

# POTENSI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HASIL OLAHAN IKAN AIR TAWAR DI KAMPUNG CILAMO DESA GIRIMUKTI KECAMATAN CIBATU KABUPATEN GARUT

Sri Mulyono<sup>1</sup>

Fakultas Manajemen Bisnis, Horizon University Indonesia

*e-mail* : sri.mulyono.krw@horizon.ac.id

## Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi pemasaran dalam meningkatkan penjualan hasil olahan ikan air tawar di Kampung Cilamo, Desa Girimukti, Kecamatan Cibatu, Kabupaten Garut. Latar belakang kegiatan ini menggambarkan keberagaman sumber daya perikanan dan potensi ekonomi yang dimiliki oleh komunitas lokal. Kegiatan ini menfokuskan pada identifikasi faktor-faktor yang dapat memperkuat pemasaran produk hasil olahan ikan dan meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun regional. Metode penelitian mencakup pendekatan kualitatif dengan menerapkan teknik wawancara mendalam, observasi langsung dan analisis dokumentasi. Melalui proses ini, data kualitatif dan kuantitatif dikumpulkan untuk menggambarkan preferensi konsumen, kendala pemasaran yang dihadapi oleh produsen lokal dan peluang pengembangan pasar. Hasil analisis menyoroti strategi pemasaran yang potensial untuk meningkatkan penjualan hasil olahan ikan. Faktor-faktor seperti branding produk, akses pasar dan kerjasama antarprodusen muncul sebagai elemen kritis yang dapat ditingkatkan. Selain itu, identifikasi tren pasar dan kebutuhan konsumen membuka peluang untuk diversifikasi produk dan penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif. Pembahasan menyajikan temuan-temuan ini dalam konteks literatur terkini dan diskusi mendalam mengenai implikasi praktisnya. Kesimpulan menyoroti signifikansi penelitian ini bagi pengembangan ekonomi lokal dan memberikan rekomendasi untuk tindakan lebih lanjut guna memaksimalkan potensi pemasaran hasil olahan ikan air tawar di wilayah tersebut

**Kata Kunci:** Potensi, Pemasaran, Hasil Olahan, Ikan Air Tawar

## Abstract

This activity aims to train the use of the MYOB application for class XII students of SMK PGRI 1 Prabumulih as preparation for the vocational competency exam. The MYOB (Mind Your Own Business) application is an accounting software that is widely used in the business world. Through this training, students are expected to be able to understand basic accounting concepts and be able to operate the MYOB application effectively. The method used is the delivery of material with a practical approach, so that students can be directly involved in using the MYOB application. Training is carried out through face-to-face sessions and hands-on practice using the software. The material presented includes an introduction to the basic concepts of accounting, managing company databases, inputting transaction data, preparing financial reports, and financial analysis. The results of the training showed an increase in students' understanding of the basic concepts of accounting and their ability to use the MYOB application. Students can create company databases, input transaction data correctly, and produce accurate financial reports. In addition, students are also able to analyze financial data to make good business decisions. In the context of preparation for vocational competency exams, training in using the MYOB application provides significant benefits for students. They have practical knowledge and skills relevant to the world of work. This dedication also provides a motivational boost to students to develop their competencies in facing challenges in the world of work.

**Keywords:** Potential, Marketing, Processed Products, Freshwater Fish

## PENDAHULUAN

Indonesia, dengan kekayaan sumber daya perikanan yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor perikanan dan hasil olahannya. Salah satu kawasan yang kaya akan sumber daya perikanan, terutama ikan air tawar adalah Kampung Cilamo yang terletak di Desa Girimukti, Kecamatan Cibatu, Kabupaten Garut. Meskipun potensi alamnya cukup besar, pemasaran hasil olahan ikan air tawar di kawasan ini masih menghadapi berbagai tantangan. Latar belakang ini menjadi landasan bagi penelitian ini yang bertujuan untuk menjelajahi dan meningkatkan pemahaman tentang potensi pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan hasil olahan ikan di Kampung Cilamo.

Denagan melibatkan masyarakat setempat, kegiatan iniberusaha memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh produsen lokal untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Keberhasilan pemasaran produk hasil olahan ikan air tawar tidak hanya bergantung pada kualitas produk itu sendiri, tetapi juga pada pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen, dinamika pasar dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi daya saing produk di pasar lokal maupun regional. Oleh karena itu, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada identifikasi kendala pemasaran yang dihadapi oleh produsen lokal, tetapi juga pada penemuan strategi pemasaran yang inovatif dan efektif. Dengan menggali potensi pemasaran yang ada, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan pandangan yang lebih jelas terkait peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha lokal di sektor hasil olahan ikan air tawar. Langkah-langkah yang ditemukan dalam kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi masyarakat lokal dan memberikan dasar bagi kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor perikanan di wilayah ini.

### Metode

Pengabdian ini akan dilakukan melalui pendekatan praktis yang melibatkan ibu-ibu desa secara aktif dalam proses pembelajaran. Berikut adalah metode yang akan digunakan dalam pengabdian ini:

1. Penyusunan Materi Pelatihan: Tim akan menyusun materi pelatihan yang terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan ibu-ibu desa Cilamo. Materi akan mencakup konsep dasar pemasaran. Referensi yang relevan akan digunakan sebagai panduan dalam penyusunan materi.
2. Sesi Tatap Muka: Pelatihan akan dilakukan melalui sesi tatap muka antara tim pengabdian dengan ibu-ibu desa Cilamo. Pada sesi ini, tim akan memperkenalkan konsep dasar pemasaran secara teoritis dan menjelaskan fungsi dan manfaat strategi pemasaran dalam dunia bisnis. Ibu-ibu desa juga akan diberikan penjelasan tentang tata cara memasarkan olahan produk ikan secara umum.
3. Diskusi dan Tanya Jawab: Setelah setiap sesi tatap muka, akan dilakukan diskusi dan sesi tanya jawab antara Ibu-ibu desa Cilamo dan tim pengabdian. Audience akan diberikan kesempatan untuk bertanya tentang hal-hal yang tidak dipahami atau mengalami kesulitan dalam konsep pemasaran. Tim akan memberikan penjelasan tambahan dan bimbingan untuk memastikan pemahaman yang komprehensif.
4. Evaluasi dan Umpan Balik: Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengukur pemahaman audience dan sejauh mana mereka mampu memahami konsep pemasaran olahan produk ikan air tawar.

Selain itu, siswa juga akan diminta untuk memberikan umpan balik mengenai pengalaman mereka dalam pelatihan.

Melalui metode ini, diharapkan audience dapat memperoleh pemahaman yang baik tentang konsep dasar pemasaran dan keterampilan praktis dalam strategi pemasaran produk olahan ikan air tawar. Pendekatan praktis ini memungkinkan audience untuk langsung terlibat dan mengaplikasikan pengetahuan yang mereka peroleh. Dengan adanya diskusi dan umpan balik, pengabdian ini dapat diarahkan untuk meningkatkan pemahaman audience secara efektif.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini dilaksanakan dua hari yaitu pada Hari Sabtu, 25 November 2023 mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 12.00 WIB bertempat di ruang pertemuan Pesantren At Taufiq Desa Girimukti. Pengabdian ini menghasilkan beberapa hasil yang positif dalam persiapan ibu-ibu desa Cilamo dalam memahami konsep pemasaran produk olahan ikan air tawar. Berikut adalah hasil yang dicapai dalam pengabdian ini:

1. Terjadinya kerjasama yang baik antara Fakultas Bisnis dan Manajemen (FMB) Universitas Horizon Indonesia dengan Masyarakat Desa Cilamo.
2. Peningkatan Pemahaman Konsep Pemasaran: Setelah mengikuti pelatihan, audience mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan tentang konsep dasar pemasaran. Mereka memahami prinsip-prinsip dasar pemasaran, seperti produk, harga, promosi dan distribusi. Peningkatan pemahaman ini membekali audience dengan landasan yang kuat dalam bidang pemasaran.
3. Peningkatan Kemampuan Praktis: Melalui pengabdian ini, audience mengembangkan kemampuan praktis dalam mengaplikasikan pengetahuan konsep pemasaran mereka dalam produk olahan ikan air tawar.
4. Potensi pemasaran hasil olahan ikan air tawar di Kampung Cilamo dapat dioptimalkan melalui berbagai strategi.

5. Branding produk lokal memiliki dampak positif terhadap preferensi konsumen, meningkatkan kepercayaan dan membedakan produk dari pesaing
6. Akses pasar menjadi kunci dalam memperluas distribusi produk baik melalui kemitraan dengan pedagang lokal maupun penetrasi pasar regional melalui saluran distribusi yang efisien.

Pengenalan branding produk lokal menjadi kunci kesuksesan pemasaran hasil olahan ikan. Dengan membentuk identitas produk yang kuat, masyarakat dapat membangun citra positif yang terkait dengan kualitas produk. Strategi ini dapat diperkuat melalui partisipasi dalam pameran lokal atau penggunaan media sosial untuk meningkatkan kehadiran online. Akses pasar menjadi faktor krusial dalam meningkatkan penjualan. Kolaborasi dengan pedagang lokal dapat memberikan akses ke jaringan distribusi yang lebih luas, sementara pemanfaatan e-commerce membuka pintu ke pasar yang lebih besar. Di samping itu, kerja sama antarprodusen lokal dapat menciptakan sinergi dan memperkuat daya saing kolektif di pasar. Dalam konteks ini, diperlukan dukungan dari pemerintah setempat dan lembaga terkait untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif. Inisiatif seperti pelatihan keterampilan pemasaran, pengembangan infrastruktur distribusi dan insentif bagi produsen lokal dapat menjadi langkah-langkah yang mendukung pertumbuhan sektor pemasaran hasil olahan ikan air tawar.

Penting untuk di catat bahwa temuan ini dapat memberikan kontribusi penting dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal dan meningkatkan taraf hidup masyarakat di Kampung Cilamo. Meskipun demikian, implementasi strategi pemasaran ini perlu dilakukan secara berkelanjutan dan diperbarui sesuai dengan perubahan dinamika pasar

Tabel 1. foto-foto kegiatan pelatihan

 <p style="text-align: center;">Ikan Asin Sepat</p>	 <p style="text-align: center;">Baby Fish Cispy</p>
 <p style="text-align: center;">Ikan Bakar Nila</p>	 <p style="text-align: center;">Kerupuk Ikan Nila</p>



Gambar 1. Dokumntasi Kegiatan

## SIMPULAN

Dalam konteks kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa potensi pemasaran hasil olahan ikan air tawar di Kampung Cilamo, Desa Gitrimukti memiliki peluang signifikan untuk ditingkatkan melalui strategi pemasaran yang tepat, Identifikasi faktor-faktor kunci, seperti branding produk, akses pasar dan kerjasama antar produsen menjadi landasan bagi pengembangan langkah-langkah strategis yang dapat meningkatkan penjualan dan daya saing produk lokal. Pentingnya membentuk identitas produk melalui branding tidak hanya meningkatkan citra produk tetapi juga membantu membangun kepercayaan konsumen. Adopsi strategi ini dapat menjadi katalisator untuk pertumbuhan penjualan produk hasil olahan ikan di tingkat lokal dan regional. Akses pasar, baik melalui kemitraan dengan pedagang lokal maupun pemanfaatan teknologi e-commerce muncul sebagai elemen kunci dalam mencapai penetrasi pasar yang lebih luas. Kolaborasi antarprodusen lokal juga membuka peluang untuk sinergi yang dapat memperkuat posisi kolektif mereka di pasar. Namun demikian, implementasi strategi ini memerlukan dukungan terus-menerus dari pemerintah, lembaga terkait dan pemangku kepentingan lokal. Inisiatif pelatihan, pengembangan infrastruktur dan insentif yang terencana dengan baik dapat memberikan fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan sektor pemasaran hasil olahan ikan di kawasan ini. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang potensi pemasaran hasil olahan ikan air tawar di Kampung Cilamo tetapi juga menawarkan rekomendasi praktis untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal. Sebagai suatu upaya berkelanjutan, implementasi dan pemantauan terus-menerus diperlukan agar strategi pemasaran dapat beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar dan memastikan keberlanjutan pertumbuhan sektor ini..

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A.M & Nisa, L. (2021). Pembinaan strategi pemasaran produk pepaya crispy di media sosial pada masa pandemi. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 162-172
- Atmoko, T.P. H (2018). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di caviton hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Hayatie, M.N., Gautama, M.S., & Sur, W. A. A. (2021). Sosialisasi strategi pemasaran berbasis online pada produk usaha mikro kecil dan menengah. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 58-62
- José da Costa, F. (2009). Factors of Influence on The Entrepreneurial Interest: an Analysis With Students of Information Technology Related Courses. *Brasil: Journal of Information Systems and Technology Management-DOI: 10.4301/S1807-17752009000200005. ISSN online: 1807-1775.*
- Kurniawan, A. DKK. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha melalui Self Efficacy. *Semarang:Journal of Economic Education-ISSN:2502-4485.*
- Kurniawati, A. (2018). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Kinerja Keuangan. *Bandung: Jurnal Ekonomi Manajemen-ISSN:2477-2275.*
- Neolaka, A. (2016). *Metode Penelitian dan Statistika*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rusdiana. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.