Oleh karena itu peneliti yang melakukan wawancara mempunyai tiga kewajiban yaitu:

- 1) Memberitahu informan tentang hakikat penelitian dan pentingnya kerja sama mereka dengan penelitian;
- 2) Menghargai informan atas kerja samanya; dan
- 3) Memperoleh informasi dan data yang diinginkannya

Dokumentasi

Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Sedangkan pada penelitian tentang Implementasi Manajemen Bisnis Islami dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus di Toko Baju Dewi Busana Kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu) ini dokumentasi yang digunakan adalah:

- a. Dokumentasi Kegiatan Penelitian oleh Peneliti di Toko Baju Dewi Busana kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu.
- b. Dokumentasi Kegiatan-kegiatan yang mendukung penelitian pada Toko Baju Dewi Busana Kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu.
- c. Dokumen-dokumen pendukung lainnya yang terdapat pada Toko Baju Dewi Busana Kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur

Desa Sungai Itik merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi yang terbentuk pada tahun 2014, dimana terbentuknya Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur ini berdasarkan Undang-undang Nomor 54 Tahun 1999. Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu ini dipimpin oleh 1 Orang Kepala Desa dimana untuk memabantu percepatan dalam pelaksanaan birokrasi reformasi pemerintahan, Kepala Desa Sungai Itik dibantu oleh 1 orang Sekretaris Desa dan beberapa Kepala Urusan Desa dibidangnya masing-masing meliputi Kaur Pemerintahan, Kaur Keagamaan, Kaur Umum dan Tata Usaha, Kaur Keuangan, Kaur

Perencanaan, serta Kepala Dusun dan Ketua BPD beserta Anggotanya sebagai fungsi pengawasan pada pelaksanaan pemerintahan desa. Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu memiliki luas sekitar 2369 Ha, secara geografis Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu berbatasan dengan:

- a) Sebelah Utara : Berbatasan dengan Laut China Selatan
- b) Sebelah Selatan : Kelurahan Sungai Lokan
- c) Sebelah Timur : Desa Sungai Jambat
- d) Sebelah Barat : Desa Simpang Jelita

Luas Wilayah Desa Sungai Itik memiliki tanah sawah berukuran 103 Ha dan tanah perkebunan 1474,65 Ha serta memiliki kas tanah berukuran 5 Ha. adapun secara orbitasi Letak Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu yaitu:

- a) Jarak dari Pusat Pemerintah Kecamatan 0,5 KM
- b) Jarak dari Pusat Pemerintah Kota 86,5 KM
- c) Jarak dari Ibu Kota Provinsi Pusat 145 KM

Jumlah Penduduk Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur yaitu Laki-laki sebanyak 1068 Jiwa dan Perempuan sebanyak 1098 Jiwa, dimana penduduk Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Mayoritasnya yaitu sebagai Petani dan Nelayan. Hal ini dibuktikan jika dilihat dari jenis pekerjaan masyarakat Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 29 Orang, TNI 1 Orang, POLRI 10 Orang, Wiraswasta/ Pedagang 48 Orang, Penyedia Layanan Jasa 25 Orang, sebagai Petani 115 Orang dan sebagai Nelayan 109 Orang namun tidak memiliki pengangguran. Hal ini dikarenakan mereka yang tidak memiliki pekerjaan tetap secara umum berkontribusi sebagai Nelayan atau Petani untuk memenuhi kebutuhan Hidup, baik mereka yang putus sekolah ataupun mereka yang tidak memiliki Pendidikan.

Temuan Hasil Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut ditengah Pandemi Covid-19 ini ditemukan bahwa terdapat beberapa penerapan strategi guna memaksimalkan pendapatan, strategi-strategi tersebut sebagai upaya yang dianggap dapat mengatasi adanya kendala yang dihadapi oleh pengusaha jual beli ikan laut ditengah pandemi Covid-19 ini. adapun upaya yang dilakukan yaitu dengan menjual ikan ke para penampung dan melakukan pengiriman ikan laut ke beberapa daerah terdekat guna meningkatkan penjualan.

- Menjual Kepenampungan Ikan

Sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia para pengusaha jual beli ikan laut dapat menjalankan bisnisnya diberbagai tempat seperti pasar-pasar ikan tradisional di Kecamatan Sadu dan Beberapa wilayah lainnya, namun sejak pandemi Covid-19 melanda kegiatan-kegiatan tersebut tidak dapat lagi dilakukan karena adanya kebijakan pemerintah untuk melakukan karantina wilayah yang membuat pasar-pasar menjadi sepi pembeli. Banyak faktor yang membuat sepi pembeli tersebut seperti penurunan pendapatan masyarakat karena tidak dapat menjalankan usaha ditengah pandemi corona dan adanya ketakutan akan penyebaran virus tersebut, maka dari itu diperlukan tindakan antisipasi agar kegiatan jual beli ikan laut dapat

terus berjalan. Salah satu kegiatan antisipasi yang dilakukan oleh pengusaha jual beli ikan laut yaitu dengan menjual ikan ke para penampung, dengan memanfaatkan para penampung maka kegiatan jual beli Ikan laut tetap masih dapat berjalan sebagaimana mestinya sebagai salah satu upaya agar pengusaha tetap dapat bertahan ditengah pandemi Covid-19 ini.

- Mengirim Ikan ke daerah lain

Pengiriman ikan dilakukan ke daerah-daerah terdekat saja seperti Nipah Panjang dan Kuala Tungkal, dan jenis barang yang dikirimpun merupakan jenis hewan laut yang tahan lama seperti kerrang dan kepiting karena mempertimbangkan adanya kekhawatiran pembusukan selama diperjalanan. Pengiriman ikan ini juga merupakan upaya dalam memaksimalkan kegiatan jual beli ikan laut ditengah pandemi Covid-19 ini, kegiatan-kegiatan inilah yang ditemukan oleh penulis dilapangan dalam melakukan penelitian tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut ditengah Pandemi Covid-19 di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Laut ditengah Pandemi Covid-19, maka ditemukan bahwa:

Strategi Pemasaran yang digunakan Pengusaha Jual Beli Hasil Laut ditengah Pandemi Covid-19

adapun strategi pemasaran yang digunakan pengusaha jual beli hasil laut di tengah Pandemi Covid-19 ini yaitu:

- a. Menjual ke Penampungan Ikan

Sepinya pasar yang diakibatkan dari penyebaran Covid-19 membuat kegiatan jual beli hasil laut menjadi tidak maksimal, ini disebabkan karena adanya penurunan pendapatan pedagang penjual ikan dipasaran karena sepinnya pembeli. Hal ini juga memberi dampak kepada Pengusaha Jual Beli Hasil Laut di Desa Sungai Itik Kabupaten Tanjung Jabung Timur ini, karena pada umumnya pengusaha jual beli hasil laut sangat bergantung pada para pedagang ikan di pasaran untuk menjual Ikan-ikan hasil tangkapan nelayan. Jika sepinnya pembeli tidak segera ditindaklanjuti, dikhawatirkan akan membuat banyak pengusaha jual beli hasil laut menjadi rugi di tengah pandemi Covid-19 ini. menyikapi hal tersebut salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan para penampung-penampung ikan dengan skala besar, karena pada umumnya para penampung dengan skala besar memiliki trik tersendiri dalam menjual Ikan-ikannya, oleh karena itu dengan menjual Ikan-ikan kepada para penampung diharapkan dapat menjadi solusi dalam memasarkan Ikan-ikan laut ditengah Pandemi Covid-19 ini. sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak H. Edi yang menjelaskan: *“Memang kami cukup kesulitan menjual Ikan-ikan ini sejak Pandemi Covid-19 ini karena pasar-pasar sepi dan bukan Cuma kami, hampir semua pedagang merasakan sepinnya pasar sejak Pandemi Corona ini. banyak anak buah*

saya terpaksa harus berhenti dulu membuka lapak dipasar karena sepi pelanggan, karena ikan-ikan ini paling lama 3 hari masih tahan kalau di es, tapi kalo sudah lewat ikan-ikan menjadi busuk dan mau tidak mau dikeringkan. Maka solusinya gimana? Saya coba tanya sama Toke Kieng, Alhamdulillah beliau mau tamping ikan kita, jadi sekarang ikan-ikan kita jual semua kebeliau". Toke Kieng merupakan salah satu pengusaha penampung ikan dengan skala cukup besar, karena Ikan-ikan yang beliau tamping sudah ditempah oleh para pembeli di beberapa tempat seperti tempat makan, para pedagang keliling dan ke beberapa pembeli lainnya dengan jumlah yang cukup besar pula. Maka dari itu hal ini tentunya dapat dimanfaatkan sebagai solusi dalam mengatasi adanya kendala dalam memasarkan ikan di tengah Pandemi Covid 19 ini, hal ini juga dikatakan oleh Bukhari salah satu karyawan pengusaha ikan di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu yang mengatakan: *"Kebetulan kami disini punya 2 kapal penangkap ikan yang cukup besar atau sering orang bilang kapal terol, kalau untuk Ikan-ikan hasil tangkapan kami jual ke Toke Kieng karena Sekarang beliau yang tampung sesuai dengan arahan boss kami. Kalau sebelumnya Kamilah yang menampung semua ikan karena kami juga punya beberapa lapak dipasar, karena mungkin pasar jadi sepi maka penjualan diarahkan kesini.* Dalam kegiatan bisnis hendaknya semua pihak dapat merasa diuntungkan, karena pada prinsipnya fungsi kegiatan bisnis adalah untuk mencari keuntungan melalui sebuah usaha. Begitu juga dengan strategi pemasaran yang diterapkan pengusaha jual beli hasil laut ini, layaknya sebagai solusi dalam mengatasi masalah pemasaran di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu. Hendaknya Toke Kieng sebagai penampungpun merasakan keuntungan dari adanya kegiatan Jual Beli Hasil Laut ini, karena jika kegiatan tersebut hanya menguntungkan sebelah pihak maka dikhawatirkan strategi ini tidak dapat berlangsung lama. Maka dari itu penulis mencoba untuk mencari informasi dari Toke Kieng terkait hal tersebut, adapun pernyataan yang beliau katakan yaitu: *"Iya benar, saya yang membeli semua hasil tangkapan kapal bang Edi (H. Edi), dan ini berlangsung baru beberapa bulan ini saja karena sebelum-sebelumnya beliau ikan nampung sendiri. Beliau itu enak punya kapan sendiri dan banyak anak buahnya, kalau saya Cuma punya anak buah kalau kapan sendiri saya tidak ada. Biasanya saya membeli dari Nelayan-nelayan kecil kaya nelayan jarring atau terol-terol kecil, ikan-ikan saya jual kembali ke Beberapa rumah makan dan sebagian saya kirim juga ke Nipah kebetulan disana saya punya kenalan yang juga menampung Ikan-ikan dari saya. Maka dari itu dimusim Covid gini banyak nelayan berhenti melaut dan pemasukan untuk stok saya pun berkurang, maka saya mau menampung Ikan-ikan dari beliau karena saya juga kekurangan bahan".* Memiliki relasi dalam menjalankan sebuah bisnis sangatlah penting karena relasi kerap menjadi solusi bahkan terkadang memberikan peluang dalam upaya untuk mengembangkan sebuah usaha, seperti halnya yang diterapkan oleh pengusaha jual beli hasil laut di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu. Meskipun pasar menjadi sepi pembeli dan berdampak terhadap pendapatan pengusaha jual beli hasil laut, namun berkat adanya relasi maka masalah tersebut dapat terselesaikan dan kegiatan usaha jual beli lautpun dapat terus berjalan

guna mengembangkan usaha dan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan khususnya.

b. Mengirim Hasil Tangkapan ke Daerah Lain

Kegiatan ekspor dan infor merupakan salah satu kegiatan yang kerap dilakukan oleh pengusaha pada umumnya, kegiatan ini sebagai upaya untuk memperlebar pemasaran hasil produksinya baik itu bahan mentah maupun bahan jadi sebagai kebutuhan masyarakat pada umumnya. Kegiatan inilah salah satu kegiatan yang dimanfaatkan oleh pengusaha jual beli hasil laut dalam melakukan pemasaran di tengah pandemi Covid-19 ini, karena pasar yang sepi maka salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan melakukan pengiriman Ikan-ikan hasil laut ke beberapa daerah terdekat sebagai solusi. Hal ini diungkapkan langsung oleh H. Edi yang mengatakan: *“Kalau ditanya pengiriman - pengiriman hasil laut itu sebenarnya ada kita lakukan, Cuma itu tidak sering karena maklum sekarang ni daerah lain juga bisa lockdown. biasanya seperti Ketam dan Ikan Kurau itu kami kirim ketunggal dan ke nikah Panjang karena kebetulan disana juga ada kenalan yang menampung, tetapi sekarang agak sulit karena khawatir dijaga dilaut diperbatasan. Kalau tidak janji dulu ketemu ditengah laut kasar to tidak berani kami ngirim kesana, takut gagal ikan busuk”*. Berdasarkan keterangan yang dikatakan oleh H. Edi diatas dapat disimpulkan bahwasannya kegiatan pengiriman yang dilakukan oleh H. Kieng sebenarnya juga dilakukan oleh H. Edi sebagai pengusaha jual beli ikan di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu dengan skala yang lebih besar, hal ini dikarenakan pengiriman Ikan-ikan tidak hanya ditujukan ke Nipah Panjang yang merupakan daerah satu Kabupaten. Namun pengiriman juga dilakukan ke daerah tetangga yaitu Kuala Tunggal Kabupaten Tanjung Jabung Barat, namun adanya dampak yang diakibatkan oleh Pandemi Covid-19 ini terkadang membuat kegiatan tersebut tidak dapat terealisasi.

c. Menjual Eceran ke Tetangga

Salah satu penyebab pasar menjadi sepi ditengah masa pandemi ini yaitu karena masyarakat pada umumnya khawatir untuk melakukan kontak dengan orang lain, baik kontak karena disengaja maupun kontak yang tidak disengaja guna membatasi penyebaran virus corona. sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih untuk banyak berdiam dirumah dan membeli kebutuhannya pada Kawasan yang tidak jauh dari rumah atau dengan memanfaatkan para penjual keliling meski dengan harga yang lebih mahal dari pada harga dipasar pada umumnya, maka hal inilah yang dimanfaatkan oleh pengusaha jual beli hasil laut di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur dalam memasarkan Ikan dan hasil laut ditengah pandemi Covid-19.

Penerapkan Strategi Pemasaran yang digunakan Pengusaha Jual Beli Hasil Laut ditengah Pandemi COVID 19

Penerapan merupakan cara dalam melakukan sebuah tindakan atau perbuatan, penerapan yang baik dan benar sangat penting dilakukan karena sangat berdampak terhadap kesuksesan atau kegagalan dalam sebuah pelaksanaan kegiatan. Begitu juga dengan penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha Jual Beli Ikan di Desa Sungai

Itik Kabupaten Tanjung Jabung Timur ditengah pandemi covid-19 ini, adapun upaya atau penerapan strategi dilakukan dengan cara:

a. Menjalinkan Kerjasama

Sebagaimana yang kita ketahui dalam upaya melakukan strategi pemasaran jual beli hasil laut ditengah pandemi Covid-19 ini yang diperlukan seorang pengusaha adalah rekan atau relasi kerja, karena fungsi relasi adalah untuk memperluas arena dalam melaksanakan bisnis dengan ketentuan sama-sama saling diuntungkan. Maka dalam menjalankan strategi pemasaran tersebut pengusaha jual beli hasil laut melakukan kerjasama dengan para relasi agar tetap dapat menjual hasil tangkapan ikan nelayan kepasarannya, karena pada umumnya para penampung ikan dengan skala besar cenderung telah memiliki konsumen tetap yang akan membeli Ikan-ikan yang mereka miliki dalam jumlah yang banyak.

Faktor Penghambat dan Solusi dalam menerapkan Strategi Pemasaran yang digunakan Pengusaha Jual Beli Hasil Laut ditengah Pandemi COVID 19

Adapun faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran pengusaha jual beli ikan di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu yaitu:

a. Faktor Penghambat

Menjalankan bisnis ditengah pandemi Covid-19 ini merupakan kegiatan yang cukup sulit dilakukan, hal ini dikarenakan banyaknya kendala yang dapat terjadi karena kebijakan-kebijakan yang diambil dalam memutus mata rantai penyebaran virus corona ini. begitu juga dalam menjalankan strategi pemasaran jual beli hasil laut ditengah pandemi Covid-19 di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu Kabupaten Tanjung Jabung Timur yang menjadi objek penelitian, adapun yang menjadi faktor penghambat dalam menerapkan strategi pemasaran pengusaha jual beli hasil laut di tengah pandemi Covid-19 ini yaitu:

- Pembatasan Wilayah
- Ikan membusuk

b. Solusi

begitu juga yang terjadi pada usaha jual beli hasil laut di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu, guna mengatasi adanya kendala-kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha di tengah pandemi Covid-19 ini, maka tindakan yang dilakukan adalah sebagai Stop Kegiatan Usaha, Melakukan pemberhentian sementara pada kegiatan jual beli hasil laut di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu merupakan tindakan yang tepat dalam mempertahankan kehidupan sebuah perusahaan, pilihan ini diambil sebagai pilihan karena adanya kekhawatiran tentang dampak yang lebih besar dapat ditimbulkan jika terus beroperasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian tentang Staregi Pemasaran Jual Beli Ikan Desa Sungai Itik di tengah pandemi Covid-19 maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

- Strategi Pemasaran yang digunakan pengusaha jual beli ikan Desa Sungai Itik di tengah Pandemi Covid-19 ini yaitu:
 - a. Menjual ke Penampung Ikan merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan, karena pada umumnya penampung memiliki konsumen tersendiri yang akan membeli dalam jumlah besar. Oleh sebab itu dengan melakukan kerja sama dengan penampung ikan diharapkan dapat menjadi solusi dalam melakukan jual beli ikan di Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu.
 - b. Melakukan pengiriman ke beberapa daerah tetangga, strategi pemasaran dengan metode ini bertujuan untuk memperluas pasar dalam melakukan kegiatan jual beli. Namun strategi ini tidak bisa maksimal dilakukan karena terkadang juga terdapat kendala dalam pelaksanaannya, seperti adanya karantina wilayah yang membuat pengiriman ikan tidak dapat dilaksanakan.
 - c. Menjual eceran ke Tetangga merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan di tengah Pandemi Covid-19 ini, karena pada umumnya jual ikan dilakukan dengan skala besar namun karena sepiunya pasar maka dengan menjual secara ecer kepada tetangga dan masyarakat diharapkan turut menjadi solusi, meskipun pada tahapan ini target penjualan tidak dapat secara maksimal dicapai karena adanya batasan kemampuan masyarakat dalam melakukan pembelian ikan.
- Penerapan Strategi Pemasaran Jual Beli Hasil Laut Desa Sungai Itik di tengah pandemi Covid-19 ini yaitu:
 - a. Menjalin Kerjasama dengan relasi kerja, hal ini guna mempermudah antara pihak penjual dan penampung dalam melakukan jual beli. Dengan menjalin kerjasama yang baik dengan relasi diharapkan dapat memperluas jangkauan penjualan yang pada masa pandemi Covid-19 banyak terkendala karena sepiunya pasar dan pembeli.
- Adapun Faktor penghambat dan Solusi Strategi Pemasaran Jual Beli Hasil Laut Desa Sungai Itik di tengah pandemi Covid-19 yaitu:
 - a. Yang menjadi faktor penghambat dapat menjalankan strategi pemasaran di tengah pandemi Covid-19 ini yaitu Adanya pemberlakuan lockdown atau karantina wilayah sehingga mempersulit pengusaha jual beli ikan untuk melakukan pengiriman ke beberapa daerah lain, selanjutnya yaitu adanya resiko kerusakan ikan atau ikan yang menjadi busuk karena terlalu lama tidak dibeli oleh konsumen.
 - b. Adapun solusi yang digunakan oleh pengusaha jual beli ikan di Desa Sungai Itik dalam mengatasi kendala tersebut yaitu dengan memberhentikan sementara kegiatan pencarian ikan sampai harga menjadi stabil dan pasar dapat kembali digunakan, kegiatan ini dilakukan jika relasi juga tidak mampu lagi untuk menampung hasil penangkapan ikan yang dihasilkan oleh pengusaha jual beli ikan.

Saran

Penulis menyadari bahwasannya hasil penelitian yang dilakukan masih jauh dari sempurna dalam menganalisa tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Ikan Desa Sungai Itik di tengah pandemi Covid-19 ini, maka dari itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca dalam upaya penyempurnaan hasil penelitian. Maka dari

itu berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan yang diuraikan pada pembahasan sebelumnya, penulis menyarankan untuk:

- Memanfaatkan media online dengan sistem delivery untuk melakukan kegiatan pemasaran dalam kegiatan jual beli hasil laut sepertinya juga perlu dicoba, karena ditengah pandemi Covid-19 ini masyarakat lebih banyak menjankan aktivitas dirumah. Maka dengan adanya pemasaran dengan media online akan mempermudah mereka serta menumbuhkan minat mereka untuk melakukan pembelian ikan untuk kebutuhan sehari-hari, terlebih dengan pelayanan delivery sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan pembelian ikan.
- Melakukan pengolahan ikan kering dalam mengatasi adanya ikan-ikan yang menjadi busuk juga dijadikan sebagai solusi, karena dengan pengolahan menjadi ikan kering maka daya tahan ikan akan bertambah lebih lama sehingga dapat digunakan sebagai bahan produk yang dapat dikirim ke beberapa daerah lain.

Batasan Penelitian dan Penelitian Lanjutan

Penelitian tentang Strategi Pemasaran Jual Beli Hasil Laut ditengah Pandemi Covid-19 (Studi pada Desa Sungai Itik Kecamatan Sadu) ini masih masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan guna penyempurnaan pada hasil penelitian ini. penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna bagi pembaca serta menjadi referensi bagi para penelitian selanjutnya, dalam meneliti tentang strategi pemasaran dalam ruang lingkup yang berbeda.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Qur'an dan Terjemahnya (2016). *Departemen Agama RI*, Cetakan Pertama, Bandung Rosdakarya
- Emzir (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Cetakan ke 5, Jakarta, PT Raja Grafindo Persama.
- Guy Kawasaki (2011). *Reality Check*, Cetakan pertama, Tangerang, Fortpolio Amerika
- Istijanto Oei (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*, Cetakan Kelima, Jakarta, PT Gramedia
- Lexi J. Moleong (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan Kedua, Bandung, Remaja Rosdakarya
- Michell Suharli (2006). *Akutansi untuk Bisnis Jasa dan Dagang*, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu
- MK. Abdullah (2010). *Kamus Bahasa Indonesia sesuai EYD*, Cetakan Pertama, Bandung, Refika Aditama
- Moh. Nazir (2013). *Metode Penelitian*, Cetakan kedelapan, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Muhammad Mahsun (2018). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*, Cetakan Ke 7, Yogyakarta, BPFE
- P. Joko Subagyo (2015). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Cetakan ke 7, Jakarta, PT Rineka Cipta
- Rachmat Syafe'I (2001). *Fiqh Muamalah*, Cetakan ke 10, Bandung, CV Pustaka Setia.
- Sadono Sukirno (2016). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, Cetakan Pertama, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada

Julkifli Simatupang (2018). *Jurnal Analisi Strategi Pemasaran PT. Ines dalam meningkatkan minat pelanggan di Minimarket Fresh*, Jambi, Universitas Batang Hari

Muhammad Ridwan (2015). *Strategi Bisnis Pengusaha Karet dalam mempertahankan harga terhadap harga yang tidak seimbang*, Jambi: Universitas Jambi.

Muhammad fadli (2018). *Strategi Pemasaran Cucian Mobil Ivan Car Wash Kuala Tungkal dalam meningkatkan penghasilan*, Kuala Tungkal: STAI An-Nadwah.