
Strategi Perluasan Pasar Pada Penjualan Ikan Asin Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjualan Ikan Asin Di Desa Torosiaje Kecamatan Popayato Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo)

Sri Mulyani Wakiden¹, Ramlan Amir Isa², Andi Juanna³

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia³

E-mail: sriwakiden@gmail.com

Abstract: *This present research is classified as qualitative research that aims to analyze the market expansion strategy for sales of salted fish during the covid-19 pandemic. In addition, it is a case study on the sales of salted fish in Torosiaje Village, Popayato Subdistrict, Pohuwato Regency, Gorontalo Province. The data needed or used in this research are data on market expansion strategy for sales of salted fish during the covid-19 pandemic, which are obtained from interview with salted fish home-based business owners in Torosiaje Village. Meanwhile, the data on the determining factors for sales of salted fish during the covid-19 pandemic are obtained from interview with salted fish home-based business owners in Torosiaje Village. Sampling carried out by the researcher is non-probability sampling, where the data collection techniques applied include observation, interview, and documentation. The research data are analyzed qualitatively in which the data collection technique uses interview through a descriptive qualitative method. The research findings indicate that due to the covid-19 pandemic, most of the salted fish business owners in Torosiaje Village are temporarily not operating, except for one business owners who survives, which is Rita Apunye. In the meantime, the market expansion strategy during the covid-19 pandemic includes adding product, increasing sales volume to existing customers, and expanding the market to new areas.*

Keywords: *Market Expansion; Sales of Salted Fish; Covid-19 Pandemic*

Abstrak: Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis strategi perluasan pasar pada penjualan ikan asin di tengah pandemi covid-19 studi kasus pada penjualan ikan asin di Desa Torosiaje Kecamatan Popayato Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. Data-data yang dibutuhkan atau digunakan dalam penelitian ini adalah data-data tentang strategi perluasan pasar dalam penjualan ikan asin pada masa pandemi covid-19 yang didapatkan dari wawancara dengan pemilik usaha rumahan ikan asin di Desa Torosiaje. Dan data tentang faktor penentu dalam penjualan ikan asin pada masa pandemi covid-19 yang didapatkan dari wawancara dengan pemilik usaha rumahan ikan asin di Desa Torosiaje. Pengambilan sampel yang dilakukan peneliti yaitu dengan non-probability sampling, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data bersifat kualitatif, prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dalam hal ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akibat pandemi covid-19 sebagian besar pelaku usaha ikan asin di Desa Torosiaje untuk sementara tidak beroperasi, hanya ada satu pelaku usaha yang bertahan yaitu Rita Apunye. Dan strategi perluasan pasar dalam masa pandemi covid-19 yang dilakukan adalah tambah produk, tingkatkan volume penjualan pada pelanggan yang sudah ada, serta lebarkan pasar kedaerah baru.

Kata Kunci: *Perluasan Pasar; Penjualan Ikan Asin; Pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah melanda Indonesia, berbagai kebijakan untuk mengurangi dan menghentikan pandemi ini dilakukan oleh pemerintah, diantaranya *social distancing*, *physical distancing*, pembatasan sosial berskala besar, dan larangan untuk berpergian. Pada sisi lain, kebijakan ini bermanfaat untuk ketahanan kesehatan masyarakat, namun mempunyai dampak

secara ekonomi yang signifikan bagi dunia usaha di Indonesia termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Mooduto, 2020).

Menurut Hadiwardoyo (2020), pembatasan aktivitas akibat pandemi Covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi secara nasional. Kerugian itu hanya akan tertutupi apabila krisis dapat diakhiri sebelum menimbulkan kebangkrutan usaha secara massal. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) diberlakukan oleh pemerintah, dengan adanya PSBB maka otomatis akan berdampak terhadap semua aktivitas dan akan menimbulkan kerugian besar. PSBB kemudian dilanjutkan dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang dilakukan pada berbagai kota besar.

Sebelum pandemi covid-19 usaha rumahan terus mengalami perkembangan, sehingga usaha rumahan memiliki jenis-jenis yang semakin bervariasi. pengertian usaha rumahan adalah jenis bisnis apapun yang mana lokasinya bertempat di rumah pemilik bisnis. Usaha rumahan merupakan salah satu solusi dari permasalahan ekonomi sangat membantu mengurangi pengangguran karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan dengan cara membuka usaha.

Usaha rumahan juga sebagai penyerap atau penyumbang tenaga kerja yang cukup banyak sehingga dapat menurunkan angka pengangguran. Usaha rumahan juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi karena memanfaatkan sumber daya lokal yaitu sumber daya alam dan sumber daya manusia (Mooduto, 2020). Desa Torosiaje merupakan salah satu penghasil ikan asin terbaik di Provinsi Gorontalo, di desa ini mata pencaharian utama masyarakat adalah nelayan. Kondisi ini yang mendorong masyarakat membuka usaha pembuatan ikan asin, dan bahkan saat ini sudah ada abon ikan asin yang dimulai sejak 2019.

Selain mempertahankan kualitas produk perikanan, pengolahan ikan dilakukan untuk menambah nilai ekonomis ikan sehingga meningkatkan harga jual ikan. Produk-produk perikanan yang diolah dan diawetkan ada berbagai macam yaitu ikan asin, ikan beku, pengalengan ikan, ikan kering, ikan asap, dan ikan lain-lain. salah satu produk olahan ikan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah ikan asin. Selain harganya terjangkau, ikan asin juga mudah diperoleh. Ikan asin memiliki kandungan protein yang lebih tinggi dibandingkan ikan segar. Kandungan ikan segar per 100 gram sebesar 17% sedangkan kandungan protein ikan asin per 100 gram sebesar sebanyak 42% dan kandungan lemak sebesar 1,50 %, lebih rendah dari pada ikan segar yaitu sebesar 4,50%. Hal ini menjadikan ikan asin lebih menguntungkan kesehatan (Panjaitan, 2016:3).

Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Muarif (2020). Strategi Usaha *Home Industry* Ikan Asin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) masyarakat desa sungai bakau belum memahami tentang strategi usaha seperti: produksi yang bagus, pengemasan dan pemasaran, namun mereka mengedepankan sikap kejujuran, kerja keras dan pantang menyerah dalam melakukan aktivitas usahanya. Sehingga dalam hal ini pelaku usaha dapat menjalankan usahanya sampai 10 tahun bahkan lebih dan pendapatan yang di dapatkan mencapai Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000 per bulan; 2) faktor pendukung keberhasilan usaha diantaranya daerah masyarakat desa yang memang di bantaran air laut atau pesisir pantai, perhatian pemerintah desa atau dinas perindustrian dengan mengadakan pelatihan. Adapun faktor penghambat yaitu faktor internal seperti : kurangnya SDM yang berpendidikan, kurangnya manajerial, kurangnya inovasi, serta tidak tahunya karyawan dalam memproduksi ikan asin yang baik, adapun faktor eksternal seperti : pelatihan yang di lakukan oleh pihak pemerintah desa maupun dinas perikanan yang tidak di laksanakan secara berkala dan masyarakat yang kurang pengetahuan tentang produksi yang baik, pengemasan dan pemasaran, cuaca hujan dan musim penghujan serta gelombang besar.

Tabel 1. Data Produksi dan Penjualan Ikan Asin Desa Torosiaje Tahun 2016 sd 2020

Tahun	Produksi		Penjualan		Keterangan
	Kg	(+/-)	Kg	(+/-)	
2016	24,065	-	30,465	-	Sebelum pandemi
2017	25,560	6,21	31,990	5,01	Sebelum pandemi
2018	28,330	10,84	34,545	7,99	Sebelum pandemi
2019	32,713	15,47	38,695	12,01	Masa pandemi
2020	39,366	20,34	44,105	13,89	Masa pandemi

Dari tabel ini di atas dapat dijelaskan terkait produksi dan penjualan ikan asin sebagai berikut:

1. Tahun 2017 produksi naik sebesar 6,21 % atau 1,495 kg (25.5607 kg - 24,065 kg), dan penjualan naik sebesar 5,01 % atau 1,525 kg (31,990 kg - 30,465 kg), sebelum pandemi covid-19.
2. Tahun 2018 produksi naik sebesar 10,84 % atau 2,770 kg (28,330 kg - 25.5607 kg), dan penjualan naik sebesar 7,99 % atau 2,555 kg (34.545 kg - 31,990 kg), sebelum pandemi covid-19.
3. Tahun 2019 produksi naik sebesar 15,47% atau 4,383 kg (32,713 kg - 28.330 kg), dan penjualan naik sebesar 12,01 % atau 4,150 kg (38.6957kg - 34,545 kg), masa pandemi covid-19.
4. Tahun 2020 produksi naik sebesar 20,34 % atau 6,654 kg (39,366 kg - 32.713 kg), dan penjualan naik sebesar 13,89 % atau 5,410 kg (44,105 kg - 38.695 kg), masa pandemi covid-19.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa pertumbuhan produksi pada saat masa pandemi covid-19 lebih besar jika dibandingkan dengan pertumbuhan produksi sebelum masa pandemi-covid-19, hal ini menandakan bahwa pandemi covid-19 tidak menghalangi masyarakat untuk terus berproduksi. Pertumbuhan penjualan pada saat masa pandemi covid-19 lebih besar jika dibandingkan dengan pertumbuhan penjualan sebelum masa pandemi-covid-19. Fenomena yang ini terlihat bahwa produksi dan penjualan baik tahun 2016-2020 mengalami kenaikan, walaupun kenaikan produksi lebih besar jika dibandingkan dengan kenaikan penjualan. Hal ini dikuatirkan akan terjadi persediaan ikan asin yang setiap tahun meningkat. Dengan demikian dibutuhkan terobosan atau strategi dalam rangka meningkatkan penjualan minimal proporsional dengan pertumbuhan produksi sehingga tidak terjadi penumpukan produksi ikan asin. Fenomena lainnya adalah masuknya ikan asin produksi dari Sulawesi Selatan (Kabupaten Wajo, Kabupaten Barru dan Kota Pare-Pare) ke pasar Gorontalo.

METODE PENELITIAN

Latar Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penjualan ikan asin dengan mendeskripsikan hasil temuan penelitian. Pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkap data yang ada dilapangan dengan cara menguraikan dan menginterpretasikan, dengan tujuan memperoleh gambaran realita mengenai laporan pemasaran dan penjualan ikan asin.

Pendekatan dan Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif pada metode penelitian deskriptif, yang untuk menelaah, menganalisis dan mendeskripsikan. Mukhtar (2013:10) berpendapat bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu.

Data Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari hasil telaah bacaan ataupun kajian pustaka, buku-buku atau literature yang terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti, internet, dokumen atau arsip, dan laporan yang bersumber dari pelaku usaha rumahan terkait yang relevan dengan kebutuhan data dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, observasi, dan wawancara.

Pengecekan Keabsahan Data

Sugiyono (2017:267) mengemukakan bahwa validasi merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek peneliti dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sungguh terjadi pada obyek penelitian, Pengembangan validitas yang

digunakan oleh peneliti adalah teknik triangulasi. Triangulasi dalam menguji kredibilitas sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, cara, dan waktu. Sugiyono (2017:274) triangulasi dibagi menjadi tiga, antara lain sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi waktu, waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Pengambilan data harus disesuaikan dengan kondisi narasumber.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, dalam arti peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain.

Analisis Data

Data yang dikumpulkan sebagian besar merupakan data kualitatif dan teknik analisis menggunakan teknik kualitatif. Teknik ini dipilih peneliti untuk menghasilkan data kualitatif, yaitu data yang tidak bisa dikategorikan secara statistik. Dalam penggunaan analisis kualitatif, maka penginterpretasian terhadap apa yang ditemukan dan pengambilan kesimpulan akhir menggunakan logika atau penalaran sistematis.

1. Reduksi Data.

Mereduksi data bisa diartikan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari pola dan temanya (dalam Sugiyono, 2017:247). Dengan mereduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Proses reduksi berlangsung terus selama pelaksanaan penelitian bahkan peneliti memulai sebelum pengumpulan data dilakukan dan selesai sampai penelitian berakhir.

2. Penyajian Data.

Penelitian kualitatif penyajian data dilakukn dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya (dalam Sugiyono, 2017:249). Sajian ini merupakan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan bisa mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut. Sajian data ini harus mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan disini merupakan temuan baru dan belum pernah ada. Temuan masih berupa remang-remang dan menjadi jelas setelah diteliti, (Sugiyono, 2017:253). Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat, mungkin sebagai akibat pikiran kedua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali pada catatan lapangan.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sejak awal terbentuknya Desa Torosiaje memiliki dua wilayah yang di huni oleh mayoritas masyarakat Bajo yaitu dataran di pesisir pantai dan perairan di atas laut. Namun mulai tahun 2005, Desa Torosiaje dimekarkan menjadi 2 wilayah administrasi, yaitu Desa Torosiaje Jaya yang terletak di dataran dan Desa Torosiaje yang terletak di perairan (Laut). Desa Torosiaje terdiri dari 2 dusun, yaitu Dusun Mutiara dan Dusun Bahari Jaya. Kedua dusun ini dibatasi oleh jembatan sebagai pintu masuk dan keluar Desa Torosiaje. Desa Torosiaje merupakan desa yang terletak di tanjung (bagian dari pantai atau daratan yang menjorok ke laut). Di kanan dan kirinya diapit oleh dua sungai, yaitu sungai Popayato dan sungai Dudeulo. Di depan kawasan ini juga

terdapat dua pulau yaitu pulau iloluta dan pulau ilosangi, namun orang Bajo hanya menyebut pulau besar dan pulau kecil.

Strategi Perluasan Pasar Penjualan Ikan Asin Di Tengah Pandemi Covid-19

1. Tambah produk

Dalam KBBI-Online (2021) disebutkan bahwa arti tambah itu adalah yang dibubuhkan pada yang sudah ada supaya menjadi lebih banyak. Sedangkan menurut Harman Malau (2017:31) "Produk dapat didefinisikan sebagai hasil produksi yang meliputi konsep total. Secara terpadu konsep itu meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan dan jaminannya".

2. Tingkatkan jumlah penjualan pada pelanggan yang sudah ada

Menurut Noviyanto (2022) bahwa untuk tingkatkan jumlah penjualan pada pelanggan yang sudah ada, pelaku usaha akan memerlukan sebuah analisis segmentasi pasar guna mengidentifikasi segmen konsumen yang membeli paling banyak. Dengan cara ini, maka pelaku usaha bisa meningkatkan jumlah penjualan kepada konsumen yang sudah ada.

3. Lebarakan Pasar ke Daerah Baru

Menurut Noviyanto (2022) bahwa untuk lebarakan pasar ke daerah baru, pelaku usaha akan mencari pelanggan baru potensial. Pelaku usaha juga membutuhkan riset lapangan disini agar produk yang dijual akan diterima oleh pelanggan baru. Di sini, pelaku usaha akan melakukan riset pasar untuk menentukan daerah mana yang akan menjadi target pasar.

PEMBAHASAN

Strategi Perluasan Pasar Penjualan Ikan Asin di Tengah Pandemi Covid-19

1. Tambah produk

Pada masa pandemi covid-19 usaha rumahan ikan asin di Desa Torosiaje mencoba untuk memanfaatkan tenaga kerja yang ada, dengan berupaya untuk menambah produksi dengan berbagai pertimbangan banyaknya permintaan, tenaga kerja, dan bahan baku.

2. Tingkatkan jumlah penjualan pada pelanggan yang sudah ada

Dalam kondisi pandemi covid-19 pelaku usaha ikan asin yang di Desa Torosiaje disamping mencoba untuk mencari konsumen baru, juga berupaya agar pelanggan atau konsumen yang sudah ada sedapat mungkin meningkatkan volume penjualannya. Pelanggan yang merupakan pengecer dari pasar ke pasar yang ada di Provinsi Gorontalo diupayakan agar diberikan harga khusus dengan kualitas terbaik agar volume pembeliannya bertambah, Margie dkk (2020:138) Penetapan price secara umum bertujuan agar perusahaan dapat berjalan dari profit yang dihasilkan. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, tujuan mencari profit maksimum dalam praktiknya pasti tidak mudah dicapai.

3. Lebarakan Pasar ke Daerah Baru

Dalam rangka perluasan pasar maka pelaku usaha ikan asin di Desa Torosiaje telah melakukan perluasan pasar hanya untuk pasar tradisional. Namun dalam masa pandemi covid-19 pelaku usaha mencoba menjajaki pasar melalui media sosial misal Facebook dan WhatsApp. Artinya bahwa pemasaran melalui media sosial. Sebagaimana dikatakan sebelumnya bahwa ada satu hal yang tidak boleh terlewatkan dalam mengembangkan bisnis salah satunya adalah perencanaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti pada pelaku usaha ikan asin di Desa Torosiaje maka dapat disimpulkan:

1. Akibat pandemi covid-19 sebegini besar pelaku usaha ikan asin di Desa Torosiaje untuk sementara tidak beroperasi, hanya ada satu pelaku usaha yang bertahan adalah Rita Apunye.

2. Strategi perluasan pasar dalam masa pandemi covid-19 dilakukan dengan tiga hal yaitu:
 - a. Tambah Produk, hal ini pelaku usaha lakukan dengan pertimbangan: banyaknya permintaan, tenaga kerja, dan bahan baku.
 - b. Tingkatkan volume penjualan pada pelanggan yang sudah ada, pelaku usaha ikan asin yang di Desa Torosiaje disamping mencoba untuk mencari konsumen baru, juga berupaya agar pelanggan atau konsumen yang sudah ada sedapat mungkin meningkatkan volume penjualannya.
 - c. Lebarakan pasar ke daerah baru, pelaku usaha ikan asin di Desa Torosiaje telah melakukan perluasan pasar hanya untuk pasar tradisional. Namun dalam masa pandemi covid-19 pelaku usaha mencoba menjajaki pasar melalui media sosial misal Facebook dan WhatsApp. Artinya bahwa pemesanan melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawyah, Robiatul. 2014. *Pegolahan dan Pengawetan Ikan*. Jakarta: Sinar Grafika Offset
- Alyani, Noshratina. 2019. *Pengaruh Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Tahun 2017-2018 Home Industry Cutecake Jl. Nyai Enat Palangka Raya*. Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Andayani, Indah dkk. 2021. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta. Aviliani
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Asy'ari, R. Oktavia. 2020. *Pengertian Covid-19 Dan Bentuk Partisipasi Dalam Memerangnya*, Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Bungin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok : PT Raja Grafindo
- Christian Michael et al, 2021. *Business Performance Determinants of Salted Fish Distribution in Kapuk During the COVID-19*
- FAO - UN Rome, 2021. *Impact of COVID-19 on fishery and aquaculture food systems Possible responses*
- Hadiwardoyo, Wibowo. 2020. *Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19*. BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship.
- Hafizah, Nurul. 2020. *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam . Bandar Lampung.
- Harman, Malau. 2017. *Manajememn Pemasaran*. CV Alfabeta. Bandung. Malayu.
- Hasanah, N.U. 2021. *Strategi Pemasaran Pada Pedagang Pakaian Selama Pandemi Covid-19 Di Pasar Rakyat Rengat Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Indrastuti, Nindya Atika ., Wulandari, Nur., Palupi, Nurheni Sri. 2019. *Profil Pengolahan Ikan Asin di Wilayah Pengolahan Hasil Perikanan Tradisional (PHPT) Muara Angke*. Masyarakat Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia 218. Jphpi 2019, Volume 22 Nomor 2
- Indrawati, Mei., Utari, Woro., Prasetyo, Indra., Rusdiyanto., dan Kalbuana, Nawang., 2021. *Household Business Strategy During The Covid 19 Pandemic*. Journal of Management Information and Decision Sciences Volume 24, Special Issue 1, 2021

- Irawan, Rudi. 2019. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Jalan Halat Medan. Medan : Universitas Sumatera Usaha
- J. Winardi, 2015. Manajemen Perubahan : (The Management Of Change) Edisi Pertama, Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- KBBI-Online. 2021. Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. <http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php>. Terakhir dimutakhirkan April 2021, diakses 10 September 2021.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kusuma, Stella dan Sujana. 2014. Pengaruh Strategi Pengembangan Produk dan Perluasan Pasar Terhadap Peningkatan Market Share. Marketing Research View Project.
- Lestari, R. Putri, 2019. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Baru Stabat). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Lesri, E.J. 2021. Strategi Pedagang Ikan Asin Dalam Menjaga Komunikasi Yang Baik Kepada Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kelurahan Malabro Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Bengkulu.
- Manap, Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Margie, Yulianto, Triputra dan Darmansyah. 2020. Pengantar Bisnis. Pamulang : UNPAM PRESS
- Maryani, Sili., dkk. 2021. Strategi Pemasaran Pedagang Ikan Asin pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kelurahan Malabro Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu). Journal of Indonesian Management, Vol. 1 No. 3 September 2021 page: 310-315
- Moleong, L.J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mooduto, Nelcy. 2020. Manajemen UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UPBJJ Gorontalo UT.
- Muarif, Samsul. 2020. Strategi Usaha Home Industry Ikan Asin Dalam Peningkatan Ekonomi Keluarga Masyarakat Desa Sungai Bakau. Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri.
- Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta Selatan : Referensi (GP Press Group).
- Naiu, Asri Silvana., Koniyo, Y., Nursinar, S., Kasim, F. 2018. Penanganan dan Pengolahan Hasil Perikanan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Negeri Gorontalo.
- Nastain, Muhamad. 2017. Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Channel Vol. 5, Nomor 1, April 2017, halaman 14-26.
- Nasution, M. Amri. 2019. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan. Jurnal Warta Edisi : 59 Januari 2019| ISSN : 1829-7463.
- Nazarudin. 2020. Manajemen Strategik. Palembang : Noerfikri Offset.

- Noviyanto. 2021. Strategi Memperluas Pangsa Pasar. <https://koinworks.com/blog/strategi-memperluas-pangsa-pasar>, (diakses 01 Desember 2021).
- Palar, Pangemanan dan Tangkere. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi – Volume 12 Nomor 2, Mei 2016* : 105 - 120
- Panjaitan, Riniyanti., Hendrik dan Darwis. 2016. Analisis Produksi Dan Distribusi Usaha Pengolahan Ikan Asin Gulamah (*Pseudocienna Amovensis*) Di Kelurahan Belawan Bahari Kecamatan Medan Belawan Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional
- Pianti, Neni. 2017. Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada PT. Citra Pangan Sejahtera Kecamatan Bone-Bone). Fakultas Ekonomi dan Bisnis. IAIN Palopo.
- Priansa, D. Junni. 2017. Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung : Alfabeta
- Putri, T.R.B. 2017. Manajemen Pemasaran. Bali : Universitas Udayana
- Rahardjo, Mudjia. 2017. Mengenal studi etnografi : Sebuah Pengantar. Disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rahmawati. 2016. Manajemen Pemasaran. Samarinda : Mulawarman University Press.
- Ram Avtar et al, 2021. Impact of COVID-19 Lockdown on the Fisheries Sector: A Case Study from Three Harbors in Western India
- Reswita. 2014. Kelayakan Usaha Pengolahan Ikan Asin Di Kelurahan Sumber Jaya Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu. *AGRISEP 14 No. 2 September 2014* Hal: 247 - 255 ISSN: 1412-8837
- Ridwan dan Desi. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Collection Furniture di Pondok Bambu. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajeen Universitas Islam As-Syafiiyah, Jakarta.
- Rukmana, R.H. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Apotek Citra Sehat Di Samarinda. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda.
- Sari, Yulianti dan Lamsah. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Tanaka PT . Sumber Digital Media Banjarmasin Elektronik. Artikel Ilmiah. Fakultas Ekonomi Program Studi Manjemen Universitas Islam Kalimantan M A B Banjarmasin
- Satriyani. 2021. Peran Modal Usaha, Strategi Pemasaran Dan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Keberhasilan Usaha Online Mahabbah Syar'i Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin
- Simamora, Henry. 2013. Paduan Perilaku Konsumen, Jakarta: Gramedia.
- Sinaga, Y. Yasyah., 2021. Strategi Pedagang Ikan Kering Melalui Media Sosial Dimasa Pandemi Covid 19 Dalam Mempertahankan Hidup di Desa Tualang Barat Kabupaten Siak. *Jurnal Dakwatul Islam Vol.6, No.1, Desember 2021*
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif R & D. Bandung : Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tisnawati dan Kurniawan. 2019. Pengantar Manajemen. Jakarta : Kenaran Prenada Media

Wijaya, Mochammad . S. 2018. Pengaruh Selera Konsumen, Permintaan Barang, Distribusi, Dan Risiko Perjalanan Terhadap Harga Cabai Dipasar Induk Jakabaring Palembang. Palembang : UIN Raden Fatah

Yulianti, Farida., Lamsah., dan Feriyadi. 2019. Manajemen Pemasaran. Sleman : Penerbit Deepublish.

Yunus, Rasid., dkk. 2020. Membangun Karakter Bangsa Suku Bajo Dalam Perspektif Identitas Etnik (Studi Kasus di Desa Torosiaje Kabupaten Pohuwato). Program Studi PPKN, Jurusan Ilmu Hukum dan Kemasyarakatan Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Gorontalo