

Pelatihan Pemasaran Digital Produk Perikanan di Desa Sungai Kupah, Kabupaten Kubu Raya

Fitra Wira Hadinata¹, Kelvin Andika Hutasoit¹, Hesti², Theresia³, Nabil Zurba⁴

¹Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan Universitas Tanjungpura

²Program Studi Ilmu Kelautan Universitas Tanjungpura

³Fakultas Teknologi Institut Sains dan Teknologi Muhammadiyah Tarakan

⁴Program Studi Sumber Daya Akuatik Universitas Teuku Umar Aceh

Email :fitra.wirahadinata@faperta.untan.ac.id¹

Kilas Artikel

Volume 4 Nomor 1

Februari 2024

DOI:<https://doi.org/10.58466/literasi>

Article History

Submission: 02-02-2024

Revised: 02-02-2024

Accepted: 02-02-2024

Published: 03-02-2024

Kata Kunci:

Budidaya Ikan, Pemasaran Digital, Teknologi Pemasaran

Keywords:

Aquaculture, Digital Marketing, Marketing Technology

Korespondensi:

(Fitra Wira Hadinata)

fitra.wirahadinata@faperta.untan.ac.id

Abstrak

Di Desa Sungai Kupah terdapat kelompok Pembudidaya Ikan terbagi dalam beberapa bidang kegiatan, yaitu budidaya ikan lele, budidaya ikan nila, dan budidaya ikan gabus. Setiap bidang kegiatan terdiri dari 5 -10 orang. Budidaya ikan dilakukan pada kawasan berdekatan dengan kegiatan budidaya tanaman sayuran. Pemeliharaan ikan secara tradisional dengan menggunakan keramba tancap. Jumlah kolam yang dikelola ada 15 unit dengan luas kolam kurang lebih 1 ha. Ikan yang produktivitasnya tinggi yaitu ikan nila dengan produksi 3 ton/tahun, kemudian karper, patin, lele, dan gurame dengan produksi tidak menentu. Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pembudidaya ikan Desa Sungai Kupah sampai saat ini yaitu kurangnya kemampuan dan pengetahuan terhadap teknologi pemasaran. Pemasaran ikan hasil panen hanya dijual secara langsung ke masyarakat sekitar atau ke penjual ikan pengecer di pasar terdekat. Hasil budidaya ikan yang didapat dirasa masih belum maksimal baik dari jumlah produksi dan keuntungan hasil penjualan. Saat pemanenan, tidak semua hasil produksi ikan segar dapat terserap oleh pasar. Target pemasaran hingga kini hanya terfokus kepada pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar lokasi dan pasar lokal. Terjadi peningkatan pengetahuan tentang pemahaman konsep pembuatan website sebesar 80%. Menurut informasi dari peserta metode pembuatan website dirasakan lebih mudah ketika mencoba secara langsung, hanya saja membutuhkan kesabaran dan ketekunan. Sebelumnya tidak ada masyarakat yang memahami metode penjualan berbasis digital melalui website, setelah dilaksanakan pelatihan, terjadi peningkatan sebesar 100% perubahan keterampilan.

Abstract

In the village of Sungai Kupah, there are groups of fish farmers divided into several activities, namely catfish farming, tilapia farming, and snakehead fish farming. Each activity group consists of 5 to 10 people. Fish farming is conducted in areas close to vegetable cultivation activities. The fish are traditionally maintained using fixed cages. There are 15 ponds



managed, with a total pond area of approximately 1 hectare. The most productive fish are tilapia, with an annual production of 3 tons, followed by carp, catfish, and gourami, with variable production levels. The main issue faced by the fish farming groups in Sungai Kupah is the lack of skills and knowledge regarding marketing technology. The fish are only sold directly to the local community or to fish vendors at the nearest market. The results of fish farming are still considered suboptimal in terms of production quantity and sales profit. During harvest, not all fresh fish production can be absorbed by the market. The marketing target is currently only focused on meeting the needs of the local community and local markets. There has been an 80% increase in knowledge about website creation concepts. According to the participants, the website creation method was felt to be easier when tried directly, though it requires patience and persistence. Previously, no one in the community understood digital sales methods through websites; after the training, there was a 100% increase in skill change.

1. PENDAHULUAN

Desa Sungai Kupah merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya. Desa Sungai Kupah dihuni oleh berbagai macam Suku, mulai dari Suku Dayak, Melayu, Madura, Batak, Jawa, Bugis, dan Suku Cina (Monografi Desa Sungai Kupah, 2017). Batas-batas wilayah Desa Sungai Kupah adalah sebelah Utara berbatasan dengan Desa Jungkat; Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Jeruju Besar, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sungai Rengas dan Sebelah Barat berbatasan dengan Laut Natuna. Jumlah penduduk di desa Sungai Kupah 3.530 jiwa terdiri dari 756 kepala keluarga (Kecamatan Sungai Kakap dalam Angka, 2018). Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai nelayan, berkebun kelapa, PNS, buruh lepas dan pembudidaya ikan. Potensi hasil perikanan di Sungai Kupah cukup potensial. Kegiatan yang dilakukan berupa produksi ikan konsumsi, olahan petty dan nugget.

Di Desa Sungai Kupah terdapat kelompok Pembudidaya Ikan yang diketuai oleh bapak Amir beranggotakan lebih dari 20 orang, mereka terbagi dalam beberapa bidang kegiatan, yaitu budidaya ikan lele, budidaya ikan nila, dan budidaya ikan gabus. Setiap bidang kegiatan terdiri dari 5 -10 orang. Budidaya ikan dilakukan pada kawasan berdekatan dengan kegiatan budidaya tanaman sayuran. Pemeliharaan ikan secara tradisional dengan menggunakan keramba tancap. Jumlah kolam yang dikelola ada 15 unit dengan luas kolam kurang lebih 1 ha. Ikan yang produktivitasnya tinggi yaitu ikan nila dengan produksi 3 ton/tahun, kemudian karper, patin, lele, dan gurame dengan produksi tidak menentu.

Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pembudidaya ikan Desa Sungai Kupah sampai saat ini yaitu kurangnya kemampuan dan pengetahuan terhadap teknologi pemasaran. Pemasaran ikan hasil panen hanya dijual secara langsung ke masyarakat sekitar atau ke penjual ikan pengecer di pasar terdekat. Hasil budidaya ikan yang didapat dirasa masih belum maksimal baik dari jumlah produksi dan keuntungan hasil penjualan. Saat pemanenan, tidak semua hasil produksi ikan segar dapat terserap oleh pasar. Target pemasaran hingga kini hanya terfokus kepada pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar lokasi dan pasar lokal. Dari uraian di atas, dapat diidentifikasi masalah belum adanya konsep pemasaran berbasis digital hasil ikan dan turunannya untuk dapat memperluas jangkauan pemasaran. Tujuan dari kegiatan ini adalah mitra memasarkan hasil panen ikan segar dan olahan hasil ikan menggunakan system pemasaran untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan efektif dan efisien.



2. METODE

Metode pelaksanaan dibagi menjadi beberapa tahap berikut:

1. Survai ke lokasi untuk mengurus perizinan, menentukan tempat kegiatan dan waktu pelaksanaan kegiatan.
2. Pembentukan dua kelompok yang masing-masing terdiri dari 5 (lima) orang, dan beranggotakan perwakilan warga masyarakat dari masing-masing RT.
3. Pelatihan pembuatan desain pemasaran digital
4. Komunikasi intensif antara perguruan tinggi dengan mitra.

Tahapan Kegiatan

1. Persiapan kegiatan

Kegiatan ini merupakan komunikasi dengan pemerintah Desa Sungai Kupah dengan Tim Pelaksana PKM. Sebelum pelaksanaan kegiatan di lapangan, tim Pelaksana Pengabdian melakukan survei awal ke Desa Sungai Kupah dengan tujuan untuk menjelaskan maksud dan tujuan pendampingan masyarakat sekaligus izin pelaksanaan kegiatan.

2. Sosialisasi dan Penyuluhan

Secara umum, sosialisasi kegiatan dilakukan di depan masyarakat untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya inovasi yang ramah lingkungan dengan pembuatan Keramba untuk budidaya ikan. Di dalam diskusi, tim menggali partisipasi masyarakat untuk terlibat secara langsung. Metode pendekatan yang diterapkan dalam kegiatan ini meliputi pendekatan partisipatif, pendekatan kelompok, metode ceramah, metode diskusi/FGD.

3. Pelatihan, monitoring, dan evaluasi

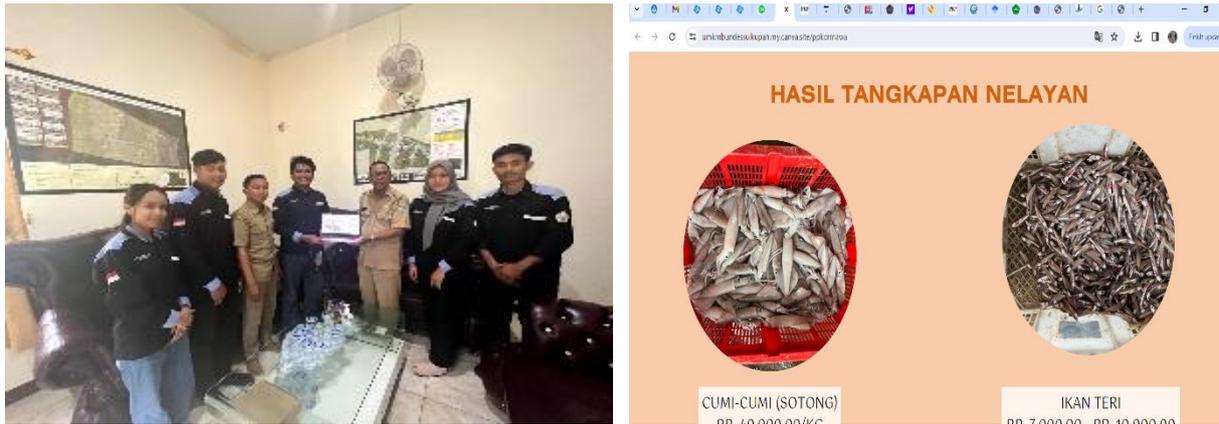
Dengan kegiatan pelatihan ini diharapkan terciptanya sumberdaya manusia yang memiliki skill dan keterampilan budidaya perikanan dengan pembuatan pemasaran digital. Kegiatan pelatihan dan demonstrasi program Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis atau keterampilan warga agar dapat mahir dan mampu secara teknis dalam memanfaatkan teknologi khususnya pemasaran hasil perikanan melalui sistem pemasaran digital. Kegiatan pelatihan dan diikuti langsung dengan demonstrasi diberikan pada warga untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis baik teori dan praktek. Materi pelatihan dan demonstrasi. Serta evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Sebelumnya kelompok pembudidaya ikan dan pelaku usaha perikanan di Desa Sungai Kupah hanya memasarkan hasil panen ataupun produknya pada masyarakat sekitar atau ke penjual ikan eceran di daerah sekitar hal tersebut memunculkan inisiatif untuk memberikan edukasi serta sarana dan prasarana untuk memasarkan produk tersebut ke pasar yang lebih luas. Program pelatihan pemasaran digital produk usaha perikanan di Desa Sungai Kupah yaitu pembuatan website untuk memasarkan hasil produk perikanan di desa tersebut produk olahan ikan dapat dilakukan secara digital sehingga pemasarannya menjadi lebih luas. Membuat toko online di media sosial memiliki berbagai keuntungan karena kepraktisannya, mudah, dan gratis (Harahap & Aminah, 2018). Hal tersebut dapat meningkatkan, keahlian anggota kelompok sebesar 50% dalam melakukan pemasaran digital. Anggota kelompok tidak hanya memasarkan hasil panen ikan segar ke masyarakat sekitar dan panen local, tetapi juga dapat menjual ikan dan olahan ikan menggunakan website untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan efektif dan efisien. Menurut Sudrajat (2015), pengalaman dan pengetahuan pembudi daya akan bertambah sejalan dengan bertambahnya perjalanan hidup.



Sosialisasi dan pelatihan pada kegiatan pengabdian dilakukan pada 10 Oktober 2023 dihadiri oleh perwakilan kelompok budidaya ikan, perangkat desa, dan BUMDES sejumlah 15 orang. Acara dibuka oleh Kepala Desa Sungai Kupah dilanjutkan dengan pemberian kuisisioner tentang pengetahuan pemasaran digital. Selanjutnya dilakukan penyuluhan oleh Tim PKM dan dilanjutkan dengan praktek pembuatan website. Selain penyuluhan peserta juga diberikan pelatihan agar dapat meningkatkan keterampilan peserta (Harding & Diadiyono, 2018). Materi penyuluhan yang disampaikan terkait Teknik pembuatan website, mulai dari persiapan alat dan bahan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilakukan dan tampilan website dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Pembuatan Website dan Tampilan Website Pemasaran Digital

Penggunaan media sosial untuk pemasaran dapat memperbesar peluang jual-beli karena dapat mendekatkan penjual dengan calon-calon pembeli yang sebelumnya sudah dikenal atau masih belum kenal satu sama lain. Selain itu melalui pemasaran berbasis media sosial juga dapat menjangkau cakupan area calon pembeli yang lebih luas (Bucko, Kakalejčík, Ferencová, & Wright, 2018).

Evaluasi kegiatan dilakukan setelah selesai kegiatan pelatihan pemasaran digital produk perikanan. Evaluasi merupakan tahapan penilaian terhadap kegiatan yang telah dilakukan untuk mengetahui tingkat pencapaian perubahan pada mitra. Pelaksanaan evaluasi kegiatan tim pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kunci untuk menguji tingkat pemahaman mitra terhadap metode pembuatan website dan penggunaan website. Peserta diberikan kuisisioner kembali dan juga diwawancara terkait materi dan juga pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan hasil kuisisioner diperoleh data terkait dengan pengetahuan metode pembuatan website dan penggunaan website.

Tabel 1. Keterampilan Masyarakat terkait pelatihan pemasaran digital produk perikanan

No.	Materi PKM	Sebelum kegiatan (%)	Sesudah kegiatan (%)	Perubahan keterampilan (%)
1	Pemahaman pembuatan website	20	100	80
2	Metode penjualan pada website	0	100	100
Rerata peningkatan keterampilan				90



Hasil dari kegiatan PKM sesuai dengan harapan kepala desa dan team pelaksana. Berdasarkan hasil kuisioner, terjadi peningkatan pengetahuan tentang pemahaman konsep pembuatan website sebesar 80%. Menurut informasi dari peserta metode pembuatan website dirasakan lebih mudah ketika mencoba secara langsung, hanya saja membutuhkan kesabaran dan ketekunan. Sebelumnya tidak ada masyarakat yang memahami metode penjualan berbasis digital melalui website, setelah dilaksanakan pelatihan, terjadi peningkatan sebesar 100% perubahan keterampilan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM yang dilakukan dapat disimpulkan Kegiatan PKM ini mendapat respon yang baik dari mitra PKM terbukti dengan keterlibatan pemerintah desa dan Masyarakat sebagai mitra secara aktif dalam mengikuti serangkaian kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Sebanyak 15 peserta yang hadir dapat memiliki pemahaman pembuatan website meningkat 80%, keterampilan metode penjualan pada website 100%.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan pada pemerintah Desa Sungai Kupah, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bucko, J., Kakalejčík, L., Ferencová, M., & Wright, L. T. (2018). Online shopping: Factors that affect consumer purchasing behaviour. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1535751. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1535751>
- Harahap, D. A., & Aminah, D. (2018). Perilaku belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI -Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Harding., dawn Diadiyono, A. L. (2018). Pelatihan dawn Pengembangan SDM Sebagai Salah Satu Upaya Menjawab Tantangan MEA. *Jurnal Psikologi Sains Dan Profesi*, 2(2), 185-192
- Sudrajat. (2015). *Mengenal Lahan Sawah dan Memahami Multi Fungsinya Bagi Manusia dan Lingkungan*. Yogyakarta. ID: UGM Press.

