

PELATIHAN MANAJEMEN USAHA DAN PEMASARAN DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA FROZEN FOOD BAHAN BAKU IKAN

Tyas Permatasari¹, Nila Reswari Haryana², Yatty Destani Sandy³, Wira Firmansyah⁴

¹Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

^{2,3,4}Universitas Negeri Medan. Sumatera Utara, Indonesia

tyaspermata@Unimed.ac.id

Abstrak : Sumatera Utara memiliki hasil perikanan yang cukup tinggi khususnya di Kecamatan Percut Sei Tuan. Komoditas utamanya yakni ikan kembung. Namun hasil ikan kembung yang terlalu banyak belum dimanfaatkan dengan baik. MTS Al-Wasliyah 19 sebagai mitra pengabdian berupaya mengolah hasil perikanan menjadi pangan olahan beku, tetapi dalam proses pemasaran dan manajemen masih menemukan banyak kendala serta ingin lebih meningkatkan income generate. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk melakukan pendampingan terkait manajemen usaha dan pemasaran digital pada produk olahan ikan. Metode yang digunakan di dalam kegiatan pengabdian ini adalah diskusi, wawancara, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2021 di MTS AL Wasliyah 19 Percut Sei Tuan dengan sasaran para guru yang ingin menambah *income generate*. Kegiatan berlangsung dengan lancar serta indikator capaian dapat dicapai. Para guru memberikan respon positif dengan melakukan tanya jawab dalam diskusi. Di akhir pertemuan guru-guru dan tim pengabdian menyetujui nama produk yang akan digunakan dalam kegiatan pemasaran.

Kata Kunci : Frozen Food, Ikan, Manajemen Usaha, Pemasaran digital

Abstract: North Sumatera has a fairly high fishery yield, especially in Kecamatan Percut Sei Tuan. The main commodity is mackerel. However, the results of too much mackerel have not been used well. MTS Al-Wasliyah 19 as a service partner seeks to process fishery products into frozen processed food, but in the process of marketing and management still finds many obstacles and wants to further increase income generation. The purpose of this service activity is to carry out mapping related to business management and digital marketing on processed fish products. The methods used in this service activity are discussion, interviews, training and mentoring. The activity was held on October 18, 2021 at MTS AL Wasliyah 19 Percut Sei Tuan with the target of teachers who want to increase income generation. Activities proceed smoothly and achievement indicators can be achieved. The teachers gave a positive response by conducting questions and answers in the discussion. At the end of the meeting the teachers and the service team agreed on the name of the product to be used in marketing activities.

Keywords: Business Management, Digital Marketing, Fish, Frozen Food.

Pendahuluan

Sumatera Utara memiliki hasil perikanan yang cukup tinggi, utamanya di wilayah Pantai Timur Sumatera Utara, yaitu di Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan Zaki dan Hidayat (2017), dikeluarkanlah Program Kebijakan tahun 2011 oleh Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Deli Serdang yang diselaraskan dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 yang menetapkan adanya Program Optimalisasi Pengelolaan dan Pemasaran Hasil Produksi Perikanan. Jenis ikan yang banyak dihasilkan di daerah pesisir laut timur Sumatera Utara, utamanya Kecamatan Percut Sei Tuan yaitu ikan kembung, rata – rata hasil panen di tahun 2018 yakni sebesar 1.672,5 ton (Dinas Kelautan dan Perikanan Deli Serdang, 2020).

MTs Alwashliyah 19 merupakan sekolah berada di wilayah Kecamatan Percut Sei tuan Kabupaten Deli Serdang dan berada tidak jauh dari Universitas Negeri Medan. Sekolah ini masih memiliki guru honorer yang bergaji cukup rendah, dan perekonomian siswa di sekolah juga masih tergolong rendah pula. Dengan demikian, pihak sekolah berkeinginan untuk menambah *income generate* melalui penjualan olahan pangan dari bahan ikan laut karena bahan baku yang budah diperoleh di sekitar. Sebelumnya, sekolah hanya memiliki *income generate* dari penjualan alat tulis, namun hasilnya juga sangat minim. Berdasarkan hasil wawancara pula, diperoleh informasi bahwa sekolah belum pernah mendapatkan informasi/pelatihan mengenai manajemen usaha dan pemasaran *online*.

Kemampuan berwirausaha dapat dilakukan dengan optimal bila memiliki bakat atau dorongan/tuntutan akan kebutuhan hidup. Sehingga, pendidikan tentang manajemen usaha, baik formal maupun non formal sangat dibutuhkan untuk menjadi stimulus bagi pelaku wirausaha (Sadeli, 2018). Teknologi semakin berkembang, sehingga pelaku usaha terutama pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang masih merintis sedari awal juga harus memanfaatkan perkembangan teknologi ini. Selain itu, produk *frozen food* merupakan produk olahan yang memiliki banyak pesaing, sehingga, strategi komunikasi pemasaran yang tepat dengan memanfaatkan teknologi informasi terbaru dapat digunakan untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan penjualan (Pradiani, 2017). Berdasarkan informasi, bahwa seluruh guru di MTs Alwashliyah 19 sudah familiar dengan beberapa jenis aplikasi dan *e-commerce* seperti *Whatsapp*, *shopee*, dan *Grab/Go Food*. Melalui pemanfaatan *digital marketing*, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap saat/*real time* dan bisa di akses ke seluruh tempat, calon konsumen juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2009).

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra (MTs Alwashliyah 19) adalah dari segi manajemen usaha dan pemasaran secara digital. Sehingga melalui kegiatan ini, mitra dapat memanagerialkan usaha *frozen food* dengan baik serta dapat memasarkan produk melalui pemanfaatan perkembangan digital agar produk dikenal oleh masyarakat luas dan mampu meningkatkan penjualan produk. Dengan demikian solusi yang diberikan adalah dengan pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital agar *income generate* mitra dapat tercapai sesuai dengan tujuan.

Metode

Pelatihan manajemen Usaha dan Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Frozen Food Bahan Baku Ikan pada Guru MTs Alwashliyah 19 Percut Sei Tuan Sumatera Utara pada hari Senin tanggal 18 Oktober 2021, pukul 10.00 pagi. Sasaran dalam kegiatan PKM ini adalah guru-guru di MTS AL-Wasliyah yang berkeinginan menambah *income generate* dan meningkatkan jiwa wirausaha. Kegiatan pelatihan manajemen produk olahan ikan merupakan salah satu program pengabdian di bidang gizi, manajemen dan kewirausahaan. Kegiatan pengabdian ini bermaksud untuk meningkatkan pengetahuan dalam me-manajemen usaha dan melatih para guru untuk dapat memasarkan produk frozen food dari olahan ikan.

Metode yang dilakukan dalam kegiatan PKM ini berupa diskusi, wawancara, pelatihan dan pendampingan antara Tim PKM dengan Mitra untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi Mitra. Berdasarkan kesepakatan, Tim PKM akan memberikan pelatihan dan pendampingan tentang Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital dalam upaya pengembangan usaha frozen food berbahan baku ikan pada Guru MTs Alwashliyah 19 Percut Sei Tuan.

Tabel 1. Tahapan dan Metode Pelaksanaan PKM

Tahapan Kegiatan	Metode Pendekatan	Target	Partisipasi Mitra
Mendengarkan masalah yang dialami mitra	Diskusi, wawancara	Mendapatkan masalah utama yang dihadapi mitra.	Memberikan penjelasan kendala manajemen dan pemasaran produk yang dihadapi Mitra kepada tim PKM.
Memberikan kuesioner untuk mengetahui karakteristik mitra	Pengisian Kuesioner	Mendapat skor pengetahuan mitra sebelum diberikan pelatihan	Mengisi kuesioner yang dibagikan tim PKM
Memberi pelatihan tentang manajemen usaha	Pelatihan dan pendampingan	Mitra mampu melakukan manajemen usaha frozen food dengan baik	Mengikuti pelatihan dan mendengarkan penjelasan tim PKM
Memberi pelatihan tentang pemasaran digital	Pelatihan dan demonstrasi	Mitra mampu menggunakan platform online dalam pemasaran produk	Mengikuti pelatihan dan mendengarkan penjelasan tim PKM
Melaksanakan pendampingan selama dan setelah kegiatan berlangsung	Diskusi dan pendampingan	Menjalin kerjasama yang baik antara Mitra dengan tim PKM	Menjelaskan permasalahan yang dihadapi dan menjalani solusi sesuai awal kesepakatan

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengambilan data awal, rata-rata usia peserta kegiatan pengabdian ini adalah 34.4 tahun, dengan rentang usia 22 – 39 tahun. Hanya 1 dari 15 orang yang merupakan pegawai sekolah, sedangkan yang lainnya adalah guru sekolah. Beberapa peserta memiliki pekerjaan sampingan, seperti menjadi guru di sekolah lain, guru les privat, wirausaha, tukang pangkas, pelatih renang privat, di bidang kesenian, dan pengacara. Peserta

juga berasal dari berbagai suku yaitu suku Jawa/Sunda, Melayu, Batak Mandailing, Batak Toba, Padang dan Aceh. Rata-rata penghasilan peserta dari pekerjaan utama sebesar Rp 685.666,67 per bulan, sedangkan penghasilan dari pekerjaan tambahan sebesar Rp 709.066.67 per bulan.

Dari 15 orang peserta hanya 6 orang yang pernah mengikuti pelatihan cara manajemen usaha yang efektif dan efisien. Sedangkan hanya 2 peserta yang pernah mengikuti pelatihan pemasaran online. Selain itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Guru MTS di Percut Sei Tuan juga diawali dengan memberikan soal untuk mengukur pengetahuan guru terkait manajemen usaha. Dari hasil kusioner tersebut, diketahui bahwa hasil semua (100%) guru masih belum memahami tentang manajemen usaha dengan baik. Kegiatan selanjutnya adalah pemaparan materi, yang pertama yaitu manajemen usaha yang baik produk *frozen food* menggunakan olahan ikan dan materi kedua yaitu pemasaran produk secara digital bagi pemula.

Indikator capaian yang ditargetkan dalam pelatihan ini adalah para guru mampu melakukan manajemen usaha produk *frozen food* yang dikembangkan, salah satunya terkait dengan manajemen usaha, penentuan harga jual dan menentukan kebutuhan lainnya yang harus tercatat dengan cara konvensional maupun digital. Hal ini salah satu yang penting agar mudah melakukan evaluasi apakah usaha tetap layak dilakukan atau beberapa keputusan lain yang diperlukan. Selain itu, para guru juga mampu memasarkan produk *frozen food* olahan ikan ini agar dapat menjadi *income generate* para guru.

Manajemen Usaha Produk Pangan Olahan

Materi manajemen usaha disampaikan dengan tujuan menyusun strategis bisnis, mengalokasikan sumber daya dan waktu, menciptakan perilaku bisnis positif, meningkatkan kesadaran tentang adanya ancaman, meningkatkan kinerja dalam berbisnis, menyusun target kerja, mempertahankan bisnis, dan menarik perhatian konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan dalam teori (Rahmi HAR & Radjab E, 2017).

Manajemen usaha diawali dari menyusun beberapa perencanaan hingga monitoring serta evaluasi. Para guru diajarkan untuk menyusun strategi usaha agar ke depan tidak hanya membuat produk saja tetapi bisa melakukan manajemen usaha yang baik. Dimulai dengan materi yang berkaitan dengan strategi usaha yakni :

1. Perencanaan (*Planning*)

Dalam perencanaan usaha yang baik harus dilakukan perencanaan secara komprehensif (non-keuangan dan perencanaan keuangan). Rencana non- keuangan meliputi: Akta pendirian, Bentuk bahan usaha, Ijin usaha, SDM, Supplier, Strategi pasar, Rencana

pengembangan produk/jasa. Sedangkan Rencana keuangan meliputi: Penyusunan neraca, Laporan rugi/laba

2. Pengendalian (*control*)

Didalam suatu usaha juga dibutuhkan *control* atau pengendalian melihat usaha kita sudah berjalan sesuai tujuan atau tidak. Jika ditemukan kesulitan bisa segera diatasi dan diberikan solusi

3. Pengambilan keputusan (*decision making*)

Pada pengambilan keputusan dalam manajemen usaha dibutuhkan pengambilan keputusan untuk melihat laju usaha kedepannya.

Selain terkait bagaimana manajemen usaha guru-guru juga diajarkan bagaimana menentukan harga jual dari suatu produk. Dimulai dengan menentukan kebutuhan dari usaha. Penentuan kebutuhan finansial pengolahan dimulai dari:

1. Bahan baku

Bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi. Disebut juga bahan baku atau bahan mentah. Bahan baku dibagi lagi menjadi 2, yaitu: bahan baku langsung dan tidak langsung.

2. Tenaga kerja

Meliputi biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri dengan mudah ke masing-masing produk.

3. Biaya tempat produksi

Merupakan elemen yang mencakup seluruh biaya produksi yang tidak termasuk ke dalam kategori bahan langsung dan tenaga kerja langsung

4. Biaya lain-lain

Biaya non-produksi adalah semua biaya yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi. Umumnya biaya non-produksi dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu:

a) Biaya penjualan

Mencakup semua biaya yang diperlukan untuk menangani pesanan pelanggan. Contoh: biaya iklan, biaya pengiriman, biaya perjalanan dalam rangka penjualan, biaya pengemasan, dan gaji untuk bagian penjualan.

b) Biaya administrasi

Meliputi semua biaya yang berhubungan manajemen umum organisasi, bukan berhubungan dengan produksi atau penjualan. Contoh: gaji pemilik, humas, sekretariat dan akuntansi umum.

Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha

Strategi pemasaran yang diajarkan pada pelatihan pengabdian masyarakat dengan sasaran guru AI-Wasliyah menggunakan pemasaran tradisional dan *online*. Pemasaran adalah

upaya untuk memasarkan suatu produk. Dapat berupa barang atau jasa, menggunakan pola rencana atau taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

Dalam pelatihan ini para guru diajarkan mengenai strategi-strategi pemasaran yaitu :

1. Kenali Pasar atau Pelanggan

Sebagai produsen, hal pertama yang harus diketahui adalah siapa dan bagaimana pelanggan atau pasar yang akan menjadi target. Produsen harus mengetahui bagaimana sifat, sikap, kemampuan secara ekonomi, kebutuhan dari pasar atau pelanggan tersebut.

2. Tentukan Target Pasar

Semakin kecil target pasar, maka peluang untuk sukses di pasar tersebut akan semakin besar. Tentukan terlebih dahulu siapa sasarannya, misalnya perempuan, laki-laki, ibu rumah tangga, mahasiswa, pekerja, perusahaan catering atau restoran.

3. Memaksimalkan Konvensional Marketing Dengan Strategi Pemasaran Produk Yang Efektif

Promosi dengan konvensional marketing akan membuat promosi yang Anda lakukan menjadi lebih hidup. Membagikan brosur, membuat banner, reklame, dan beberapa desain grafis lainnya. Memanfaatkan konsumen yang merasa sangat puas dengan produk. Konsumen tersebut akan menceritakan tentang produk Anda kepada kerabat-kerabat dan orang yang dikenal.

4. Manfaatkan *social media*

Dalam kegiatan pendampingan ini para guru juga diajarkan bagaimana mempromosikan menggunakan aplikasi *e-commerce*, yaitu salah satunya whatsapp bisnis, instagram, tiktok serta pendaftaran melalui pesan antar cepat. Para peserta ditunjukkan video langkah-langkah mendaftarkan toko di salah satu e-commerce yaitu shopee.

5. Menawarkan promo yang menarik

Memberikan promo membuat peningkatan ketertarikan dari konsumen. Sebelum memberikan promo menarik harus memperhitungkan untung dan ruginya. Pandangan pertama dari promo adalah menangkap pasar untuk mencoba produk kita selanjutnya baru punya pelanggan dan bisa terus menerus terjalin .

6. Mengikuti tren atau perkembangan zaman

Dalam memasarkan atau mempromosikan produk tentunya para guru di Al Wasliyah kami berikan ilmu agar mengikuti trend perkembangan saat ini. Misalnya promosinya suda bisa melalui status *social media*. Menjual produk tidak hanya konvensional tetapi juga bisa melalui beberapa market place dan menggunakan aplikasi ojek online. Sehingga tren saat ini bisa menjadi media promosi berjualan dan pemasaran.

7. Melakukan Evaluasi dan Meningkatkan Produk

Monitoring dan evaluasi tentunya sangat diharapkan oleh mitra Tim Pengabdian kepada para guru-guru sebagai pelaku bisnis produk frozen food. Bapak ibu guru diajarkan selalu mencatat segala kebutuhan dan pengeluarnya. Menghitung keuntungan di setiap sesi waktu semisal mingguan atau bulanan. Sehingga bisa dievaluasi apakah ada penurunan penjualan atau peningkatan penjualan. Jika ditemukan masalah bisa segera untuk diatasi secepatnya.

Setelah pemaparan dari materi, para guru diajak berdiskusi dan *brainstorming* terkait rencana yang akan dilakukan dalam memajemen usaha *frozen food* dan pemasarannya. Tim pengabdian dan peserta pelatihan berdiskusi untuk mencapai kesepakatan. Pada akhir sesi (penutupan) para guru, sebagai pelaku usaha makanan *frozen food* olahan ikan, diajak untuk membuat *branding* nama yang selanjutnya akan dibuat dalam bentuk logo sticker produk. Berdasarkan hasil diskusi dan masukan dari tim dan peserta, maka diperoleh nama brand produk *frozen food* yang akan di buat dan dipasarkan, yaitu AW 19 Frozen Food. Nama brand ini berasal dari nama sekolah itu sendiri, yaitu Al Washliyah 19, untuk mencirikan bahwa *frozen food* yang dibuat adalah karya dari guru-guru Al Washliyah 19.

Faktor Pendukung

Kegiatan pelatihan manajemen usaha dan pemasaran usaha frozen food olahan ikan mendapatkan dukungan dari pihak yayasan dan kepala sekolah. Guru-guru memiliki antusias yang tinggi saat diberikan paparan materi dengan bertanya dan mencoba menyusun perencanaan usaha yang akan mereka rintis.

Faktor Penghambat

Kegiatan pelatihan ini juga mengalami beberapa hambatan yakni area ruangan yang digunakan untuk memaparkan materi berada di lingkungan sekolah dan masyarakat sehingga masih terdengar suara keramaian siswa dan acara di sekitar sekolah yang terkadang menghambat suara dari pemateri.



Gambar 1.
Pemateri menyampaikan materi terkait manajemen usaha dan pemasaran online



Gambar 2.
Foto Bersama pemateri dengan peserta



Gambar 3.
Produk olahan yang siap dipasarkan



Gambar 4.
Logo produk *frozen food*

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan PKM ini adalah:

1. Kegiatan PKM terlaksana dengan baik sesuai kesepakatan antara tim PKM dan mitra.
2. Setelah diberikan pelatihan, Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital dalam upaya pengembangan usaha *frozen food* berbahan baku ikan peserta lebih antusias dan merencanakan usaha dengan baik
3. Melalui serangkaian kegiatan PKM ini, para guru dapat lebih mengembangkan usaha produk *frozen food* yang memberikan tambahan penghasilan bagi para guru dan juga sekolah.
4. Para guru juga memulai dengan membuat whatsapp bisnis yang sudah diajarkan oleh pemateri dan beberapa *social media* yang dapat digunakan untuk mempromosikan usaha *frozen food* berbahan dasar olahan ikan
5. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ditutup dengan menetapkan nama produk *frozen food* dengan "AW 19 Frozen Food".

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada LPPM Unimed yang telah memfasilitasi jalannya kegiatan dengan dana hibah BOPTN Unimed tahun 2021. Terimakasih penulis ucapkan juga kepada Kepala Sekolah dan tim guru MTS Al-Wasliyah yang telah mengikuti serangkaian kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Negeri Medan.

Referensi

- Dinas Kelautan dan Perikanan Deli Serdang, S. U. (2020). *Statistik Perikanan Tangkap*. <https://diskanla.deliserdangkab.go.id/perikanan/statistik/?id=135>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran, edisi 13. In *Jakarta: Erlangga* (Vol. 14).
- Rahimi AR dan Radjab E. 2017. Manajemen Strategi. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Sadeli, A. H. (2018). Manajemen Usaha Home Industry Desa Sindangsari Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya*, 7(1), 51–55.
- Zaki, T. M., & Hidayat, N. (2017). Analisis sumberdaya dan strategi pengembangan sektor kelautan dan perikanan kabupaten deli serdang. *Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 5(2), 25–33.