

Strategi Kreatif Dalam Mendukung Pengelolaan Tambak Ikan di Danau Maninjau Dimasa Covid-19

Try wahyuni¹, Riscia Wahyuni Putri², Rita Fitri Sovia³,
Indah Prima Yendri⁴, Devi Wahyuni⁵, Ramdani Bayu Putra⁶

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email: trywahyuni199@gmail.com¹, wriscia@gmail.com², ritafitrisovia123@gmail.com³, primayendri16@gmail.com⁴, deviwahyuni918@gmail.com⁵, ramdanibayuputra@gmail.com⁶

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2022-02-23

Revised : 2022-03-01

Accepted: 2022-03-01

KEYWORD

Business Strategy, Marketing, MSMEs, Creative Economy

KATA KUNCI

Strategi Bisnis, Marketing, UMKM, Ekonomi Kreatif

ABSTRACT

This research was conducted to find out the strategies implemented by micro, small and medium enterprises (MSMEs) in facing the Covid-19 pandemic. The object of this research is the UMKM Cahaya Surga fish pond, Jl Bayur Maninjau, Tanjung Raya district, Agam district. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive analytical, verification and exploratory approach. Based on the research results, it was found that the business strategy used was to develop appropriate marketing strategies to achieve sales targets and better productivity. Planning and developing business products at affordable prices must attract consumer interest. Determining the right product distribution channel as a means of outperforming competitors. Thus, the conclusion of this research is to maintain the continuity of small businesses (MSMEs). For the sustainability of their business, the strategy and creativity that can be applied by the owner of Cahaya Surga Fish Farm is marketing that is carried out optimally so that they can survive in the midst of the Covid-19 pandemic.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang di terapkan salah satu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam menghadapi masa pandemi covid -19. Objek penelitian ini adalah UMKM Tambak Ikan Cahaya Surga Jl Bayur Maninjau Kec Tanjung Raya Kab Agam. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis, verifikatif, dan eksploratif. Berdasarkan hasil penelitian, didapati bahwa strategi bisnis yang digunakan adalah dengan melakukan pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik Perencanaan dan pengembangan produk usaha dengan harga yang terjangkau harus menarik minat konsumen. Penentuan saluran distribusi produk yang tepat sebagai sarana mengungguli pesaing. Dengan demikian kesimpulan dari penelitian ini adalah untuk mempertahankan kelangsungan usaha kecil (UMKM) Untuk keberlangsungan usahanya tersebut strategi dan kreatifitas yang dapat diterapkan oleh pemilik Tambak Ikan Cahaya Surga adalah pemasaran yang dilakukan secara optimal agar dapat bertahan ditengah pandemi Covid-19 ini

1. Pendahuluan

Sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki laut yang dapat dikelola sebesar 5,8 juta km² dan mempunyai potensi serta keanekaragaman sumber daya kelautan dan perikanan yang sangat besar. Hal ini merupakan modal yang besar bagi pembangunan ekonomi dan pada akhirnya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, sumber daya kelautan dan perikanan tersebut dapat digunakan sebagai sumber bahan pangan untuk memenuhi kebutuhan protein masyarakat. Sehingga peningkatan produksi perikanan diharapkan mampu mendukung ketahanan pangan nasional.

Budidaya perikanan atau perikanan budidaya adalah kegiatan memproduksi biota (organisme) akuatik (air) untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu lokasi yang potensial untuk pengembangan kegiatan budidaya perikanan adalah Danau Maninjau. Danau Maninjau merupakan danau alami termasuk kategori danau vulkanik yang terletak di Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat. Luas permukaan air Danau Maninjau 9.737,50 ha dengan volume air 10.226.003.624,2 m³, dan kedalaman maksimum 165 m, serta keliling danau sekitar 75 km (Saputra, 2010).

Danau Maninjau memiliki potensi ketersediaan air yang tinggi. Pengembangan budidaya perikanan dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Pengembangan Perikanan Budidaya oleh Pemerintah Pusat dilaksanakan dengan berbagai program. Program utama yang menjadi prioritas dari Pemerintah Pusat melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan adalah Program Dana Alokasi Khusus (DAK). Program DAK bertujuan untuk menjamin pembangunan kedaulatan yang mampu menopang kemandirian ekonomi dalam pengelolaan sumber daya kelautan dan perikanan, menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan sumber daya.

Sejak akhir tahun 2019 sampai saat ini kondisi pasar komoditas perikanan dunia mengalami guncangan yang disebabkan pandemi COVID-19. Pada triwulan 1 tahun 2020, banyak negara yang terjangkit wabah COVID-19 memberlakukan kebijakan lockdown guna membatasi pergerakan penduduk dari dan ke negaranya. Bahkan banyak negara yang melarang penduduknya untuk melakukan aktivitas di negaranya guna menghentikan laju penyebaran wabah COVID-19. Akibatnya permintaan akan komoditas perikanan banyak yang mengalami penurunan. Selain itu juga, kebijakan penanganan pandemi COVID-19 berpotensi mengubah rantai pasokan produk

perikanan, dari produksi perikanan tangkap dan budidaya hingga pola distribusi dan pemasaran (Suhana et al., 2021).

Dampak pandemi COVID-19 ini juga memberikan dampak yang buruk bagi pemilik tambak ikan yang dimaninjau. Dimana dimasa pandemi ini para pemilik tambak dituntut untuk menyusun strategi dan mengembangkan kreatifitas dalam mengelola tambak ikannya agar dapat bertahan dan tetap menjalankan bisnisnya ditengah pandemi.

2. Metode Penelitian

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bisa dilakukan dengan kontak langsung dan memahami pendapat seseorang dengan fikiran terbuka dan disertai dengan interaksi secara simbolik. Penelitian dilakukan di Tambak Ikan Cahaya Surga yang berlokasi di Bayua Maninjau, Tanjung Raya, Kabupaten Agam, Sumatera Barat.



Dimana objek yang diteliti adalah UMKM. Adapun pelaksanaan penelitian dilaksanakan di bulan November 2021. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis, verifikatif, dan eksploratif. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh dari wawancara yang tidak terstruktur ke sumber informasi (informan kunci dan informan) yaitu pemilik usaha. Teknik analisis data menggunakan model deskriptif kualitatif dalam bentuk pengumpulan data, reduksi data, display data, dan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Di era pandemi covid-19 banyak sekali sektor yang terdampak. Seperti halnya pada sektor UMKM yang merasakan dampak adanya pandemi ini. Hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM Tambak Ikan Cahaya Surga diketahui bahwa keadaan usaha tambak ikan di masa pandemic covid-19 menurun sejak diberlakukan PSBB secara ketat karena UMKM Tambak Ikan Cahaya

Surga ini mengirim hasil tambak ikannya keluar daerah Maninjau seperti ke Solok, Bukittinggi, Lubuk Basung, Sijunjung. Hal ini dapat terlihat pada gambar berikut:



Untuk keberlangsungan usahanya tersebut strategi dan kreatifitas yang dapat diterapkan oleh pemilik Tambak Ikan Cahaya Surga agar dapat bertahan ditengah pandemi Covid-19 dalam upaya memasarkan produk ikannya secara optimal. Strategi pemasaran yang digunakan di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan melakukan pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik. Perencanaan dan pengembangan produk usaha dengan harga yang terjangkau harus menarik minat konsumen. Penentuan saluran distribusi produk yang tepat sebagai sarana mengungguli pesaing.

Melalui peningkatan teknologi dan didorong karena adanya pembatasan sosial maka para UMKM mampu memperkuat pada bidang pemasaran, melalui penyebaran media-media digital yang mampu menjangkau konsumen tanpa harus bertemu seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp serta menampilkan video unik dan menarik bagi pelanggan. Selain melakukan penguatan terhadap bidang pemasaran para pelaku UMKM harus memperkuat di bidang manajemen sumber daya manusia, dalam hal ini para pelaku usaha diwajibkan untuk mampu beradaptasi pada kondisi seperti ini, salah satunya dengan mempelajari tentang pemanfaatan teknologi yang ada sekarang, memudahkan para UMKM untuk membuat diversifikasi produk dengan teknologi dan meningkatkan kualitas layanan produk terhadap konsumen.

Dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Tambak Ikan Cahaya Surga diketahui bahwa dampak pandemi covid- 19 bagi pemasaran produk UMKM Tambak Ikan Cahaya Surga pemanfaatan

internet dan media sosial untuk memasarkan hasil produksinya sangat tepat dan bermanfaat. Hal yang sangat penting untuk mengembangkan UMKM yaitu melalui strategi digital marketing. dari media digital, diantaranya menjadikan UMKM mampu menulis informasi tentang produk, untuk menampilkan gambar produk, untuk memvisualisasikan produk, untuk melampirkan informasi mendukung produk, membantu konsumen berkomunikasi secara daring dengan pengusaha, untuk difungsikan sebagai alat pembayaran, mempertunjukkan kesaksian, mencatat pengunjung, memberikan persembahan khusus, dan kepada memfasilitasi pencarian produk.

Dengan dilakukannya pemasaran produk secara online, hal ini tentunya akan meningkatkan pendapatan UMKM, hal ini juga upaya dalam mendukung pemasaran secara tradisional. Penyelamatan UMKM dari dampak pandemi covid-19 dinilai sangat penting, karena sektor UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Dengan penyelamatan pendapatan dan omset UMKM juga berimbas terhadap karyawan/pegawai, karena mereka tidak kehilangan pekerjaan yang dapat mengurangi angka pengangguran.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang tepat selain dapat mempertahankan kelangsungan usaha kecil juga dapat memperluas jaringan pemasaran yang berdampak positif bagi pertumbuhan dan perkembangan usaha kecil di masa yang akan datang.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan Program peningkatan produksi budidaya ikan air tawar dilakukan pada Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam. Kegiatan dilakukan sesuai dengan target pekerjaan dan sesuai dengan capaian yang telah ditetapkan dan juga pemasaran yang dilakukan secara optimal seperti melalui media sosial. Program peningkatan produksi budidaya ikan air tawar mendapat sambutan baik oleh pembudidaya ikan tersebut dan termanfaatkan dengan baik. Ide kreatif yang ditemukan anggota kelompok diharapkan dapat membantu pemilik karamba untuk meningkatkan produksi, kemandirian ekonomi dan kesejahteraan pembudidaya.

5. Referensi

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik COVID-19 di Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.
- Saputra, A. (2010). Peluang dan tantangan budidaya ikan di Danau Maninjau Provinsi Sumatera Barat. *Media Akuakultur*, 5(1), 18–21. <https://doi.org>
- Suhana, Sulistijowati, R., Ihsan, Y. N., & DKK. (2021). Keberlanjutan pengelolaan perikanan era new normal pasca pandemi COVID-19: Gagasan inovasi masa depan. *Jurnal Perikanan Indonesia*, 12(3), 45–60.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).