

Pendampingan Masyarakat Nelayan Marunda Pasca Pandemi Covid-19

V.L. Sinta Herindrasti^{1*}, Risky Oktavian²

^{1,2}Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas
Kristen Indonesia

e-mail: ¹sintaherindrasti22@gmail.com ^{*}(*coresponding author*)

Abstrak

Sektor kelautan dan perikanan merupakan sektor yang tidak lepas dalam membantu meningkatnya perekonomian Negara. Sektor ini pula menjadi salah satu sektor yang terkena dampak saat pandemi Covid-19. Salah satu daerah yang masih terkena dampak pasca pandemi Covid-19 adalah masyarakat nelayan Marunda sebagaisalah satu daerah pesisir laut di Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara. Munculnya beberapa kendala di sektor ini memunculkan upaya pendampingan dari Tim Abdimas Task Force 13 Revengers untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, melalui observasi berkala, pendekatan berlanjut dengan masyarakat setempat hingga *interview* untuk menganalisa situasi dan mengidentifikasi masalah yang muncul mengawali pendampingan yang dilakukan mulai daripembuatan alat tangkap ikan sederhana berupa jaring gillnet, pemasaran dan penjualan hingga pengelolaan ikan mulaidari pembukaan tempat pelelangan ikan yang dapat dihadiri oleh seluruh nelayan hingga pengelolaan ikan asap dengan harga jual yang lebih tinggi, peningkatan potensi wisata pemancingan Marunda dengan cara promotion mix baik secara *online* maupun *offline*, serta mengoptimalkan koperasi nelayan melalui sosialisasi kepada para nelayan dan mencanangkan beberapa kegiatan di bawah naungan koperasi nelayan untuk masyarakat di dalam maupun di luar wilayah Marunda dengan harapan dapat meningkatkan potensi nelayan di sektor perikanan pasca pandemi dan seterusnya.

Kata kunci: masyarakat nelayan; Marunda; Pandemi Covid-19

Abstract

The maritime and fisheries sector is a sector that cannot be separated from helping to improve the country's economy. This sector is also one of the sectors affected by the Covid-19 pandemic. One of the areas still affected by the post-Covid-19 pandemic is the Marunda fishing community as one of the coastal areas in Cilincing sub-district, North Jakarta. The emergence of several obstacles in this sector gave rise to assistance efforts from the Abdimas Task Force 13 Revengers Team to overcome these obstacles, through regular observations, ongoing approaches with local communities to interviews to analyze the situation and identify problems that emerged starting assistance which was carried out starting from making tools simple fishing in the form of gillnet nets, marketing and sales to fish management starting from opening a fish auction place which can be attended by all fishermen to managing smoked fish with a higher selling price, increasing the potential of Marunda fishing tourism by means of a promotion mix both online and offline, as well as optimizing fishing cooperatives through outreach to fishermen and launching several activities under the auspices of fishing cooperatives for communities inside and outside the Marunda area with the hope of increasing the potential of fishermen in the fisheries sector post-pandemic and beyond.

Keywords: fishing community; Marunda; Covid-19 Pandemic

I. PENDAHULUAN

Sektor kelautan dan perikanan tentu saja memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi Nasional. Sektor perikanan itu sendiri memiliki banyak manfaat seperti mampu menunjang kehidupan masyarakat pesisir, memunculkan lapangan kerja, perolehan sumber protein hingga sampai pada perolehan devisa negara [1]. Mengingat kebutuhan akan produksi ikan terus meningkat tentu saja tugas nelayan di sektor perikanan selalu dibutuhkan. Salah satu daerah pesisir laut yang mayoritas masyarakatnya memiliki mata pencaharian sebagai nelayan adalah masyarakat Kelurahan Marunda, di Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara.

Lokasi wilayah Marunda di daerah pesisir area pinggiran Jakarta tentu saja berbeda dengan Kota Harapan Indah, Bekasi didekatnya. Kota dengan pola sosial dan pembangunan infrastruktur yang cukup baik, membuat warga wilayah Marunda terus memaksimalkan potensi mata pencahariannya sebagai nelayan. Namun, masih terdapat kendala yang masih dialami oleh masyarakat nelayan di Marunda akibat dampak dari pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 menyebabkan penutupan pasar ikan, terjadi penurunan permintaan dari supermarket, restoran dan saluran distribusi lainnya, preferensi konsumen terhadap pengiriman tanpa kontak, hingga pemilihan untuk layanan pengiriman ke rumah dari jasa pembelian melalui *online* [2]. Berdasarkan hal tersebut menyebabkan menurunnya jumlah pembeli dan harga jual hasil tangkapan ikan akibat pandemi Covid-19 dari wilayah Marunda sehingga perlu adanya peningkatan kembali potensi nelayan di wilayah Marunda mengingat mayoritas mata pencaharian utama masyarakat sebagai nelayan. Selain itu jika terjadi peningkatan potensi nelayan maka berhubungan pula dengan peningkatan kelimpahan stok penangkapan ikan [3][4], yang pastinya juga bermanfaat bagi masyarakat wilayah Marunda.

II. SUMBER INSPIRASI

Pasca pandemi Covid-19 merupakan awal dimulainya kembali proses peningkatan sektor perikanan bagi nelayan di wilayah Marunda. Terlepas dari hal tersebut, masyarakat di Marunda tetap memiliki kesatuan masyarakat yaitu Koperasi Nelayan Marunda yang diinisiasi oleh seorang tokoh masyarakat, bernama Bapak Kubil berdasarkan perintah langsung dari Menteri Kelautan (saat itu Ibu Susi Pudjiastuti) saat mengikuti forum diskusi nelayan. Beliau merupakan penduduk asli Jakarta yang berprofesi sebagai nelayan dan juga merupakan mitra dari Tim Abdimas Task Force 13 Revengers di Marunda. Tim abdimas bersama Bapak Kubil akan turut serta memberikan pendampingan bagi para nelayan melalui Koperasi Nelayan untuk terus memiliki rasa solidaritas dan harapan yang tinggi untuk mensejahterakan para nelayan Marunda khususnya pasca pandemi Covid-19. Berdasarkan

III. METODE KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan oleh tim abdimas Task Force 13 Revengers yang dimulai pada bulan Juni 2022 sampai Juli 2023 di wilayah pesisir Marunda. Kegiatan ini berkolaborasi antara tim pengabdian yaitu Task Force 13 Revengers dan Koperasi Nelayan Marunda. Kegiatan ini juga diawali dengan teknik observasi secara berkala sebelum melakukan pendekatan berlanjut dengan masyarakat setempat atau Marunda. Selanjutnya tim pengabdian melakukan wawancara dengan masyarakat setempat atau lokal yang bertujuan untuk menganalisa situasi dan mengidentifikasi masalah internal dan eksternal yang sedang dialami di wilayah Marunda serta merumuskan pokok permasalahan dalam masyarakat sasaran (Gambar 1). Hal ini perlu dilakukan agar pendampingan yang dilakukan tepat sasaran dan bermanfaat bagi masyarakat Marunda.



Gambar 1. Wawancara dan Pendekatan Warga Nelayan Marunda

IV. KARYA UTAMA

Observasi dan pendekatan dengan para nelayan serta masyarakat umum sekitar kawasan pesisir Marunda telah dilakukan. Diperoleh beberapa temuan terkait kendala penurunan potensi nelayan di sektor perikanan pasca pandemi Covid-19, diantaranya: 1) Belum meratanya distribusi bantuan pemerintah pasca pandemi Covid-19 terkait alat dan perlengkapan nelayan sehingga proses penangkapan ikan menjadi tidak maksimal, 2) Pasca pandemi Covid-19 masih memiliki dampak yang berimbas pada berkurangnya pendapatan para nelayan karena terputusnya rantai pemasaran ikan kepada masyarakat yang luas, 3) Belum optimalnya potensi wisata pemancingan yang ada di wilayah Marunda, dan 4) Belum banyak masyarakat Marunda dengan mata pencaharian sebagai nelayan turut ikut serta secara aktif di koperasi nelayan yang ada. Berdasarkan beberapa kendala tersebut, tim abdimas Task Force 13 Revengers berupaya untuk melakukan pendampingan kepada para masyarakat Marunda terutama yang berprofesi sebagai nelayan. Pendampingan antara lain pembuatan alat tangkap ikan sederhana, pemasaran ikan, optimalisasi potensi wisata pemancingan, dan optimalisasi koperasi.

a. Pendampingan Pembuatan Alat Tangkap Ikan Sederhana

Kendala terkait belum meratanya distribusi terkait alat dan perlengkapan nelayan, juga dijabarkan oleh Pak Subandi selaku nelayan senior dan mantan ketua paguyuban nelayan Marunda. Beliau menyampaikan bahwa “masih terdapat beberapa nelayan yang belum mendapat dan memiliki alat yang didistribusikan oleh pemerintah, jadi jumlah hasil tangkapan nelayan tidak kategori cukup dan yang dijual pun tidak banyak. Pada akhirnya berdampak juga dengan pemasukan para nelayan. Kegiatan melaut ini adalah mata pencaharian utama masyarakat di Marunda”. Berdasarkan hal ini para tim abdimas berupaya memberikan pendampingan dalam pembuatan alat penangkapan sederhana yang dapat digunakan secara sementara untuk membantu para nelayan yang membutuhkan (Gambar 2).

Pendampingan pembuatan alat tangkap sederhana ini diinisiasi oleh tim abdimas Task Force 13 Revengers, Bapak Kubil selaku kepala koperasi nelayan dan juga Bapak Subandi. Para nelayan yang datang akan didampingi dalam membuat jaring *gillnet* dengan katrol sederhana. Jaring *gillnet* ini dibuat menggunakan ini berupa jaring *gillnet*, hanya dengan menggunakan jaring dan katrol sederhana. Jaring yang

dibuat memiliki ukuran *mesh size* 1,4 inci dikarenakan jarak jaring yang lebih sempit dapat menjerat lebih banyak jumlah ikan dengan aman [5]. Proses perendaman jaring *gillnet* dilakukan dengan cara didiamkan selama \pm 6 jam dan proses hauling atau penarikan jaring juga memerlukan waktu \pm 6 jam dibantu dengan katrol [6]. Proses pendampingan ini dapat membantu pengambilan ikan bagi nelayan yang belum mendapat distribusi alat tangkap ikan.

b. Pendampingan Pemasaran Ikan kepada Masyarakat Luas

Pandemi Covid-19 masih berdampak pada pendapatan nelayan Marunda, dimana pasca pandemi Covid-19 penjualan dan pemasaran ikan masih belum meningkat seperti sebelum terjadinya pandemi, hal ini menyebabkan menurunnya harga jual hasil tangkapan para nelayan. Para warga yang berprofesi sebagai nelayan yaitu Bu Sarji dan Bapak Rahmat menyatakan bahwa “penjualan saat ini masih menurun, pembeli kebanyakan dari beberapa warga sekitar saja.

Harapannya dapat meningkat lagi penjualannya ke warga luar agar pemasarannya dapat lebih banyak. Tapi warga masih bingung bagaimana pemasaran yang baik agar banyak yang tertarik membeli di Marunda, padahal ikan yang dijual juga kondisi segar ditangkap dan langsung dijual”. Berdasarkan hal ini para tim abdimas berupaya memberikan pendampingan berupa strategi penjualan dan pemasaran ikan untuk membantu promosi penjualan ikan dari para nelayan Marunda (Gambar 3).

Pendampingan yang dimaksud adalah strategi penjualan dan pemasaran serta pengelolaan hasil tangkapan nelayan. Hasil pendampingan memunculkan berbagai proses tipe penjualan dan pemasaran ikan yang bisa dilakukan di wilayah Marunda, diantaranya adalah: 1) Nelayan dapat menjual secara mandiri hasil tangkapannya dengan menawarkan dari rumah ke rumah maupun ke pasar lokal, 2) Nelayan menjual hasil tangkapannya melalui

Tempat Pelelangan Ikan (TPI) yang dibentuk oleh koperasi nelayan kepada pedagang pengumpul untuk dijual kembali kepada pengecer, 3) Bekerja sama dengan rumah makan sekitar untuk para wisatawan, dan 4) Mengolah hasil tangkapan dengan membuat ikan asap agar dapat dijual dengan harga lebih tinggi dan tahan lama [7] [8]. Proses pendampingan ini dapat membantu para nelayan Marunda agar dapat menjual dan memasarkan hasil tangkapannya dengan berbagai cara agar setiap hasil tangkapannya dapat diolah.

c. Pendampingan Optimalisasi Potensi Wisata Pemancingan Marunda

Masyarakat wilayah Marunda memiliki potensi wisata yang belum secara optimal dimanfaatkan. Menurut Bapak Kubil, wisata ini diharapkan dapat menarik pengunjung untuk berwisata dan menikmati hasil tangkapan dari wilayah Marunda, namun belum banyak masyarakat yang mengetahui potensi wisata ini. Maka proses pendampingan yang dimaksud adalah memaksimalkan potensi wisata pemancingan ini dan membantu strategi promosi kawasan wisata pemancingan Marunda (Gambar 4).

Potensi wisata pemancingan Marunda sudah cukup baik, dimana pengunjung wisata hanya dengan membayar sebesar Rp 200.000, pengunjung sudah dapat menikmati pemancingan di atas perahu dan membawa hasil tangkapan secara gratis. Selain itu pengunjung dapat membeli hasil tangkapan ikan dari nelayan di sekitar area wisata. Oleh karena itu untuk meningkatkan jumlah pengunjung, tim abdimas melakukan strategi *promotion mix* [9], dimana promosi dilakukan oleh tim abdimas melalui media sosial, kemudian dilakukan pembagian pamflet wisata pemancingan, dan kerja sama dengan koperasi nelayan untuk pemasaran kepada Masyarakat di luar wilayah Marunda melalui kegiatan di area wisata pemancingan dengan mengundang Masyarakat luar wilayah Marunda. Pemasaran wisata ini menjadi penting untuk mewujudkan destinasi pariwisata yang berkelanjutan (*tourism destination sustainability*) [10].

d. Pendampingan Optimalisasi Koperasi Nelayan Marunda

Koperasi nelayan yang dibentuk dan dicanangkan oleh Bapak Kubil merupakan jembatan bagi para nelayan untuk dikenal oleh masyarakat luas. Maka tim abdimas melakukan sosialisasi dan pendekatan kepada para nelayan agar turut bergabung ke dalam koperasi nelayan, dengan cara mengadakan kegiatan untuk para nelayan di bawah naungan koperasi Nelayan Marunda (Gambar 5). Kegiatan yang dilakukan diantaranya mencanangkan pembuatan

tempat pelelangan ikan yang dapat diikuti oleh seluruh nelayan untuk menjual ikan, mencanangkan pemasaran dan penjualan hasil tangkapan melalui bazar ikan yang diadakan oleh koperasi nelayan, serta mencanangkan lomba pemancingan di wisata pemancingan Marunda agar dapat dikenal untuk promosi wisata pemancingan Marunda. Diharapkan juga jika para nelayan percaya dan turut bergabung di koperasi Marunda, maka terdapat daftar nama para nelayan yang dapat dilaporkan agar distribusi bantuan dari pemerintah dapat secara merata.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Alat Tangkap Ikan Sederhana



Gambar 3. Pendampingan Pemasaran Ikan



Gambar 4. Wisata Pemancingan Marunda



Gambar 5. Koperasi Nelayan Marunda

V. ULASAN KARYA

Pendampingan nelayan Marunda pasca pandemi Covid-19 ini dapat menanggulangi beberapa kendala yang dihadapi, diantaranya: 1) Belum maksimalnya distribusi alat tangkap ikan dari pemerintah dapat diatasi dengan pembuatan alat tangkap sederhana secara mandiri berupa jaring *gillnet* yang dibantu dengan katrol, 2) Kendala menurunnya harga jual hasil tangkapan ikan serta penurunan penjualan dapat diatasi dengan pendampingan pemasaran dengan cara penjualan secara mandiri maupun dengan membuka tempat pelelangan serta bazaar ikan hingga pengelolaan hasil tangkapan dengan membuat ikan asap agar dapat dijual dengan harga lebih tinggi dan tahan lama, 3) Kendala terkait belum optimalnya potensi wisata dapat diatasi dengan strategi *promotion mix* oleh tim abdimas, dan 4) kendala terkait belum optimalnya koperasi nelayan Marunda diatasi dengan sosialisasi dan pendekatan kepada para nelayan agar turut bergabung ke dalam koperasi nelayan, dengan cara mengadakan kegiatan untuk para nelayan dibawah naungan koperasi nelayan. Diharapkan dengan pendampingan ini Masyarakat Nelayan Marunda dapat meningkatkan potensi sektor perikananannya pasca pandemi hingga seterusnya.

VI. KESIMPULAN

Sektor perikanan merupakan sektor yang penting dalam bidang perekonomian negara dan juga menjadi salah satu sektor yang berdampak di kala pandemi Covid-19. Masyarakat nelayan Marunda merupakan salah satu sektor yang masih terkena dampak dari pandemi Covid-19 sehingga dilakukan pendampingan dari Tim Abdimas Task Force 13 Revengers untuk mengatasi kendala-kendala yang muncul pasca pandemi Covid-19. Pendampingan dilakukan mulai dari pembuatan alat tangkap ikan sederhana berupa jaring *gillnet*,

pemasaran dan penjualan hingga pengelolaan ikan mulai dari pembukaan tempat pelelangan ikan yang bisa dihadiri oleh seluruh nelayan hingga pengelolaan ikan asap dengan harga jual yang lebih tinggi, peningkatan potensi wisata pemancingan Marunda dengan cara *promotion mix* baik secara *online* maupun *offline*, serta mengoptimalkan koperasi nelayan melalui sosialisasi kepada para nelayan dan mencanangkan beberapa kegiatan di bawah naungan koperasi nelayan untuk masyarakat di dalam maupun di luar wilayah Marunda.

VII. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

1. Menambah informasi dan pengetahuan masyarakat tentang pembuatan alat tangkap ikan sederhana.
2. Menggerakkan masyarakat untuk melakukan pemasaran dan penjualan hingga pengolahan ikan untuk harga jual yang lebih tinggi.
3. Melibatkan masyarakat untuk meningkatkan potensi wisata pemancingan wilayah Marunda.
4. Menggerakkan masyarakat untuk turut serta bergabung dan mengoptimalkan koperasi nelayan yang ada.
5. Pendampingan tim abdimas ini sebagai upaya untuk meningkatkan potensi nelayan Marunda pasca pandemi Covid-19 hingga seterusnya.

VIII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kaur, C.R. 2017. Fisheries Resource Management: Situational Analysis and Recommendations to Address Some of the Major Challenges in Malaysia. *Sea Views Journal*, 4(1):1-5.
- [2] OECD. 2020. Fisheries, Aquaculture and Covid-19: Issues and Policy Responses. Tackling coronavirus (Covid-19) Browse OECD Contribution, 2020.■
- [3] Imelda, Kusri, N., dan Hidayat, R. 2019. Strategi Pengelolaan Perikanan Tangkap

- Berkelanjutan di Wilayah Pesisir Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Marine Fisheries*, 10(1):59-69.
- [4] Hilborn, R., Amoroso, R.O., Anderson, C.M., Baum, J.K., Branch, T.A., Costello, C., Moor, C.L., Faraj, A., Hively, D., Jensen, O.P., Kurota, H., Little, L.R., Mace, P., McClanahan, T., Melnychuk, C., Minto, C., Osio, G.C., Parma, A.M., Pons, M., Segurado, S., Szuwalski, S., Wilson, J.R., dan Ye, Y. 2020. Effective Fisheries Management Instrumental in Improving Fish Stock Status. *Proceedings of The National Academy of Sciences*, 117:2218-2224.
- [5] Putri, V.L., Kurohman, F., dan Fitri, A.D.P. 2018. Efisiensi Teknis dan Selektivitas Alat Tangkap Jaring Insang (*Gillnet*) terhadap Komposisi Hasil Tangkapan di Perairan Semarang. *Journal of Fisheries Science and Technology (IJFST)*, 13(2):126-132.
- [6] Aminah, S. 2015. Manajemen Operasi Penangkapan Gillnet Millenium di Desa Tabanio Kabupaten Tanah Laut. *Jurnal Fish Scientiae*, 5(10):110-121.
- [7] Sarwanto, C., Wiyono, E.S., Nurani, T.W., dan Haluan, J. 2014. Kajian Sistem Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan di Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi DIY. *Jurnal Sosek KP*, 9(2):207-217.
- [8] Triyastuti, M.S., Ndahawali, D.H., dan Ondang, H.M.P. 2021. Strategi Pemasaran Produk Ikan Cakalang Asap (Studi Kasus: UKM Frozen Seas). *PELAGICUS: Jurnal IPTEK Terapan Perikanan dan Kelautan*, 2(2): 107-116.
- [9] Manafe, J.D., Setyorini, T., dan Alang, Y.A. 2016. Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(1):102-123.
- [10] Hidayah, N. 2021. Pemasaran Destinasi

Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital (Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing). Penerbit: Anggota IKAPI: DKI Jakarta.

IX. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Masyarakat Marunda khususnya para Nelayan Marunda, Bapak Kubil dan Bapak Subandi selaku pimpinan di Koperasi Nelayan Marunda Makmur. Para Narasumber, Tim Abdimas Task Force 13 Revengers, Pihak Universitas Kristen Indonesia (UKI), LPPM UKI, Prodi HI, IAS dan berbagai pihak yang membantu jalannya kegiatan abdimas ini.

