

Optimalisasi Penjualan Melalui Penguatan Kapasitas Manajemen Pada Kelompok Tani Ikan “SEHATI” Desa Batu Kumbang, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat

Sales Optimization through Strengthening Management Capacity in “SEHATI” Fish Farmer Group Batu Kumbang Village, Lingsar District, West Lombok

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) 45

Sri Maryanti¹, Syarifah Massuki Fitri², I Wayan Nuada³, IGPB suastina⁴, Suandi⁵, M. Asrul Oktarizal,⁶ & M. Bahrul Ulum⁷

Email: maryanti.sri88@gmail.com¹, syarifah.mfitri@gmail.com², wayannuada@gmail.com³, suastina1957@gmail.com⁴, andiinda196263@gmail.com⁵, rizal_gomong@yahoo.com⁶, micu1307@gmail.com⁷

ABSTRAK

Kelompok tani ikan Sehati adalah salah satu kelompok yang bergerak dalam budidaya berbagai jenis ikan air tawar seperti ikan koi, lele, patin, dan bawal. Kelompok tani ini mengalami kesulitan dalam menghadapi permintaan terhadap bibit ikan yang cenderung menurun dan masih belum stabil apalagi disaat andemiseperti ini. Oleh sebab itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan oleh tim dari STIE 45 Mataram dalam upaya untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra melalui pemberian penyuluhan terkait pemahaman dan implementasi manajemen pemasaran khususnya promosi. Dengan adanya penyuluhan ini diharapkan kelompok tani ikan Sehati dapat mengetahui dan memahami dengan baik bagaimana pentingnya pemasaran dan promosi dalam menjalankan sebuah bisnis. Disamping itu, kelompok tani ikan Sehati juga mampu memanfaatkan media sosial seperti halnya *Facebook* dalam mempromosikan ikan air tawarnya, sehingga dapat meningkatkan penjualan secara optimal.

Kata kunci: kelompok tani, ikan air tawar

ABSTRACT

Sehati fish farmer group is one of the groups engaged in the cultivation of various types of freshwater fish such as koi fish, catfish, catfish, and pomfret. This farmer group is experiencing difficulties in dealing with the demand for fish seeds which tends to decline and is still not stable, especially during an epidemic like this. Therefore, Community Service activities were carried out by a team from STIE 45 Mataram in an effort to provide solutions to problems faced by partners through providing counseling related to understanding and implementing marketing management, especially promotion. With this counseling, it is hoped that the Sehati fish farmer group can know and understand well how important marketing and promotion is in running a business. In addition, the Sehati fish farmer group is also able to take advantage of social media such as Facebook in promoting its freshwater fish, so as to increase sales optimally.

Keywords: farmer group, freshwater fish

Submitted : 23 november 2021

Revision : 24 november 2021

Accepted :25 november 2021

Pendahuluan

Desa Batu Kumbang adalah satu diantara beberapa Desa yang terletak di Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Desa ini merupakan wilayah yang tergolong cukup subur dengan sumber air yang melimpah, kondisi alam yang masih alami dan panorama alam yang indah. Hal ini menyebabkan Batu Kumbang memiliki potensi untuk dijadikan daerah sentra budidaya hortikultura, perikanan, maupun pengembangan daerah wisata khususnya wisata air.(Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat, 2019). Secara umum mata pencaharian masyarakat sebagian besarnya masih sebagai petani dan peternak. Sebagai gambaran, berdasarkan data pada tahun 2020 terdapat luas tanam dan produksi padi di Desa Batu Kumbang seluas 806 Ha dengan produksi padi sebanyak 5.472 ton. (Badan Pusat Statistik Lombok Barat, 2020). Data ini belum termasuk hasil pertanian dari komoditas jagung, ubi (kayu dan jalar) dan kacang-kacangan (kacang tanah, kedelai). Sementara itu, untuk kegiatan usaha ternak dibagi menjadi ternak besar (sapi, kuda, kerbau), ternak kecil (kambing, domba, babi) dan ternak unggas (ayam, itik) serta ternak ikan kolam air tawar. Sebagai gambaran, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Lombok Barat tahun 2019, banyaknya produksi ikan kolam sebesar 2.264.325 Kg yang berasal dari 362 kolam ikan yang tersebar di Desa Batu Kumbang. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat, 2019).

Merebaknya pandemi yang diakibatkan oleh virus corona pada awal tahun 2020 ikut berimbas pada usaha ternak ikan kolam (ikan air tawar). Pembatasan sosial berskala kecil dan besar yang dihimbau oleh pemerintah untuk menekan laju penyebaran virus, berdampak pada perlambatan kegiatan ekonomi masyarakat dan penurunan permintaan terhadap semua jenis barang dan jasa tidak terkecuali permintaan ikan air tawar.(Maryanti et al., 2020). Terhitung sejak merebaknya pandemi sampai saat ini, permintaan ikan air tawar masih belum pulih seperti sebelum terjadinya pandemi. Padahal ikan adalah salah satu jenis makanan bergizi kaya protein yang masuk dalam kebutuhan pokok masyarakat. Kemudian jika dilihat dari sisi harga, ikan air tawar memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan sumber protein lainnya seperti daging sapi.

Kelompok tani ikan Sehati adalah salah satu kelompok tani ikan air tawar yang ada di desa Batu Kumbang. Kelompok tani ini bergerak dalam budidaya berbagai jenis ikan air tawar seperti ikan koi, lele, patin, dan bawal. Kelompok tani ikan Sehati beranggotakan 8 orang dan diketuai oleh Bapak Syaufudin Zohri. Terhitung dari tahun 2019 Kelompok tani ini mengeluh kesulitan dalam menghadapi permintaan terhadap bibit ikan yang cenderung menurun dan masih belum stabil. Bahkan disaat pandemi sudah mulai mereda dan perekonomian sudah mulai bangkit kembali. Oleh sebab itu kami dari tim dosen STIE 45 Mataram tergerak untuk ikut membantu mengatasi kesulitan tersebut melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM).

Kegiatan PKM ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra melalui pemberian penyuluhan terkait pemahaman dan implementasi manajemen pemasaran khususnya promosi dan pencatatan sistem akuntansi sederhana (pembukuan sederhana). Pemberian penyuluhan terkait hal ini cukup penting untuk menjawab permasalahan di atas, karena sejalan dengan penelitian Agryani (Agryani, 2020) yang mengatakan bahwa pemahaman pemasaran bagi produsen memegang peranan besar dalam mengidentifikasi kebutuhan, keinginan konsumen, menentukan pasar sasaran, dan merancang produk dan program yang tepat untuk pasar yang akan dilayani. Kemudian, untuk mempengaruhi jumlah penjualan dapat dilakukan melalui bauran promosi, yang artinya promosi dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dan mendapatkan keuntungan. (Kuswardani et al., 2018). Sementara pemahaman terkait pencatatan akuntansi sederhana berperan untuk mengetahui kondisi bisnis terkini (apakah dalam keadaan untung, rugi dan sebagainya).

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah ceramah-diskusi . dimana metode ceramah-diskusi yaitu suatu metode penyampaian materi dengan menggunakan komunikasi lisan dan memperagakan. Dalam menjamin kelancaran kegiatan ini, ada beberapa hal yang harus dilakukan, yaitu :

1. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini, tim kegiatan PKM mempersiapkan dan merumuskan tujuan yang akan dicapai, menentukan pokok-pokok materi yang sesuai untuk disampaikan dan mempersiapkan alat bantu yang dapat memudahkan penyampaian materi.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini, tim kegiatan PKM dan mitra melakukan langkah pembukaan acara, langkah penyampaian materi, kemudian melakukan diskusi bersama mitra, dan acara penutup. Terkait dengan acara inti penyampaian materi, tim akan melakukan ceramah dan diskusi dengan kelompok tani ikan sehat melalui :

- a. Pemberian motivasi dan peran penting dari keberadaan usaha kecil dan menengah di tengah-tengah masyarakat
- b. Pemberian materi terkait dengan pentingnya memahami pemasaran khususnya kegiatan promosi dan pemahan tentang pencatatan sistem akuntansi sederhana dalam menjalankan sebuah usaha.
- c. Pelatihan dalam memanfaatkan media promosi gratis untuk upaya meningkatkan penjualan dan pelatihan terkait pembuatan catatan akuntansi sederhana.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan penyuluhan dalam rangka optimalisasi tingkat penjualan melalui penguatan kapasitas manajemen khususnya pemahaman pemasaran dan promosi serta pemahaman pencatatan sistem akuntansi pada kelompok tani ikan Sehati ini dilaksanakan pada hari Rabu, 8 September 2021 pada pukul 14.00 sampai selesai. kegiatan ini dilaksanakan di rumah ketua dari mitra dan dihadiri oleh para anggota dan tim dosen PKM dari kampus. Selain melakukan penyampaian materi penyuluhan yang diharapkan akan mampu menjadi solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra, kami dari tim PKM juga memberikan motivasi baik materi dan inmateri, dimana motivasi materi dilakukan dengan memberikan sejumlah dana untuk membantu operasional dalam usaha pembibitan ikan tersebut.



Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Melalui kegiatan penyuluhan dan diskusi terkait pemasaran dan promosi, kelompok tani ikan Sehati dapat mengetahui dan memahami dengan baik bagaimana pentingnya pemasaran dan promosi dalam menjalankan sebuah bisnis.
2. Disamping itu, kelompok tani ikan Sehati juga mampu memanfaatkan media sosial *Facebook* dalam mempromosikan ikan air tawar, sehingga dapat meningkatkan penjualan secara optimal.

Daftar Pustaka

- Agryani, T. (2020). The Effect Of Promotion Costs On Car Sales at PT. Auto 2000 Bintaro. *HUMANIS, I(ICoMS2020)*, 490–498.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat. (2019). *Kecamatan Lingsar Dalam Angka (Lingsar Subdistrict in Figures) 2019* (1102001.5201051). Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat. <http://lombokbaratkab.go.id/wp-content/uploads/2020/01/Kecamatan-Lingsar-Dalam-Angka-2019.pdf>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat. (2020). *Kecamatan Lingsar Dalam Angka (Lingsar Subdistrict in Figures) 2020*. BPS Kabupaten Lombok Barat/Statistic of Lombok Barat Regency. <https://lombokbaratkab.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=YjQ5MDE3MzI4ZjBIYzE0OWE0MzdiNWFh&xzmn=aHR0cHM6Ly9sb21ib2tiYXJhdGthYi5icHMuZ28uaWQvcHVibGljYXRpb24vMjAyMC8wOS8yOC9iNDkwMTczMjhmMGVjMTQ5YTQzN2I1YWEva2VjYW1hdGFuLWxpbnmdzYXItZGFsYW0tYW5na2EtMjAyMC5odG1s&twoadfnoarfeauf=MjAyMS0xMC0xMSAxMj01MDoxMQ%3D%3D>
- Darmawan, A., Wong, H., & Thorstenson, A. (2018). Integration of promotion and production decisions in sales and operations planning. *International Journal of Production Research*. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1431418>
- Igo, A., Harisa, N., & Rizal, R. (2019). Analysis Of Promotion In Increasing Sales Volume In PT. Hasjrat Abadi Perwakilan Unaaha. *International Journal of Education and Research*, 7(9). www.ijern.com
- Juhaeri, J., Paeno, P., Ahidin, U., & Kautsarzafira, K. (2019). Analysis of Sales Level Through the Cost of Promotion in Gas 15 Coffee and Friends Ciputat Restaurant in Tangerang Selatan City. *Pinisi Discretion Review*, 3(1), 39–46.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kuswardani, D. C., Nurhidayati, N., & Wibisono, T. (2018). Strategic Role Of Sales Promotion In Increasing The Number Of Vermox Drug Sales. *Economics & Business Solutions Journal*, 2(2), 1–7.
- Markota, L., Barac, Ž. A., & Knezović, V. (2015). Impact Of Promotional Costs On Company's Profitability. *Journal of Accounting and Management*.
- Maryanti, S., Netrawati, I. G. A. O., & Nuada, I. W. (2020). PANDEMI COVID-19 DAN IMPLIKASINYA PADA PEREKONOMIAN NTB. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14(11), 3497–3508. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i10.573>
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Straetgik*. C.V ANDI OFFSET.