

PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN DAN PEMBUKUAN SEDERHANA DI DESA INOVASI KELAUTAN DAN PERIKANAN

Hendra Poltak¹⁾, Muhfizar²⁾, Jaulim Sirait³⁾ Ismail⁴⁾ Ristiani⁵⁾

^{1,2,5} Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong

³ Politeknik Ahli Usaha Perikanan

email: hendra.poltak@polikpsorong.ac.id^{1*}, muhfizar@gmail.com², jaulimsirait63@gmail.com³,
ismailabdullahumum@gmail.com⁴ ristiani83@gmail.com⁵

Abstract

Innovation village is a village that has the potential to be developed into an independent and empowered village. Problems in the village in the form of difficulties and marketing its business products and the need for simple bookkeeping understanding as the basis for its business continuity. Efforts to achieve the goal are carried out community service in accordance with mutual agreement. The activity was carried out using a face-to-face lecture method attended by 20 target partners. The results of the activity obtained an increase in understanding of marketing management by 60% and an increase in simple bookkeeping understanding by 45%.

Keywords *Innovation Village, marketing, simple bookkeeping, Raam Island*

Abstrak

Desa inovasi merupakan desa yang memiliki potensi yang potensial untuk dikembangkan menjadi desa mandiri dan berdaya. Permasalahan pada desa tersebut berupa kesulitan dan memasarkan produk usahanya dan kebutuhan akan pemahaman pembukuan sederhana sebagai dasar kelangsungan usahanya. Upaya mencapai tujuan dilakukan pengabdian masyarakat sesuai dengan kesepakatan bersama. Kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah secara tatap muka yang diikuti oleh 20 orang mitra sasaran. Hasil kegiatan diperoleh adanya peningkatan pemahaman manajemen pemasaran sebesar 60% dan peningkatan pemahaman pembukuan sederhana sebesar 45%.

Kata kunci : *Desa Inovasi, pemasaran, pembukuan sederhana, Pulau Raam*

1. PENDAHULUAN

Pulau Raam merupakan Desa yang dipilih menjadi desa inovasi Kelautan dan Perikanan oleh Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong [1] karena desa ini memiliki potensi untuk mengoptimalkan potensi sumber daya yang ada [2]. Potensi yang dimiliki berupa keindahan pantai yang menjadi daya tarik wisata [3], basis usaha perikanan tangkap terutama tuna, cakalang, kembung [4], pedagang ikan, pengolahan hasil laut [5], dan pembuat perahu fiber.

Potensi sumber daya kelautan yang melimpah ini selayaknya dapat memberikan sumbangsih perekonomian bagi masyarakat Pulau Raam yang mayoritas adalah nelayan.

namun, keadaan masyarakat di wilayah tersebut tidak jauh berbeda dengan masyarakat pesisir pada umumnya [6], [7]. Hasil laut yang diperoleh tidak dapat dioptimalkan untuk dapat meningkatkan kesejahteraannya.

Survey awal yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk melihat gambaran keadaan wilayah tersebut diperoleh fakta-fakta bahwa transportasi dari wilayah Pulau Raam ke administratif distrik Sorong Kepulauan maupun Kota Sorong terbatas waktu, masyarakat hanya dapat menggunakan transportasi laut berupa kapal sejak pagi s.d sore hari. Kesulitan transportasi ini mengakibatkan hasil produksi masyarakat terkendala untuk dipasarkan.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Hasil survey dilanjutkan dengan mewawancarai tokoh masyarakat dan pelaku usaha.



Gambar 1. Wawancara pemangku kepentingan Pulau Raam

Berdasarkan wawancara diperoleh data selain mayoritas nelayan ada juga pelaku usaha pengolahan abon tuna dan pedagang ikan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut diperoleh data-data sebagai berikut :

- 1) Hasil perikanan tuna yang harganya turun dilakukan penambahan nilai melalui pengolahan menjadi abon tuna;
- 2) Operasional jaringan listrik tidak optimal
- 3) Pemasaran produk abon tuna;
- 4) Pemasaran produk perahu fiber
- 5) Nelayan kurang memahami pengelolaan keuangan yang baik.
- 6) Jaringan internet tidak lancar

Hasil wawancara tersebut dilakukan pemilihan permasalahan yang akan diselesaikan oleh tim pengabdian. Tim pengabdian memilih permasalahan pemasaran produk abon tuna dan pengelolaan keuangan yang baik. Pemilihan ini didasarkan kepada keahlian tim pengabdian yang memiliki keahlian manajemen dan akuntansi.

Pengabdian masyarakat [8] memberi hasil bauran pemasaran yang diterapkan meningkatkan loyalitas konsumen untuk memiliki produk. Hasil pengabdian mitra mengalami perluasan pemasaran secara signifikan [9]. Pengabdian melalui promosi produk pertanian dan pembukuan sederhana

meningkatkan ekonomi mitra sasaran [10]. Pelatihan pembukuan sederhana menyadarkan mitra untuk konsisten menerapkan pembukuan [11].

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan upaya transfer pengetahuan di desa inovasi. Mitra sasaran memahami proses pemasaran dan mampu membuat pembukuan sederhana dan konsisten melakukannya.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

- 1) Survey dan wawancara, kegiatan ini dilakukan dengan survey untuk mengamati kebutuhan mitra sasaran yang dilanjutkan dengan wawancara untuk memastikan hasil pengamatan dan mencari solusi untuk pemecahan masalah.
- 2) Tahap pelatihan, pemangku kepentingan di Pulau Raam menyiapkan mitra sasaran, tim pengabdian menyiapkan alat dan bahan pelatihan serta tempat pelatihan.
- 3) Monitoring dan Evaluasi, kegiatan dilakukan untuk melihat pemahaman mitra sasaran saat selesai melakukan pelatihan maupun melalui kunjungan evaluasi ke lokasi mitra sasaran

Berdasarkan data yang diperoleh disepakati solusi yang diberikan adalah pemberian materi pemasaran dan pembukuan sederhana. Materi disesuaikan sumber daya yang dimiliki tim pengabdian Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong.

Mitra sasaran yang dipilih hasil kesepakatan dengan pemangku kepentingan di Pulau Raam adalah sebanyak 20 orang yang mewakili kelompok pelaku usaha abon tuna, pelaku usaha pembuatan kapal fiber, pedagang ikan, dan nelayan. pemilihan perwakilan ini untuk dapat mengakomodir kelompok pekerjaan yang ada di Pulau Raam. Hasilnya pengabdian juga dapat ditransformasi kepada anggota masing-masing kelompok.

Materi yang disampaikan oleh tim pengabdian dilakukan melalui metode ceramah secara tatap muka. Kegiatan dilaksanakan di ruang pertemuan Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong tanggal 21 Juni 2021. Pemilihan lokasi pengabdian bukan di wilayah mitra sasaran dikarenakan kebutuhan transportasi dan fasilitas pelatihan belum mendukung untuk dilaksanakan. Disamping itu kegiatan dilakukan harus memenuhi protokol kesehatan.

Pelatihan yang efektif dan tepat sasaran akan mendorong keberhasilan pelaksanaan

pengabdian masyarakat. Tim pengabdian dalam memberikan materi menyesuaikan data karakteristik mitra sasaran untuk memudahkan penerimaan materi yang diberikan [12]. Pertanyaan awal menjadi instrument untuk dapat melihat titik awal penilaian tim pengabdian terhadap tujuan yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini. Pertanyaan awal yang diajukan adalah :

- 1) Apakah peserta memahami manajemen pemasaran dalam memasarkan produk?
- 2) Apakah peserta memahami pembukuan sederhana?

Pertanyaan awal didapatkan gambaran hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil pertanyaan pemahaman materi

No	Pertanyaan	Memahami (%)	Belum memahami (%)
1	Memahami manajemen pemasaran	10	90
2	Memahami pembukuan sederhana	15	85

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dimulai dengan pembukaan oleh Direktur Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong. se usai pembukaan dilanjutkan dengan materi pengabdian oleh tim pengabdian yang memiliki keahlian dalam bidang pemasaran dan pembukuan.

Materi pertama manajemen pemasaran fokus pada permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran. Permasalahan yang ditemukan pada pemasaran di Pulau Raam antara lain adalah kemasan produk yang belum cukup menarik untuk memikat pelanggan dan tempat distribusi produk. Sebuah produk tidak dengan mudah dapat didistribusikan ke pasar [13]. Pemasaran menjadi sarana untuk mendistribusikan produk sebagai upaya memenuhi kebutuhan manusia, upaya ini tidak mudah dikarenakan banyaknya produk sejenis dan sama serta

pasar yang sama sehingga menciptakan kompetisi dalam memasarkan produk [14].

Kemasan produk penting dalam strategi pemasaran. Adanya kemasan akan menjadi salah satu indikator konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan hasil produksi [15]. Awalnya kemasan berfungsi untuk memudahkan konsumen, seperti mudah untuk dilihat, mudah diletakkan, dan mudah untuk membuka produk. Namun, tuntutan zaman dan perubahan paradigma pemasaran menjadikan kemasan sebagai *brand image* suatu produk.

Kemasan yang baik memiliki ciri-ciri sesuai prinsip AIDAS yang diperkenalkan oleh E.St. Elmo Lewis (1898) pelopor marketing dan periklanan Amerika Serikat. Prinsip tersebut meliputi :

- 1) Attention, kemasan berfungsi sebagai strategi promosi untuk meningkatkan minat dan penjualan produk. Kesan pertama akan menarik konsumen
- 2) Interest, awalnya melihat sekilas selanjutnya tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan.
- 3) Desire, Hasrat atau keinginan untuk memiliki produk yang ditawarkan. Keinginan ini disebabkan adanya promosi, penawaran harga, dan manfaat produk yang disampaikan oleh pemasar.
- 4) Action, kemasan dapat mendorong akhirnya memutuskan untuk memiliki produk. Strategi pemasaran berhasil dijalankan.
- 5) Satisfaction, konsumen merasa keputusan untuk memiliki produk yang ditawarkan sudah tepat dan produk memenuhi kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen.

Tim pengabdian meriview salah satu produk kemasan yang ada pada pelaku usaha di Pulau Raam. Hasil review sebagai berikut :

- 1) Kemasan produk belum memberikan informasi informasi lengkap terhadap produk seperti nama produk, komposisi, berat isi, nama dan alamat industri, nomor BPOM, info halal, kode produksi, tanggal kadaluarsa, petunjuk cara penyimpanan, petunjuk cara penggunaan, nilai gizi. Masukan yang diberikan produk harus memenuhi informasi lengkap untuk memberikan keyakinan konsumen untuk menentukan pilihan dari produk yang beragam [16], selain itu merupakan tanggung jawab etika bisnis pemasar terhadap produk yang ditawarkan.
- 2) Kemasan produk belum elegan menggunakan plastik. Masukan yang diberikan kemasan sebaiknya menggunakan standing pouch. Kemasan ini memiliki keunggulan

dapat dipajang di etalase, kedap udara sehingga kualitas produk dapat dipertahankan, memiliki variasi warna dan eksklusif. Jika memungkinkan diupayakan kemasan yang *food grade*.

Terkait dengan tempat distribusi produk, permasalahan ada pada belum dimilikinya PIRT salah satu produk pelaku usaha. Jadi produk masih dijual berdasarkan pesanan maupun di kios-kios tradisional. Pemenuhan syarat-syarat perizinan dalam proses untuk dapat mendistribusikan pada mitra ritel.



Gambar 2. Penyampaian Materi manajemen pemasaran.

Materi kedua pembukuan sederhana. Pemahaman materi ini diharapkan mitra sasaran meningkat kesadarannya untuk pencatatan keuangan usaha secara kontiniu dan berkelanjutan sehingga dapat membedakan pendapatan usaha dan kas pribadi [17], dan menurut cason dalam [18] merupakan salah satu *practical knowledge* yang harus dimiliki oleh pelaku usaha.

Diawal materi, pemateri menyampaikan apa itu pembukuan dan mengapa penting? Sambil berinteraksi dengan mitra sasaran. Pembukuan merupakan proses pencatatan perusahaan/perorangan dengan suatu cara tertentu dari bukti awal sampai pelaporan. Pembukuan penting dilakukan untuk merencanakan, mengawasi, dan mengambil keputusan. Memiliki pembukuan yang baik berpengaruh terhadap analisa kelayakan usaha. Pembukuan yang baik tentu akan dapat

memaksimalkan profit, yang merupakan salah satu pertimbangan utama dari analisa usaha [19].

Pemateri menekankan kepada pencatatan transaksi yang konsisten dengan mencatat semua transaksi tunai di buku kas. Point-point penting juga disampaikan berupa jumlah aktiva dan passiva harus seimbang, jumlah kas dalam pencatatan pembukuan harus sesuai pada jumlah saldo pada buku kas, seluruh transaksi pada harta akan mempengaruhi jumlah kas, pengeluaran pada biaya akan mengurangi jumlah kas dan modal, penyesuaian kolom bahan baku, perlengkapan dan peralatan berupa penyusunan akan mengurangi modal. Pengetahuan dasar-dasar pembukuan yang baik ini selanjutnya dilaporkan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan berisi neraca, laporan laba/rugi, laporan perubahan modal, dan laporan arus kas.

Upaya memberikan pemahaman lebih mendalam dilakukan pengerjaan transaksi-

transaksi sederhana yang disesuaikan dengan usaha mitra sasaran. Tim pengabdian juga memberikan buku kas untuk dijadikan sarana dalam menyusun pembukuan sederhana secara konsisten.



Gambar 3. Penyampaian materi pembukuan sederhana

Evaluasi pada pelaksanaan kegiatan untuk melihat kemampuan penyerapan materi dilihat pada tabel 2. Berikut :

Tabel 2. Hasil Evaluasi Materi

No	Pertanyaan	Memahami (%)	Belum memahami (%)
1	Memahami manajemen pemasaran	70	30
2	Memahami pembukuan sederhana	60	40

Hasil kegiatan diperoleh adanya peningkatan pemahaman terhadap materi. Materi manajemen pemasaran ada kenaikan pemahaman 60%, sementara untuk materi pembukuan sederhana ada peningkatan pemahaman sebanyak 45%.

Pemahaman lebih lanjut manajemen pemasaran dilakukan kunjungan industri ke perusahaan pengalangan tuna PT. Citra Raja Ampat Canning. Perusahaan yang melakukan ekspor dengan negara tujuan Eropah, Republik Rakyat Tiongkok, dan rusia.

Pada kunjungan tersebut mitra sasaran diberikan pengetahuan kelayakan pemasaran hasil perikanan tuna. Harapannya ada kerja sama yang saling menguntungkan antara mitra sasaran dengan dunia industri perikanan. Pengetahuan yang diperoleh dijadikan pedoman dalam melakukan penjualan hasil tangkapan ke perusahaan tersebut.



Gambar 4. Kunjungan ke Mitra Industri Perikanan

5. KESIMPULAN

Usaha untuk memenuhi keberlanjutan dibutuhkan adanya kemampuan manajemen pemasaran dan pembukuan. Pengabdian di desa inovasi memberikan intervensi berupa pelatihan manajemen pemasaran dan pembukuan sederhana kepada mitra sasaran sebagai upaya transfer pengetahuan untuk memberikan bekal dalam menjalani usahanya.

Hasil pengabdian masyarakat diperoleh adanya peningkatan pemahaman terhadap pemasaran dan pembukuan dasar. Disamping itu, kunjungan praktik dapat memberikan tambahan pengetahuan untuk memasarkan hasil usahanya pada mitra industri.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih, atas pertolongannya penulis dapat menyelesaikan artikel hasil pengabdian masyarakat ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Direktur Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong yang mendorong pengabdian desa inovasi;
2. Wakil Direktur I Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong yang memberikan peta jalan pengabdian masyarakat di Desa Inovasi;
3. Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Kelautan dan Perikanan Sorong;
4. Pemangku kepentingan di Pulau Raam

5. Semua pihak yang membantu pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dan penulisan artikel ini.

7. REFERENSI

- [1] I. Ismail, M. A. Ulat, M. Muhfizar, M. Mustasim, and H. Poltak, "Aplikasi Analytical Hierarchy Process: Sistem Pendukung Keputusan untuk Seleksi Desa Inovasi di Wilayah Sorong," *J. Ilmu Pertan. Indones.*, vol. 26, no. 4, pp. 530–536, 2021.
- [2] P. D. Darmoko, "Laporan Penelitian Potensi Desa Inovasi di Kabupaten Pemalang," *Madaniyah*, vol. 5, no. 2, pp. 198–211, 2015.
- [3] N. Y. Titiharu, O. H. A. Rogi, and A. S. Sembel, "Hotel Resort di Tanjung Kasuari Sorong 'Arsitektur Eklektik.'" Sam Ratulangi University, 2015.
- [4] E. Gunaisah, A. M. Suruwaky, and Y. E. Priharanto, "Kajian Kegiatan Perikanan Masyarakat Nelayan Tradisional Kota Sorong dan Peluang Pengembangannya," *J. Airaha*, vol. 1, no. 1, pp. 36–52, 2012.
- [5] H. Kombongan, "Kajian Sosial Ekonomi Masyarakat Nelayan tradisional Pulau Raam dalam Mengidentifikasi Program dan Kegiatan Afirmatif dalam Mengakselerasikan peningkatan Kesejahteraan nelayan," *Univ. Terbuka Jakarta*, 2017.
- [6] Z. Anwar and W. Wahyuni, "Miskin Di Laut Yang Kaya: Nelayan Indonesia Dan Kemiskinan," *Sosioireligius*, vol. 4, no. 1, 2019.
- [7] M. Sabarisman, "Identifikasi dan pemberdayaan masyarakat miskin pesisir," *Sosio Inf. Kaji. Permasalahan Sos. dan Usaha Kesejaht. Sos.*, vol. 3, no. 3, 2017.
- [8] D. Sartika, I. Saluza, and R. Roswaty, "Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Sebagai Strategi Pemasaran Produk Gulo Puan Desa Bangsal," *Aptekmas J. Pengabd. pada Masy.*, vol. 3, no. 2, 2020.
- [9] O. Arifudin, "PKM Pembuatan Kemasan Dan Perluasan Pemasaran

- Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat,” *Aptekmas J. Pengabdi. pada Masy.*, vol. 3, no. 2, 2020.
- [10] R. Toyib, O. Onsardi, and M. Muntahanah, “Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhanadi Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara,” *J. Pengabdi. Masy. Bumi Raflesia*, vol. 3, no. 1, 2020.
- [11] N. W. S. Nur, T. E. M. Titin, and D. S. L. Diza, “Pelatihan Pembukuan Sederhana Pada Pelaku UMKM Brem,” *J. Solma*, vol. 10, no. 1s, pp. 301–306, 2021.
- [12] I. Ismail, E. Gunaisah, M. A. Ulat, and H. Poltak, “Pelatihan Teknologi Sistem Informasi bagi Nelayan pada Masa Covid-19 di Era Digital,” *Din. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 3, pp. 566–574, 2021.
- [13] D. C. Sari *et al.*, *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia, 2021.
- [14] H. Poltak *et al.*, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. Media Sains Indonesia, 2021.
- [15] S. Mukhtar and M. Nurif, “Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen,” *J. Sos. Hum.*, vol. 8, no. 2, pp. 181–191, 2015.
- [16] A. A. C. Siwi and S. Meiyanto, “Intensi membeli kosmetika pemutih kulit ditinjau dari kelengkapan informasi produk pada label kemasan,” *J. Psikol.*, vol. 29, no. 2, pp. 61–72, 2002.
- [17] T. S. Maulani, F. Dialysa, and K. P. Prawirasasra, “Pelatihan Pembukuan keuangan sederhana dan motivasi kewirausahaan pada kelompok usaha makanan RW 02 Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler Bandung,” 2016.
- [18] P. O. Abas, S. Sunarya, and Saefullah, *Sunarya, Sudaryono dan Saefullah, 2010. Kewirausahaan: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan Dilengkapi dengan Kasus*. Yogyakarta, 2010.
- [19] M. Muhfizar and H. Poltak, *MANAJEMEN USAHA PERIKANAN*. Malang: Ahlimedia Book, 2020.

