

STRATEGI PEMASARAN MELALUI KOPERASI PETANI IKAN LELE DI GUNUNG SINDUR KABUPATEN KABUPATEN BOGOR

Nining Latianingsih¹, Iis Mariam², Dewi Winarni³,

^{1,2,3} State Polytechnic of Jakarta Email: nining.latianingsih@bisnis.pnj.ac.id

Abstrak

Pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat akan diadakan di desa Curug kecamatan Gunung Sindur Pemerintah Kabupaten Bogor–Jawa Barat tahun ini merupakan hasil Pengabdian masyarakat Program Pengabdian Teknologi Tepat Guna kemenristekBrin. Pengabdian kepada masyarakat merupakan wujud dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang wajib dilaksanakan oleh dosen dibantu oleh staf administrasi dan mahasiswa. Pengabdian masyarakat adalah mendirikan koperasi untuk petani ikan lele yang mengalami kesulitan untuk Pasca panen ikan lele, karena harganya selain turun dan diakibatkan dari Pandemi Covid 19, sehingga petani ikan lele mengalami penurunan penghasilan. Dengan adanya wadah yang berbentuk koperasi diharapkan dapat meningkatkan penghasilan masyarakat terutama dengan mengolah lele menjadi makanan yang bisa meningkatkan penghasilan. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pembekalan secara teori dan praktek. Adapun kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelatihan mengenai pendirian koperasi, pemasaran produk dilakukan secara *online* (*Social Media marketing*), menyusun laporan keuangan Koperasi petani ikan di desa Curug kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 10 November 2020, setelah pelaksanaan pengabdian ini selesai dilakukan monitoring terhadap hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat apakah sudah diimplementasikan sesuai prosedur yang berlaku. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk memberikan pengetahuan kepada Petani Ikan Lele yang berada di desa curug kecamatan Gunung Sindur, kabupaten Bogor agar bisa menyelesaikan dengan solusi yang diketahun lebih awal, yaitu memasarkan produknya dengan menggunakan *Social Media marketing*, memberikan solusi yang dapat dilaksanakan oleh petani ikan lele serta dapat berkomunikasi dengan masyarakat maupun aparat desa dalam menjalankan usahanya berbentuk koperasi dengan menggunakan Sosial media dengan baik dan benar, untuk menanggapi situasi pada saat pandemi ini

Kata kunci: koperasi, olahan ikan lele, petani ikan lele, PPTTG, *social digital marketing*

Abstract

The implementation of community service will be held in the village of Curug District Mount Sindur Bogor Regency Government-West Java this year is the result of community service program Appropriate Technology Service KemenristekBrin. Community service is a manifestation of the implementation of The Tri Dharma of Higher Education which must be carried out by lecturers assisted by administrative staff and students. Community service is to establish cooperatives for catfish farmers who have difficulty for post-harvest catfish, because the price is in addition to falling and caused by the Covid 19 Pandemic, so that catfish farmers experience a decrease in income. With the existence of containers in the form of cooperatives are expected to increase people's income, especially by processing catfish into food that can increase income. The method used is to provide briefing in theory and practice. The community service activities

provide training on the establishment of cooperatives, product marketing is carried out online (Social Media marketing), compiling financial reports cooperatives fish farmers in the village Curug District Mount Sindur Bogor Regency. This devotional activity was carried out on November 10, 2020, after the implementation of this service was completed monitoring the results of community service activities whether it has been implemented in accordance with applicable procedures. Community service activities are to provide knowledge to Catfish Farmers who are in the village curug District Mount Sindur, Bogor district in order to be able to solve with a solution that was years earlier, namely marketing its products using Social Media marketing, providing solutions that can be implemented by catfish farmers and can communicate with the community and village officials in running their businesses in the form of cooperatives using Social Media properly and correctly , to respond to the situation during this pandemic

Keywords: *cooperatives, processed catfish, catfish farmers, PPTTG, social digital marketing*

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Bogor merupakan salah satu dari 197 Kabupaten kota di Indonesia yang ditetapkan menjadi kawasan minapolitan oleh KKP. Bupati Bogor menetapkan SK no 523.31/227/Kpts/Huk/2010, lokasi yang dipilih di Kabupaten Bogor sebagai Kawasan Minapolitan ada empat Kecamatan yakni kecamatan Ciseeng, Partung, Gunung sindur dan Kemang sebagai pusat kotanya dipilih kecamatan Ciseeng, dan tiga kecamatan lainnya sebagai kawasan pendukung. Desa Curug Kecamatan Gunung sindur adalah salah satu yang masuk kedalam kelompok Kota Ikan di Kabupaten Bogor, karena sebagai pusat peternak ikan lele salah satunya.(2018)

Budidaya air tawar di kawasan minapolitan tersebut sudah cukup berkembang. Potensi lahan untuk kegiatan perikanan budidaya di kawasan minapolitan Kabupaten Bogor adalah seluas 2.592,5 ha yang tersebar di empat kecamatan kawasan pengembangan, yaitu Kecamatan Ciseeng seluas 1.309,5 ha, Kecamatan Parung seluas 607 ha, Kecamatan Gunung Sindur seluas 192 ha, dan Kecamatan Kemang seluas 484 ha. Kegiatan budidaya air tawar di kawasan minapolitan tersebut sudah cukup berkembang. Selama lima tahun terakhir (2014-2018), target produksi lele di Kabupaten Bogor terus mengalami peningkatan dengan kenaikan rata-rata 16,77% per tahun (2018) Komoditas Unggulan dikawasan gunung sindur adalah Ikan Lele, saat ini memang Kabupaten Bogor adalah merupakan penghasil ikan lele terbesar di Jawa Barat. Sehingga produksi ikan lele di Kabupaten Bogor dari tahun ketahun semakin meningkat. Masyarakat berharap bahwa dengan adanya kegiatan minapolitan tersebut dapat menggenjot pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bogor, khususnya dalam sektor pariwisata, karena di gunung sindur juga selain pusat Ikan Lele ada juga pusat tanaman hias (2018).

Koperasi Petani ikan lele yang didirikan sebagai luaran dari kegiatan program pengabdian pada masyarakat PPTTG tahun 2020 ini, terus dilakukan monitoring perkembangan usahanya. Adapun tujuan dari pengabdian pada masyarakat ini adalah memberikan peningkatan sosail ekonomi kepada petani ikan lele melalui pelatihan, yaitu: (1) cara memasarkan produk olahan ikan lele dari hasil koperasi secara *online melalui website*, (2) cara membuat laporan keuangan / *cash flow* untuk koperasi, dan (3) membuat koperasi, (4) pelatihan membuat produk olahan dari ikan lele sebagai wujud peningkatan hasil olahan lele.

Pengertian digital marketing menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. Digital marketing adalah segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk dan jasa melalui media internet (heidrick: 2009) Rowles (2014), Urban (2004). Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan jasa baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan barata (2003), Lovelock (2001), Lupiyoadi (2008) dan Ciptono (2012).

Definisi Koperasi menurut Undang-Undang Nomor 17 tahun 2012 Tentang Perkoperasian dalam Pasal 1(1) Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi.

Laporan keuangan adalah ringkasan dari suatu proses pencatatan (*a summary of a recording process*) dan transaksi-transaksi keuangan (*and financial transactions*) yang terjadi selama satu tahun buku yang bersangkutan (*that occur during a given fiscal year*). Manfaat serta luaran yang dihasilkan dari pengabdian pada masyarakat ini adalah anggota Koperasi Petani Ikan Lele di desa Curug Kecamatan Gunung Sindur kabupaten Bogor dapat melakukan pemasaran produk olahan ikan lele menggunakan social digital marketing (instagram, facebook, whatsapp), membuat laporan keuangan bisnis sederhana

2. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai Social Media marketing, Pendirian koperasi, serta menyusun laporan keuangan koperasi desa curuk kecamatan Gunung sindur Kabupaten Bogor.

Objek yang terlibat dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah: (1) Petani Ikan Lele (2) masarakat umum warga desa curug kecamatan gunung sindur r, dan (3) Pemuda serta ibu-ibu PKK. Teknik pengumpulan data melalui: wawancara dan observasi dengan ketua koperasi dan wakil dari Petani ikan Lele yang tergabung dalam koperasi Petani Ikan Lele Kabupaten Bogor, Kepala Desa Curug. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim dari PPTTG U{2M Politeknik Negeri Jakarta kepada peserta pengabdian pada masyarakat.

Dalam pelatihan ini ada 30 orang peserta yang ikut terdiri dari unsur aparat desa, pemuda dan wakil masyarakat serta anggota koperasi .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan ditampilkan dalam bentuk uraian deskriptif. Adapun langkah pelaksanaan kegiatan dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat PPTTG UP2M PNJ

No	Tahapan	Kegiatan	Hasil
1	Waktu dan tempat kegiatan	Kegiatan pengabdian dilakukan pada tanggal 10 November 2020, mulai pukul 08.30- 16.00 wib bertempat di Aula desa Curug Kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor.	Dilaksanakan sesuai dengan jadwal dan diawali sambutan dari Ketua pelaksana kegiatan, kepala UP2M PNJ, Kepala Desa, serta kepala Dusun Curug, dan terakhir sambutan dan acara dibuka oleh Direktur PNJ selanjutnya ditutup dengan doa dari pak Ustad. . Hadir juga undangan tokoh masyarakat desa Curug serta peserta pelatihan dan dosen Tim PPTTG-PNJ.
2	Peserta	Peserta berjumlah 30 orang terdiri dari calon anggota koperasi Petani Ikan Lele , PKK dan Kakrang taruna desa Curug, kecamatan Gunung Sindur kabupaten Bogor.	Semua peserta, undangan hadir tepat waktu dan mengikuti semua kegiatan dari awal sampai akhir. Peserta: 30 orang Dosen:15 orng Mhsw: 4 orang
3	Pemateri /Narasumber (Instruktur)	<p>a. Nining Latianingsih dengan kualifikasi dosen, S3 yang memberikan materi memiliki kompetensi terkait Hukum Bisnis Usaha dalam Kegiatan Bisnis</p> <p>b. Ridwan Agah Kaprodi Akuntansi dan Keungan, menjelaskan bagaimana membuat catatan keuangan koperasi.</p> <p>c. Mahar Azhari Praktisi, dilibatkan dalam upaya memberikan Pelatihan Pemasaran Produk berbasis media online.</p> <p>d. SEL Ninggarwati, memberikan pelatihan mengolah ikan lele menjadi produk yang dapat dijual dengan nilai tinggi.</p>	<p>Proses pelatihan ,pembimbingan dan Pendampingan dilakukan menggunakan komunikasi dua arah sehingga tidak ada kesenjangan antara peserta dan instruktur.</p> <p>Penyampaian materi menggunakan media belajar (LCD dan Komputer) serta praktek langsung dalam membuat laporan keuangan serta memvisualisasikan produk dengan gambar/foto yang menarik dalam media sosial.</p>

Sumber: data diolah tahun 2020

Tabel 2. Materi dan Metode Pelatihan

No	MATERI	PELAKSANAAN
1	Sosialisasi Materi tentang pendirian koperasi	<p>Materi Pertama disampaikan mengenai Pendirian koperasi, diberikan pemahaman bagaimana pentingnya didirikan badan usaha berbadan hukum, sebagai wadah untuk melaksanakan usaha sehingga bila usaha maju ataupun mundur ada pengurus yang bertanggung jawab, ataupun jika ingin meningkatkan usahanya.</p> <p>Kemudian persiapan untuk membuat koperasi, dengan cara mengisi dokumen yang sudah disiapkan narasumber yang diperoleh dari notaris sebagai syarat dibuatkan akta autentik dari koperasi, yang membutuhkan waktu hamper satu bulan sampai keluar Aktanya dari Kemenhukam.</p>
2	Social Media Marketing 4.0	<p>Materi kedua mengenai Social Media <i>marketing</i> diberikan pemahaman bagaimana pentingnya memasarkan produk menggunakan media sosial (Web, Instagram, Facebook dan WhatsUp) dalam era digital saat ini. Peserta diberikan juga materi dasar bagaimana mengupload foto produk menggunakan media sosial tersebut. Etika bisnis juga tetap diberikan kepada peserta agar terhindar dari pelanggaran UU ITE. Setiap peserta baik yang menggunakan handphone maupun laptop diberikan bimbingan bagaimana kualitas produk ketika ditampilkan dalam media sosial lebih menarik dan diminati pembeli.</p> <p>Dalam pelaksanaannya selalu ada hambatan, karena koneksi jaringan yang tidak lancer, apalagi kondisi dan situasi didesa, sehingga ini yang menjadi kendala salam pelaksanaannya.</p>
3	Pencatatan Laporan Keuangan	<p>Materi ketiga mengenai pencatatan laporan keuangan sederhana untuk koperasi adalah proses pencatatan harian untuk barang yang masuk (stok di gudang penyimpanan) dengan barang yang terjual. Hasil yang diharapkan adalah proses pencatatan barang yang dapat diakses oleh semua pengurus koperasi sehingga transparansi informasi terkait laporan keuangan dan stok barang dapat dibuktikan.</p> <p>Manfaat yang dapat diperoleh petani ikan lele di Curugr dalam pelatihan pembuatan laporan</p>



keuangan adalah: (a) sebagai alat pertanggungjawaban dan alat penilaian kinerja koperasi, (b) posisi keuangan koperasi setiap saat dapat diketahui, (c) selama periode usaha maka laba rugi koperasi dapat dimonitor, dan (d) informasi yang diberikan kepada pihak luar yang berhubungan dengan koperasi dapat disampaikan dengan benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

4 Praktek membuat Olahan Ikan Lele



Peserta yang berprofesi sebagai pedagang diberikan pemahaman dan praktek bagaimana berkomunikasi dengan pembeli dan pelanggan agar produk yang dijual diminati. Komunikasi verbal dan non verbal diberikan dengan contoh yang mudah diterima peserta. Sedangkan peserta dari aparat desa juga ditekankan pada bagaimana komunikasi dan pelayanan kepada masyarakat dilakukan ketika masyarakat meminta dibuatkan surat keterangan, pengurusan kartu keluarga, sosialisasi kebijakan untuk masyarakat. Kegiatan aparat desa dalam memberikan pelayanan harus disampaikan dengan komunikasi yang baik sehingga masyarakat merasa diberikan pelayanan yang cepat, jelas, sopan dan baik, serta tepat waktu sehingga masyarakat merasa puas.

5 Metode Pelatihan



Dilaksanakan dengan Ceramah, diskusi, praktik untuk membuat gambar produk yang akan diupload dalam Web instagram, facebook, dan WA, menyusun pembukuan sederhana melalui pendekatan *problem based learning* (PBL).serta Dementsntrasi pembuatan olahan ikan lele sebagai diversifikasi Produk.

Proses pelatihan berjalan dinamis melalui diskusi, role play, dan tanya jawab dimana interaksi pemateri dan peserta berlangsung dua arah, dengan menggunakan metode pembelajaran PBL sehingga memudahkan peserta menerima materi. Praktik dilakukan untuk membuat laporan pembukuan sederhana dari kegiatan bisnis yang dilakukan pengrajin serta pedagang yang tergabung dalam calon koperasi Petani Ikan Lele.

Sumber: data diolah, 2020

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini juga sekaligus diserahkan bantuan Peralatan operasional untuk kegiatan Pemasaran, alat Pembuatan olahan ikan lele, untuk mendukung kerja operasional koperasi yang diterima langsung oleh ketua koperasi dan disaksikan oleh kepala desa curug serta ketua dusun kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor dan Tim Dosen PPTTG Politeknik negeri Jakarta(PNJ).



Gambar 6. Penyerahan bantuan untuk Koperasi Bunga Kayu Cilember Mekar
Sumber: data diolah tahun 2020

4. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Potensi Desa Curug Kecamatan Gunung Sindur kabupaten Bogor dalam bisnis Ikan Lele tidak diragukan lagi, karena sudah ditetapkan sebagai salah satu dari empat kota Ikan yang ada di kabupaten Bogor, sehingga berpotensi banyak hasil panen terutama ikan lele, sehingga dapat menyebabkan turunnya harga ikan lele, apalagi pada saat pandemic covid sekarang ini. Sehingga memerlukan pendampingan dalam upaya memasarkan produknya melalui strategi pemasaran 4.0 atau melalui Web, media social merujuk pada teori pemasaran jasa berbasis digital.

Kemampuan masyarakat desa, PKK, Taruna Karya, serta Petani Ikan dalam melakukan pencatatan hasil penjualan serta keuangan koperasi dapat dilaksanakan dengan baik, dan menggunakan laporan keuangan sederhana;

Komitmen dan aksi nyata dari pemerintah desa, serta pemerintah kabupaten Bogor, institusi PNJ, kemenristekBrin dan masyarakat umum di desa curug, Bogor turut membantu pengembangan koperasi yang dibuat, sehingga tetap bertahan dan mampu berdaya saing dengan usaha sejenis, walaupun dalam keadaan pandemic dan dapat meningkatkan kesejahteraan secara ekonomi.

2. Saran

1. Pemerintah desa secara terus menerus melaksanakan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan dan pemberdayaan koperasi petani Ikan lele.
2. Adanya pendampingan tidak hanya dari pemerintah desa tetapi juga dari dinas koperasi, dinas Perikanan serta PNJ dalam meningkatkan usaha koperasi, khususnya pada saat operasional kegiatan koperasi secara keseluruhan.
3. Pengurus dan anggota koperasi, Bogor harus terus berkomitmen memajukan koperasi dan menghindari konflik dalam organisasi, serta pengembangan SDM secara menyeluruh;

4. Peran PNJ terus melakukan pendampingan dan monitoring terhadap kegiatan koperasi sebagai desa binaan yang dijadikan percontohan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada: (1) KementrianBrin RI yang telah mendanai kegiatan pengabdian pada masyarakat. (2) UP2M-PNJ sebagai Pelaksana dari PPTTG (3) Kepala Desa Curug kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor yang telah bekerjasama dalam memberikan informasi data dan dukungan terhadap pelaksanaan pengabdian pada masyarakat, dan (4) Pengurus koperasi Petani Ikan Lele serta masyarakat (PKK, Taruna Karya) yang berkomitmen untuk mengembangkan koperasi sebagai sarana mensejahterakan anggota koperasi dan berkontribusi kepada masyarakat untuk berdaya secara ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Heidrick and Struggles. 2009. *The Adoption of Digital Marketing in Financial. Services Under Crisis*
- Rowles, Daniel. (2014). *Digital Branding: A Complete Step By Step Guide To Strategy, tactics And Measurement*. London: Kogan Page.
- Urban, Glen. L. (2004). *Digital Marketing Strategy: text and cases*. Pearson Education.
- Barata, Ateb Adya. 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima*, jakarta: PT Elek Mediakomputindo
- Lovelock, Christopher H. dkk. 2011. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid I, Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi

Newspaper Article References

- Profil Minapolitan kabupaten Bogor. 2014. Penetapan Kabupaten Bogor sebagai Kawasan Minapolitan. <https://bogorkab.go.id/post/detail/profil-kawasan-minapolitan-kabupaten-bogor> diakses tanggal 20 November 2020
- Misi Jadi Sentra Minapolitan Nasional. 2018. <https://www.radarbogor.id/2018/04/27/misi-jadi-sentra-minapolitan-nasional/> diakses tanggal 19 November 2020
- Pojoksatu Bogor. 2018. <https://adeyasin.net/2019/04/kabupaten-bogor-jadi-percontohan-kawasan-minapolitan/> , diakses tanggal 19 November 2020