



Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Perikanan di Desa Pela Kabupaten Kutai Kartanegara Melalui Penyuluhan Manajemen Strategi Pemasaran

Capacity Building of Fishery Business Actors in Pela Village, Kutai Kartanegara Regency Through Marketing Strategy Management Counseling

*Fitriyana¹, Helminuddin², Said Abdusysyahid³, Irman Irawan⁴, Wahyu Fahrizal⁵, Yulianti⁶, Dwi Larasati⁷, Sudewi⁸, Baiq Sulistiyorini⁹, Rudi Yakob¹⁰

¹⁻¹⁰Program Studi Magister Ilmu Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman, Indonesia

Alamat : Jl. Kuaro, Gn. Kelua, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75119, Indonesia

Koresponden Penulis : fitriyana@fpik.unmu.ac.id

Article History:

Received: Juli 10, 2024;

Revised: Juli 28, 2024;

Accepted: Agustus 19, 2024;

Published: Agustus 22, 2024

Keywords: KUB, Fishermen, Business Marketing Management

Abstract: Marketing of fishery business products is technically a little different from non-fisheries, this is because the marketing flow time from producer to consumer must be shorter, this is done in order to maintain freshness and optimal protein content in the fish. Therefore, efforts are needed to provide technical guidance for business marketing management. Lack of knowledge of the importance of groups is an obstacle in providing assistance to fishermen. so it is necessary to provide ongoing assistance by related agencies and academics to change the mindset and fate of fishermen towards a better standard of living. Extension activities were carried out on Saturday, May 11 2024 in Pela Village, Kota Bangun District, Kutai Kartanegara Regency. The approach method used is mapping potential locations, counseling, training and assistance with business marketing management. The result of community service is that fishing communities can understand the importance of joining or forming groups to achieve the same goals, and fishermen understand the importance of marketing management in an effort to increase income and economic welfare.

Abstrak

Pemasaran hasil produksi usaha perikanan secara teknis sedikit berbeda dengan non perikanan hal ini dikarenakan waktu alur pemasaran dari produsen ke konsumen harus lebih singkat hal ini dilakukan demi menjaga kesegaran dan kandungan protein yang ada pada ikan masih optimal. Oleh karena itu diperlukan upaya bimbingan teknis manajemen pemasaran usaha, kurangnya pengetahuan akan pentingnya berkelompok menjadi kendala dalam upaya pendampingan kepada nelayan. Sehingga perlu dilakukan pendampingan secara berkelanjutan oleh instansi terkait dan akademisi guna merubah pola pikir dan nasib nelayan menuju taraf kehidupan yang lebih baik. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan pada hari sabtu, 11 Mei 2024 di Desa Pela Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. Metode pendekatan yang digunakan yaitu pemetaan potensi lokasi, penyuluhan, pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran usaha. Hasil pengabdian masyarakat yaitu masyarakat nelayan dapat memahami tentang pentingnya bergabung atau membentuk kelompok untuk menggapai tujuan yang sama, serta nelayan paham akan pentingnya manajemen pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi.

Kata Kunci: KUB, Nelayan, Manajemen Pemasaran Usaha

1. PENDAHULUAN

Pela sebagai Desa yang keberadaannya ada di wilayah pinggiran sungai yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara yaitu sungai Mahakam terdapat 12 Desa yang masyarakatnya bersuku asli daerah yaitu suku kutai dan suku banjar, Masyarakatnya bermata pencaharian sebagai Nelayan. Posisi tinggal masyarakatnya tersebar di 6 RT yang ada di Desa Pela. Secara geografis Desa Muhuran berada disebelah utaranya Desa Pela, untuk Desa Sangkuliman berada disebelah selatannya, Desa Semayang berada dibagian baratnya desa Pela dan Desa Liang Ulu bagian timur perbatasan Desa Pela (Kemenparekraf, 2019).

Kota Bangun merupakan sebuah wilayah yang dilintasi perairan sungai mahakam, dimana keberadaan sungai mahakam sangatlah penting sebagai jalur transportasi perairan maupun sebagai tempat mata pencaharian bagi seorang nelayan maupun seorang pembudidaya keramba dan sungai mahakam mempunyai potensi yang sangat besar jika dikembangkan dengan baik sebagai daya tarik ekowisata (Nala & Indriani, 2020). Desa Pela merupakan salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Kutai Kartanegara yaitu berbasis wisata sungai dan danau dengan ekosistem Mamalia Langka pesut Mahakam atau lumba-lumba air tawar, selain sebagai tempat wisata danau semayang dan sungai pela merupakan sebuah tempat aktifitas nelayan untuk mencari ikan karena sebagian besar masyarakat desa pela berprofesi sebagai seorang nelayan. Sungai pela dan danau semayang juga merupakan tempat konservasi bagi mamalia air tawar yaitu pesut mahakam.

Nelayan Desa Pela melakukan penangkapan ikan setiap harinya menggunakan alat tangkap ramah lingkungan diantaranya menggunakan alat tangkap rengge, rimpa, hancu dan rawai. Hasil tangkapan nelayan di desa pela berupa ikan repang, kendia, patin, lais, baung, gabus, toman, dan ikan lele merupakan komoditi perikanan andalan yang memiliki nilai ekonomis tinggi.

Satu diantara dari lembaga yang ada di Desa Pela yaitu Kelompok Usaha Bersama (KUB) dimana anggotanya berisikan para nelayan yang memiliki tujuan yang sama. KUB merupakan salah satu lembaga perikanan yang di bentuk dengan tujuan untuk mewedahi kegiatan nelayan dan mensejahterakan nelayan terkhususnya di Desa Pela, adapun KUB yang ada di Desa Pela diantaranya KUB Rawa Indah, KUB Jala Maniraw, KUB Mina Bahari, KUB Mina Harapan, KUB Banyu Asin, dan KUB Kakap.

Satu diantara permasalahan utama kelompok nelayan adalah belum diterapkannya manajemen bisnis yang baik seperti teknik pemasaran yang di lakukan masih sangat sederhana hanya menunggu pengepul untuk datang ke lokasi dan mengambil ikan hasil tangkapan. Maka dari itu, masih sangat dibutuhkannya upaya dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha

perikanan dalam membentuk daya saing pada setiap pelaku usaha dengan tujuan meningkatkan kemandirian sehingga tidak ada yang menang dan kalah dalam proses mencapai tujuannya (Rumlus et al., 2017). Penyuluhan tentang manajemen pemasaran hasil perikanan sangatlah penting untuk membantu para nelayan, pembudidaya ikan, dan pengolah hasil perikanan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka.

2. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan pada hari Sabtu 11 Mei 2024 di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun, Kabupaten Kutai Kartanegara. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah penyuluhan diskusi dan tanya jawab tentang Manajemen Pemasaran Hasil Perikanan. Sasaran penyuluhan yaitu masing masing perwakilan anggota KUB sebanyak 9 orang, Mahasiswa S2 Magister Ilmu Perikanan FPIK Unmul 8 orang, Dosen Pemateri Pengabdian sebagai penyuluh program sebanyak 5 orang dengan jumlah total yang terlibat dalam pengabdian masyarakat sebanyak 22 Orang. Perlengkapan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Soundsistem dan Brosur.

Kegiatan pelibatan komunitas ini adalah salah satu usaha untuk mengubah lingkungan dan perilaku yang akan meningkatkan kesehatan masyarakat dan anggotanya (Mihardja et al., 2022). Dalam kegiatan seperti pemberdayaan masyarakat, bukan hanya hasilnya yang harus diperhatikan, tetapi juga prosesnya dan fungsi komunikasi (Sulaiman, 2013).

Kegiatan penyuluhan di Desa Pela Kabupaten Kutai Kartanegara dilakukan dengan beberapa persiapan mulai dari survei, menentukan target peserta, melibatkan beberapa stakeholder dan menentukan waktu pelaksanaan. Kegiatan penyuluhan dilakukan mulai dari penyampaian materi oleh dosen selama 3 jam kemudian dilanjutkan sesi diskusi dengan pelaku usaha perikanan, adapun materi yang disampaikan diantaranya: 1). pentingnya berkelompok untuk mewujudkan visi dan misi bersama 2). manajemen pemasaran hasil tangkapan yang baik untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat nelayan tangkap.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan di Desa Pela Kabupaten Kutai Kartanegara terhadap manajemen pemasaran hasil perikanan dilakukan dengan beberapa tahap diantaranya penyampaian materi, diskusi dan evaluasi. Guna menciptakan nelayan dan pelaku usaha perikanan yang sejahtera, diperlukan strategi usaha yang tepat, konsisten, dan dapat diandalkan (Kurnia et al., 2024).

1. Tujuan Penyuluhan

Penyuluhan ini bertujuan untuk:

- a. Memberikan pemahaman tentang konsep dasar manajemen pemasaran hasil perikanan.
- b. Memperkenalkan strategi dan teknik pemasaran yang efektif untuk hasil perikanan.
- c. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memasarkan hasil perikanan.

2. Kegiatan Penyuluhan

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan kepada pelaku usaha perikanan terkhususnya nelayan yang tergabung pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang menggunakan alat tangkap ramah lingkungan dimulai dari survei lokasi pengabdian dan mengundang masyarakat terkhususnya pelaku usaha perikanan untuk hadir dalam kegiatan sosialisasi penyuluhan.

Materi penyuluhan yang disampaikan yaitu Manajemen Pemasaran Hasil Tangkapan yang baik untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat nelayan. Pemasaran merupakan bagian penting yang harus dilakukan oleh seorang pelaku usaha perikanan hal ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan agar usaha yang dijalankan terus berkembang dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya (Zidhane et al., 2020). Pemasaran produk perikanan memiliki metode yang berbeda dengan pemasaran produk non perikanan (Sudana, 2019). Dimana produk perikanan mempunyai karakteristik yang mudah busuk atau rusak (*perishable*), sehingga perlu penanganan khusus dalam melakukan penyaluran pemasaran. Mempersingkat waktu penyaluran pemasaran dari nelayan sampai ke tangan konsumen sangat perlu dilakukan untuk menjaga kesegaran dan menjaga kualitas kandungan protein dalam ikan.

Kegiatan penyuluhan berlangsung selama kurang lebih 3 jam terbagi menjadi dua sesi yaitu penyampaian materi dan diskusi. Selama kegiatan pengabdian berlangsung para nelayan aktif dan semangat dalam mengikuti kegiatan penyuluhan, hal ini karena para nelayan merasa sangat terbantu atas kehadiran dosen selaku pemateri dan rekan-rekan mahasiswa yang turut aktif membantu dalam memberi masukan dan saran terhadap nelayan dalam menjalankan usahanya. Harapan dari pelaku usaha (nelayan) adanya dampingan secara berkelanjutan (*continue*) kedepannya mulai dari pengembangan kelompok serta manajemen pemasaran pada usaha penangkapan.



Gambar 1. Penyampaian Materi

Pada gambar 1 dapat dilihat penyampaian materi dilakukan dengan membaaur dengan masyarakat hal ini bertujuan agar tidak menimbulkan gap atau batasan antar pemateri dan peserta. Kegiatan ini sifatnya lebih berdiskusi dua arah agar permasalahan-permasalahan yang ada dapat dengan mudah diketahui dan diselesaikan dengan secara cepat dan efisien. Kemudian Pelaku usaha perikanan yang tergabung pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) diberikan pemahaman terkait menyelesaikan masalah yang dihadapi dan memaksimalkan segala peluang dan potensi yang dimiliki sehingga tidak lagi bergantung dengan bantuan pihak eksternal dan dapat mewujudkan keberdayaan yang berkelanjutan (Suwandi & Prihatin, 2020).



Gambar 2. Sesi Diskusi dan Wawancara dengan Nelayan

3. Evaluasi Pengetahuan

Berdasarkan hasil evaluasi yang sudah dilakukan mulai dari awal hingga akhir kegiatan penyuluhan, pemateri menyampaikan pertanyaan kepada peserta (nelayan) hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta terkait materi yang sudah disampaikan. Hasil menunjukkan bahwa 1) pengetahuan peserta semakin meningkat dan pentingnya kesadaran berkelompok untuk mencapai tujuan yang sama, 2) Pemahaman masyarakat nelayan semakin sadar akan pentingnya manajemen pemasaran guna mewujudkan prekonomi yang meningkat dan sabil serta dapat mensejahterakan kehidupan

nelayan, 3) Menjalin hubungan yang baik dengan akademisi, ikatan sarjana perikanan Indonesia cabang Kalimantan Timur, rekan-rekan mahasiswa program studi Magister ilmu perikanan Bersama masyarakat sebagai pelaku perikanan dapat sangat membantu dalam menambah wawasan dan dapat membantu dalam menyelesaikan masalah dalam hal ini permasalahan nelayan di Desa Pela.

Adapun dalam melakukan kegiatan penyuluhan terdapat faktor pendorong dan penghambat dalam keberlangsungan kegiatan diantaranya perbedaan tingkatan pendidikan, usia, dan kondisi sosial dapat mempengaruhi dalam pemahaman materi yang telah disampaikan (Rahayu & Ali, 2023). Kesuksesan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat diukur dengan 1) Ketepatan lokasi penyuluhan dan sesuai dengan permasalahan yang ada, 2) Antusias dari peserta dalam mengikuti kegiatan dan aktif guna menambah wawasan, 3) Bantuan dan kerjasama yang baik antara pengurus cabang Ikatan Sarjana Perikanan Indonesia Kalimantan Timur (ISPIKANI Kaltim) bersama mahasiswa Magister Ilmu Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (FPIK) Universitas Mulawarman dan masyarakat bermatapencaharian sebagai nelayan di Desa Pela.

4. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Pela dapat disimpulkan: 1) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dapat meningkatkan pengetahuan peserta terutama dalam pentingnya bergabung atau membentuk kelompok guna mewujudkan tujuan yang sama dalam berbagai hal satu diantaranya kemampuan manajemen usaha. 2) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di Desa Pela mampu menciptakan hubungan yang semakin baik terkhususnya semakin intensifnya komunikasi timbal balik antara FPIK UNMUL dengan masyarakat nelayan yang tergabung dalam KUB, 3) Pengabdian seperti ini perlu sering dilakukan agar pendekatan penyuluhan terhadap pelaku usaha akan terlaksana dengan efektif serta dapat memenuhi tujuan yang sudah diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Zidhane, M., Yuniarti, T., & Nurmalia, N. (2020). Profil sumber daya perikanan di Kecamatan Pemalang Kabupaten Pemalang Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 14(1), 73–92. <https://doi.org/10.33378/jppik.v14i1.185>

Suwandi, M. A., & Prihatin, S. D. (2020). Membangun keberdayaan nelayan: Pemberdayaan masyarakat nelayan melalui "Kelompok Usaha Bersama Berkah Samudra" di Jepara,

- Indonesia. JISPO (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 10(2), 231–255. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/9451>
- Sulaiman, A. I. (2013). Model komunikasi formal dan informal dalam proses kegiatan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 16(2), 173–188. <https://doi.org/10.20422/jpk.v16i2.38>
- Sudana, I. W. (2019). Analisis efisiensi pemasaran ikan teri segar hasil tangkapan nelayan di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 637–658. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/21872>
- Rumulus, R., Lumolos, J., & Mantiri, M. (2017). Peran pemerintah desa dalam pemberdayaan masyarakat (Studi pada kelompok nelayan di Desa Trikora Kecamatan Kaimana Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat). *Jurnal Eksekutif*, 1(1), 1–12. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnaleksekutif/article/view/16191>
- Rahayu, A. P., & Ali, M. (2023). Peningkatan kapasitas dan manajemen usaha nelayan alat tangkap bubu di Desa Warulor Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash*, 9(1). <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v9i1.8960>
- Nala, I. W. L., & Indriani, N. (2020). Pengembangan ekowisata sungai berbasis masyarakat di Desa Pela Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(2), 85. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i2.14579>
- Mihardja, E. J., Azizi, A., & Fairus, S. (2022). Penerapan teori difusi inovasi dalam community engagement: Kisah pengolahan limbah rajungan dari Indramayu. *Journal of Dedicators Community*, 6(2), 61–74. <https://doi.org/10.34001/jdc.v6i2.2030>
- Kurnia, R., Abdusysyahid, S., & Fitriyana, F. (2024). Strategi pengembangan kelompok usaha pembudidayaan ikan nila (*Oreochromis niloticus*) Mina Kolam Mandiri Jaya di Desa Ponoragan Kecamatan Loa Kulu. *Jurnal Perikanan Unram*, 13(3), 902–913. <https://doi.org/10.29303/jp.v13i3.612>
- Kemenparekraf. (2019). Desa Wisata Pela, Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. Jadesta. Kemenparekraf.Go.Id. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/pela>