

# STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA IKAN BANDENG DESA TANJUNG PAKIS DI MASA PANDEMI UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

Robby Fauji<sup>1</sup>, Laras Ratu Khalida<sup>2</sup>, Syifa Pramudita<sup>3</sup>

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS  
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

[robby.fauji@ubpkarawang.ac.id](mailto:robby.fauji@ubpkarawang.ac.id)

[laras.ratu@ubpkarawang.ac.id](mailto:laras.ratu@ubpkarawang.ac.id)

[syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id](mailto:syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id)

## ABSTRAK

Ikan Bandeng merupakan salah satu makanan yang terkenal di Desa Tanjung pakis. Desa Tanjung pakis merupakan salah satu daerah pariwisata laut di Kabupaten Karawang. Penelitian ini juga ditujukan untuk memberikan gambaran solusi strategi bauran pemasaran sebagai solusi jangka pendek dan jangka panjang bagi UMKM desa Tanjungpakis. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik studi literatur dengan hasil bahwa pandemi Covid-19 berdampak terhadap penurunan pertumbuhan perekonomian di Indonesia (minus) termasuk pendapatan ekonomi desa Tanjungpakis kecamatan Pakisjaya. Banyak pelaku UMKM yang harus menghentikan usahanya karena berbagai permasalahan yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Namun, pemerintah juga telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menstimulus UMKM agar dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19. Berbagai strategi dilakukan salah satunya yaitu strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran dinilai dapat membantu UMKM dalam kegiatan pemasaran dan memperluas pasar di tengah pandemi Covid-19.

Rancangan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data model interaktif yang digunakan oleh *Miles* dan *Huberman*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari berbagai sumber penelitian terdahulu. cara pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan cara tanya jawab terhadap individu yang erat kaitan nya dengan permasalahan penelitian, guna memperoleh informasi dan keterangan mengenai masalah yang diteliti,

*Kata kunci : Ikan Bandeng, Perekonomian, Bauran Pemasaran.*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan sektor usaha yang paling terpuruk. Hal ini juga yang menjadi salah satu penyebab pertumbuhan ekonomi Indonesia melambat seperti yang telah dipaparkan pada tulisan di atas. UMKM memiliki peran yang sangat penting di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi Usaha Kecil Menengah (KOMENKOP UKM) jumlah usaha mikro Indonesia adalah 62.106.900 usaha, usaha kecil 757.090 usaha, usaha menengah 58.627 usaha, usaha besar sebanyak 5.460 usaha. Selama ini UMKM dinilai mampu menopang 80% konsumsi dalam negeri, berkontribusi sebesar 60.3% dari total Produk Domestic Bruto (PDB) Indonesia, serta mampu menyerap 97% tenaga kerja dan menyediakan 90% lapangan kerja di Indonesia. Namun, pandemi Covid-19 menghambat kegiatan UMKM sebagaimana biasanya. Dari jumlah UMKM tersebut terdapat 1.785 koperasi dan 163.713 UMKM yang terdampak pandemi Covid-19. Sektor makanan dan minuman paling terdampak pandemi Covid-19, selain itu ada juga sektor industri kreatif dan pertanian.

Mayoritas kegiatan UMKM membutuhkan kehadiran fisik dimana saat pandemi Covid-19 terjadi banyak aktifitas UMKM yang terhenti selama kurang lebih tiga bulan. Terjadi penurunan penyerapan produk-produk UMKM sehingga berefek kepada penurunan keuntungan UMKM. Bahkan sejak awal bulan Maret 2020, pendapatan harian UMKM turun drastis hingga mengancam keberlangsungan bisnis mereka, terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) yang juga turut menurunkan daya beli masyarakat. Ketua Umum Himpunan Pengusaha Muda (HIPMI) Jaya, Afifuddin Suhaeli Kalla mengatakan bahwa keuntungan UMKM merosot hingga 70% sejak pandemi Covid-19.

Namun, jika diperhatikan ada sisi positif yang terjadi saat pandemi Covid-19 sekarang ini dimana ada bisnis-bisnis yang justru mengalami kemajuan yang signifikan. Bisnis-bisnis tersebut adalah bisnis-bisnis yang telah memanfaatkan penggunaan Information and Communication Technology (ICT) dalam kegiatan sehari-harinya, dan bisnis-bisnis yang mampu berinovasi dan beradaptasi dengan cepat dalam menghadapi situasi pandemi Covid-19 dengan mengalihkan kegiatan usahanya dari offline menjadi online. Namun, jumlah pelaku UMKM atau bisnis yang mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19 tidaklah banyak.

dari rumah (work from home) turut merubah perilaku masyarakat. Masyarakat kini lebih suka melakukan belanja secara daring atau online terutama melalui e-commerce. Terjadi peningkatan belanja online sebesar 400% sebagaimana yang disampaikan oleh Ahmad M. Ramli dari Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kominfo yang diprediksi akan terus berlanjut pada era new normal. Hal ini didukung oleh Mohammad Feriadi sebagai Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (Asperindo) bahwa terjadi peningkatan permintaan pengiriman barang. Namun hal ini tidak sedemikian rupa dengan yang terjadi di Desa Tanjungpakis yang mayoritas penghasilan masyarakatnya adalah para nelayan dan bergerak di bidang UMKM kerajinan tangan yang terbuat dari kerang-kerang laut mengalami penurunan dalam segi pendapatan.

## **BAB II**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam sebuah penelitian diperlukan suatu metode untuk memudahkan penulis untuk memecahkan masalah penelitian.” Sugiyono (2012 : 2) menyatakan bahwa “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan”. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian karena mencakup tata cara dalam pelaksanaan penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Sugiyono (2012:11) menyatakan, penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji mengenai strategi pemasaran digital ikan bandeng dalam meningkatkan perekonomian Desa Tanjung pakis.

Penulisan artikel menggunakan metode deskriptif library research yaitu mencari, mempelajari dan mengumpulkan teori serta bahan-bahan yang mendukung bagi penulis dengan mempelajari informasi dari beberapa literatur yang berkaitan dengan strategi pemasaran digital ikan bandeng dalam meningkatkan perekonomian Desa Tanjung pakis.

## B. Waktu dan Tempat Penelitian

### 1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk artikel penelitian.

### 2. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian di Desa Tanjung pakis Kecamatan Pakis jaya Kabupaten Karawang.

## C. Target dan Subjek Penelitian

Penelitian yang sah apabila ada subyek yang terlibat didalam penelitian. Sebenarnya tidak ada kriteria yang pasti mengenai subyek penelitian atau informan dalam membahas sebuah fenomena. Akan tetapi, **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi** menjelaskan beberapa kriteria informan dalam penelitian kualitatif :

- 1. Informan harus memahami langsung situasi atau kejadian yang berkaitan dengan topik penelitian. Tujuannya untuk mendapatkan deskripsi dari sudut pandang orang pertama. Ini salah satu kreteria utama yang harus ada dalam metodologi fenomenologi. Walaupun secara demografis informan cocok. Namun bila ia tidak mengalami secara langsung ia tidak bisa dijadikan informan.**
- 2. Informan bisa dan mampu menggambarkan kembali kejadian atau fenomena yang telah dialaminya. Terutama dalam sifat alamiah dan maknanya. Dengan begitu diharapkan hasil yang diperoleh data yang alamiah dan refleksi menggambarkan keadaan yang sebenarnya.**
- 3. Bersedia untuk terlibat dalam kegiatan penelitian yang mungkin membutuhkan waktu yang relatif lama.**

4. **Bersedia untuk diwawancarai dan direkam aktifitasnya selama wawancara dan penelitian berlangsung.**
5. **Memberikan persetujuan untuk mempublikasikan hasil penelitian.**  
**(2013 : 61)**

Informan merupakan elemen penting dalam penelitian kualitatif oleh karena itu, informan harus merupakan orang yang mengalami secara langsung situasi atau kejadian yang berkaitan dengan topik penelitian. Creswell meyarankan jumlah informan yang memadai untuk sebuah penelitian fenomenologi yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya **Kuswarno**, yaitu :

**Peneliti bertugas untuk mengumpulkan data dari orang yang mengalaminya secara langsung, biasanya melalui wawancara dalam jangka waktu yang lama, dengan informan yang berjumlah sekitar 5-25 orang. (2013: 57)**

Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih sepuluh orang pemilik usaha ikan bandeng di desa Tanjung pakis sebagai informan dan dua informan ahli yakni Kepala Desa Tanjung pakis dan Ketua BUMDesa Tanjung pakis. Dikarenakan peneliti melakukan penelitian di desa Tanjung pakis, dan peneliti ingin meneliti perekonomian penduduk disana. Selain itu para informan ini dianggap telah memenuhi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian fenomenologi.

Pengambilan informan ini dilakukan secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria tertentu yang diperlukan. Berdasarkan pra riset sebelumnya yang berbentuk wawancara kecil dan observasi dimana subyek penelitian yang akan diwawancarai adalah penduduk Desa Tanjung pakis yang memiliki pekerjaan buruh perikanan sebagai sumber. Sehingga diharapkan penelitian ini memperoleh data yang akurat.

## **D. Prosedur penelitian**

Penelitian atau riset adalah aktivitas ilmiah yang sistematis, terarah dan bertujuan. Prosedur atau langkah yang ditempuh dalam penelitian ini, secara garis besar dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang mengacu pada pendapat Moleong (2007:126) menjelaskan bahwa “Tahapan penelitian kualitatif menyajikan 3 tahapan yaitu Tahap pralapangan, Tahap pekerjaan lapangan, dan tahapan analisis data”.

### **1. Tahap Pra-lapangan**

Tahap Pra-lapangan merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti sebelum pengumpulan data. Tahapan ini diawali dengan penjajakan lapangan untuk menentukan permasalahan atau fokus penelitian. Tahapan ini secara rinci meliputi: menyusun rancangan lapangan, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menajajaki dan menilai lapangan, memilih dan memanfaatkan informasi, menyiapkan perlengkapan penelitian, persoalan etika penelitian.

### **2. Tahap Pekerjaan Lapangan**

Tahap pekerjaan lapangan merupakan kegiatan peneliti yang dilakukan ditempat penelitian. Pada tahapan pelaksanaan ini, peneliti mengumpulkan data sesuai dengan fokus masalah dan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Tahap Analisa Data

- 3.** Pada tahap ini dibahas prinsip pokok dalam analisis data, prinsip tersebut meliputi dasar, menemukan tema dan merumuskan permasalahan.

## **E. Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standard data yang diterapkan.

Teknik pengumpulan data sebagai salah satu bagian dari penelitian merupakan salah satu hal yang sangat penting. Hal tersebut dilakukan secara sadar dan terarah, karena berbagai informasi yang tersedia tidak seluruhnya digali oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

### **1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)**

Penelitian ini menggunakan sumber-sumber tertulis berupa buku ilmiah untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian. Sebagai alat sekunder dan sebagai penunjang penelitian. Diantaranya studi literatur mendapatkan kerangka pemikiran teoritis dan untuk mendapatkan kerangka konseptual, memperkaya latar belakang penelitian melalui teknik pengumpulan data yang menggunakan buku atau referensi dengan melengkapi atau mencari data-data yang dibutuhkan literature, referensi, buku, situs/internet dan juga lainnya. Sehingga peneliti memperoleh data-data yang tertulis melalui telaah bacaan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

### **2. Studi Lapangan**

Studi lapangan merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literatur yang digunakan dan kemampuan tertentu dari pihak peneliti. Studi lapangan digunakan untuk memutuskan kearah mana penelitiannya berdasarkan konteks. Studi lapangan biasa diadakan diluar ruangan, baik yang berupa keadaan fisik maupun yang terjadi selama berlangsungnya penelitian ini. Studi lapangan dapat dikatakan sebagai pengamatan secara sistematis terhadap fenomena yang diaamati.

### **3. Observasi Lapangan (*Field Observation*)**

Observasi lapangan atau pengamatan lapangan adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan dengan kelengkapan panca indera yang dimiliki dengan pengamatan langsung lapangan. Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian.

Observasi lapangan merupakan teknik penelitian pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan dalam keadaan sebenarnya, maupun dalam situasi buatan yang khusus diadakan. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diteliti didalam kegiatan observasi lapangan ini. Observasi dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung kepada penduduk Desa Margamulya.

Menurut **Rakhmat** yang dikutip dalam buku **Metodologi Penelitian Komunikasi** mendefinisikan observasi sebagai:

**Untuk tujuan empiris, sebuah observasi mempunyai bermacam-macam fungsi penelitian, yakni deskripsi, melahirkan teori dan hipotesis atau menguji teori dan hepotesis. (2009: 84)**

#### **4. Wawancara Mendalam (*Dept Interview*)**

Wawancara digunakan untuk mengingat peneliti mengenai aspek-aspek yang harus digali, serta apa yang sudah atau belum ditanyakan. Adanya pedoman wawancara juga akan memudahkan peneliti membuat kategorisasi dalam melakukan analisis data.

Menurut **Maleong** dalam buku **Metode Penelitian Kualitatif**, wawancara adalah: **Percakapan dengan maksud tertulis.Percakapan itu dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan terwawancara (*inter*) yang memberikan jawaban dari pertanyaan itu. (2011:187)**

Wawancara mendalam ialah temu muka berulang antara peneliti dan subjek penelitian, dalam rangka memahami pandangan subjek penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, ataupun situasi sosial yang ada disekelilingnya.

Wawancara mendalam dilakukan secara bebas, luwes, terbuka, tidak terstruktur, dan tidak baku. Intinya ialah pertemuan berulang kali secara langsung antara peneliti dan subjek penelitian namun terkontrol sehingga data yang diperoleh adalah data yang luas, akurat, dan mendalam. Tujuannya adalah untuk memahami pandangan subjek penelitian

tentang kehidupan, pengalaman, atau situasi subjek penelitian, sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri.

Dalam konteks penelitian ini, cara pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan cara tanya jawab terhadap individu yang erat kaitannya dengan permasalahan penelitian, guna memperoleh informasi dan keterangan mengenai masalah yang diteliti.

## **F. Teknik Analisis Data**

Rancangan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data model interaktif yang digunakan oleh *Miles* dan *Huberman*. Rancangan analisis data model interaktif menurut *Miles* dan *Huberman* terdiri atas tiga tahapan. Tahapan pertama adalah reduksi data, tahapan kedua adalah display data dan tahapan ketiga adalah kesimpulan atau verifikasi.

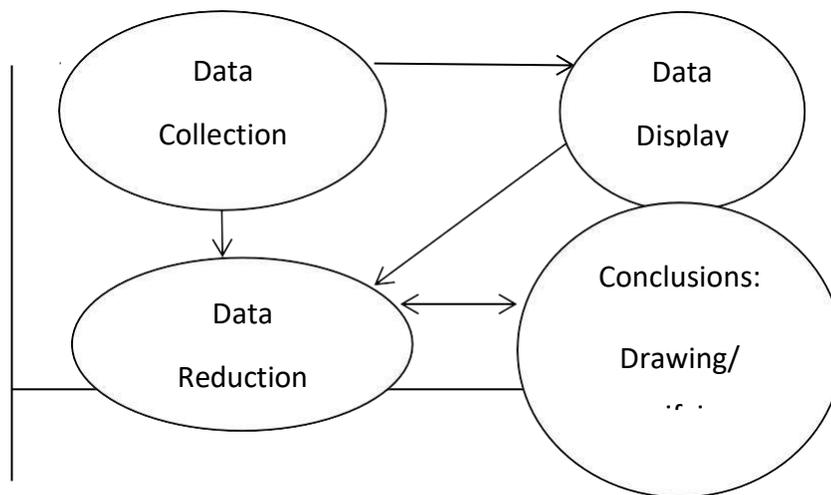
**Sugiyono** menjelaskan tentang analisis data model interaksi dalam bukunya **Memahami Penelitian Kualitatif**, berdasarkan pemahaman tentang analisis data model interaksi **Miles** dan **Huberman** sebagai berikut:

- a. Reduksi merupakan sebagai analisis, reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun, data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan hingga laporan akhir.**
- b. Data display merupakan suatu kesimpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan.**
- c. Kesimpulan/verifikasi dari permulaan pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi-proposisi. (2014 : 91-99)**

Dapat disimpulkan, bahwa reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Sementara upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama dilapangan.

Dari permulaan pengupulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkatkan menjadi lebih rinci. Berikut gambar tahapan-tahapan beserta alur teknik analisisnya :

**Gambar 3.2. Komponen Analisis Data Menurut Miles & Huberman**



**Sumber : Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (2014 : 14)**

Proses pengumpulan data dilakukan sebelum penelitian, pada saat dan bahkan diakhir penelitian dilakukan, idealnya, proses pengumpulan data sudah dilakukan ketika masih berupa konsep. Proses pengumpulan data penelitian kualitatif tidak memiliki

segmen atau waktu sendiri, melainkan sepanjang penelitian yang dilakukan proses pengumpulan data dapat dilakukan.

Untuk mempermudah dalam penelitian, peneliti sebaiknya meringkas data agar mudah dipahami dan membuang data yang tidak diperlukan. Hal ini sangat membantu peneliti menyelesaikan penelitian dengan tidak membahas hal yang tidak perlu dimasukkan ke dalam struktur penelitian.

### BAB III

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dalam proses kegiatan usaha ikan bandeng di desa Tanjung pakis belum menerapkan strategi bauran pemasaran secara komprehensi. Pada era digitalisasi dan globalisasi saat ini, setiap usaha atau bisnis sangat membutuhkan bauran pemasaran untuk menjangkau berbagai segmen konsumen mulai skala lokal sampai internasional. Bauran pemasaran belum dijalankan oleh usaha ikan bandeng di desa Tanjung pakis, sehingga penjualannya masih belum optimal dan berdampak pada perekonomian desa. Usaha ikan bandeng belum memiliki strategi bauran pemasaran seperti promosi melalui media social facebook dan Instagram. Dengan jarang nya aktif dalam Penggunaan media sosial tersebut bisa saja mengakibatkan penurunan konsumen sebab masyarakat yang ingin menanyakan tentang produk di usaha ikan bandeng Tanjung pakis tidak dapat dijangkau dan direspon dengan cepat.

Bauran pemasaran mencakup gabungan beberapa instrumen pemasaran yang sangat strategis seperti produk, harga, tempat dan juga promosi yang harus disesuaikan oleh perusahaan dalam menghasilkan kepuasan terhadap pasar yang dituju. (Kotler dan Amrstrong 2008). Menurut pandangan Hurriyati (dalam Bulanet al., 2019) bauran pemasaran ialah beberapa unsur yang saling berkaitan dan dimanfaatkan secara baik agar perusahaan bisa memperoleh tujuan dari proses pemasaran secara efisien dan mampu memberikannilai kepuasan kepada para pelanggan. Thabit et al.(2018),berpendapat bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi perpaduan dari berbagai variabel keputusan pemasaran, strategi dan rencana yang digunakan oleh manajemen perusahaan saat memasarkan barang danjasanya.Menurut Kotler dan Armstrong (2008), bauran pemasaran mencakup beberapa hal yang dilakukan oleh perusahaan dengan sebutan 4P yakni product (produk), price (harga), place (tempat) dan promotion (promosi), sementara itu pendapat Sangadji (2019) menyatakan bahwa bauran pemasaran ialah gabungan dari beberapa instrumen seperti produk, kegiatan promosi, susunan harga dan sistem penyaluran barang dan jasa. Empat hal tersebut sangat berperan pada situasi persaingan antar produsen yang semakin meningkat karena banyaknya produsen yang mengeluarkan produk serupa dan berpengaruh terhadap jumlah permintaanbarang.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan dari permasalahan permasalahan yang terdapat di desa Tanjung pakis. Tanjung pakis memiliki beberapa usaha perikanan untuk meningkatkan perekonomian dan pendapatan masyarakat. Usaha ikan bandeng diproduksi langsung oleh warga sekitar, akan tetapi terdapat banyak kendala dari usaha tersebut dimulai dari lokasi yang kurang strategis, dan kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Penerapan bauran pemasaran digital bertujuan untuk mengembangkan usaha ikan bandeng di desa Tanjung pakis yang nantinya akan berdampak meningkatnya perekonomian desa Tanjung pakis, dengan cara memaksimalkan dimensi-dimensi dalam bauran pemasaran.

##### 1. Kualitas produk

Kualitas ikan perlu dijaga dari saat ikan mulai ditangkap, proses penanganan di atas kapal, di pelabuhan, distribusi dan pemasaran hingga di konsumsi oleh konsumen. Manajemen kualitas ikan penting dipahami oleh seluruh stakeholder perikanan, mulai dari stakeholder yang bergerak dalam kegiatan penangkapan ikan, distribusi dan pemasaran.

##### 2. Harga

###### a. Harga yang ditawarkan

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.

- Price Sensitivity Meter (PSM) – Strategi penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan/permintaan konsumen. Metode ini didasari persepsi konsumen terhadap nilai/value produk yang diterima, apakah sebanding atau tidak. Untuk mengetahui apakah value suatu produk dapat diterima oleh konsumen, Anda bisa mengukurnya dengan PSM.

3. Tempat (Place):

- a. Lokasi yang strategis
- b. Memilih tempat yang mudah terlihat seperti di pasar agar usaha tersebut dilihat oleh banyak orang
- c. Memilih lokasi dimana banyak orang yang berlalu lalang sehingga memudahkan konsumen berkunjung ke tempat jualan ikan bandeng

4. Promosi (Promotion):

Kegiatan promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha yang sudah berkembang besar. Strategi promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh.

Berikut beberapa manfaat lain dari adanya kegiatan promosi : Mengetahui produk yang diinginkan para konsumen. Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk. Mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga sampai ke konsumen. Mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran. Mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen. Mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasinya. Menciptakan image sebuah produk dengan adanya promosi

**DAFTAR PUSTAKA**

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Moleong, Lexy J. 2011. Metode Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Sangadji, Suwandi S et al. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sagu Rasa Pada Gabungan Kelompok Tani Tagafura Di Kelurahan Jaya Kota Tidore Kepulauan. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan 13(2) ISSN 1978-2586

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, CV. Alfabeta, Bandung.

Thabit et al. 2018. The Evaluation Mix Elements. Internastional Journal Of Social Sciences & Educational Studies 4(4).

Melisa Siska Juminto, "Adaptasi UMKM saat New Normal", (JawaPos.com: Opini, Juni 2020), diakses melalui <https://www.jawapos.com/opini/24/06/2020/adaptasi-umkm-saatnew-normal/>, pada 12 Juli 2020 pukul 20.05 WIB