

**PKM KELOMPOK TANI BUDIDAYA IKAN AIR TAWAR DI DESA LAIKIT  
KECAMATAN DIMEMBE**

Jacline I.Sumual<sup>1</sup>, Agnes L. Ch. P. Lopian<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Jl. Kampus Bahu,  
Manado, 95115, Indonesia

E-mail koresponden : jacline\_sumual@unsrat.ac.id

**ABSTRAK**

*Peningkatan Perekonomian masyarakat desa merupakan suatu proses dalam meningkatkan suatu usaha ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidup melalui suatu bentuk system pemberdayaan guna memenuhi kebutuhan manusia dengan memanfaatkan sumber Daya yang ada. Sumber Daya alam yang dimiliki masyarakat pedesaan merupakan potensi yang ada untuk dikembangkan guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Potensi Budidaya ikan air tawar jika dikembangkan dan di kelola dengan baik maka akan mendatangkan hasil yang besar seiring dengan peningkatan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Menjamurnya rumah makan dengan sajian menu Ikan bakar air tawar saat ini banyak tersebar, termasuk di wilayah minahasa utara. Meningkatnya permintaan Ikan Air Tawar juga di barengi dengan peningkatan supply Ikan menimbulkan Persaingan diantara petani dalam penyediaan Ikan.. Begitu juga dengan kelompok tani budidaya Ikan air tawar di Desa Laikit Kecamatan Dimembe, Banyaknya anggota masyarakat yang memiliki usaha budidaya ikan air tawar membuat para petani ikan bersaing memperebutkan pangsa pasar. Kemampuan sebagai petani ikan yang dimiliki dalam usaha budidaya ikan tidak diragukan lagi, akan tetapi kemampuan dalam mengelola usaha sehingga tetap berkesinambungan bahkan meningkat diperlukan tambahan pengetahuan manajemen usaha yang baik terutama menyangkut manajemen pemasaran dan pengelolaan keuangan dalam budidaya ikan air tawar. Adapun sasaran khalayak dalam pengabdian ini adalah Kelompok Tani Budidaya Ikan air tawar di Desa Laikit kecamatan Dimembe. Pengabdian ini berusaha menjawab permasalahan mengenai manajemen usaha yg baik terutama menyangkut manajemen pemasaran,serta pengelolaan keuangan .Melalui kegiatan PKM ini Target Luaran yang akan dihasilkan yakni peningkatan pengetahuan dan pemahaman Kelompok Tani Budidaya Ikan air tawar di Desa Laikit Kecamatan Dimembe dan Publikasi artikel dalam Jurnal. Metode yang akan dipakai dalam program PKM yakni penyuluhan .*

*Kata kunci: pemasaran; budidaya ikan air tawar*

**1. PENDAHULUAN**

Desa Laikit Kecamatan Dimembe merupakan Desa yang terdapat di Minahasa Utara dengan berbagai potensi Desa yang dimiliki. Salah satunya yakni usaha Budidaya Ikan air tawar. Rata – rata penduduk Desa ini memiliki pekerjaan sebagai petani, dimana petani yang mengolah kebun dan petani ikan air tawar. Terdapat banyak Kolam ikan milik masyarakat yang diusahakan sebagai sumber pendapatan masyarakat di samping pendapatan yang diperoleh dari hasil perkebunan. Budidaya ikan air tawar sangatlah pantas sebagai usaha pemberdayaan masyarakat desa karena sesuai dengan potensi lokal yang ada. kelangsungan budidaya ikan air tawar tidak lepas dari peran sumber daya manusia yang mengelolanya supaya mampu memberikan hasil maksimal sesuai yang diinginkan.

Kemampuan sebagai petani ikan yang dimiliki dalam usaha budidaya ikan tidak diragukan lagi, akan tetapi kemampuan dalam mengelola usaha sehingga tetap berkesinambungan bahkan meningkat untuk kedepannya sangat diperlukan tambahan

pengetahuan manajemen usaha . Begitu juga dengan kelompok tani budidaya Ikan air tawar di Desa Laikit Kecamatan Dimembe. Kurangnya pemahaman dan wawasan para petani bagaimana manajemen usaha yang baik dalam hal ini usaha budidaya ikan air tawar sehingga bisa semakin maju dan berkembang.

## **2. KAJIAN LITERATUR**

### **2.1. Konsep Pemasaran**

Konsep Pemasaran adalah sebuah fungsi manajemen penting yang perlu guna menciptakan permintaan produk yang akan di jual. Konsep utama dari pemasaran adalah nilai antara dua kelompok, yaitu pembeli dan penjual (Bloom dan Boone, 2006 dalam Mile, 2016). Bagi usaha apapun, pemasaran merupakan aspek paling menentukan. Tanpa gambaran dan pengetahuan tentang pemasaran yang cukup, sulit diharapkan usaha yang direncanakan berjalan lancar. Dengan pengetahuan tentang pemasaran, dapat dilakukan perencanaan matang mulai dari produksi hingga strategi pemasaran. Oleh karena itu, sebelum memulai usaha yang direncanakan, pengetahuan tentang pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan. Beberapa aspek yang penting untuk dipelajari diantaranya mengenai daerah pemasaran, permintaan pasar, sifat dan daya serap masing-masing pasar, jumlah pemasok dan volume pasokan, jalur distribusi dan sistem pemasaran serta cara pemasaran (Wibowo, 1996). Begitu juga untuk produksi ikan air tawar milik petani ikan di Desa Laikit. Falsafah konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli/konsumen. Seluruh kegiatan dalam perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut. Elemen Penting dalam Konsep Pemasaran: (1) market oriented berorientasi pada keinginan Konsumen; (2) penyusunan kegiatan pemasaran secara terpadu; dan (3) pencapaian tingkat kepuasan Konsumen. Konsep Manajemen pada hakikatnya mencakup upaya dan strategi yang ditempuh dalam rangka untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

### **2.2. Prinsip Pemasaran Produk Perikanan**

Prinsip pemasaran produk perikanan adalah seberapa besar kemampuan pengusaha perikanan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya dan memenuhi dengan cara yang lebih efisien dan efektif dibanding pesaing. Berangkat dari prinsip tersebut, pengusaha perikanan harus memusatkan perhatiannya pada pelanggan/konsumen produk perikanan untuk mencari tahu kebutuhan dan keinginan mereka tentang produk perikanan. Dengan kata lain kebutuhan dan keinginan pelanggan menempati titik sentral dan utama. Pengusaha perikanan harus paham betul kebutuhan dan keinginan pelanggan/konsumen produk perikanan. Pelanggan merupakan orang-orang yang berkuasa untuk memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk perikanan. Jadi, pelanggan adalah bagian dari pasar, karena yang disebut pasar adalah pembeli itu sendiri baik pembeli aktual/tetap maupun potensial. Pasar sangatlah beragam berarti keinginan pembeli juga beragam. Fakta ini membuat pengusaha perikanan tidak mungkin memenuhi semua kebutuhan dan keinginan pasar/konsumen. Alat yang bisa dikontrol oleh pengusaha dan diarahkan untuk memperoleh respons yang diinginkan dari pasar sasaran yang meliputi produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion) yang disebut 4 P yang dikenal dengan bauran pemasaran (marketing mix).

## **3. METODE**

Melihat permasalahan yang dihadapi Mitra maka Tim Program Kemitraan Masyarakat dari fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT terpanggil untuk melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat bagi Kelompok Tani Budidaya Ikan Air Tawar di Desa Laikit dengan

---

rencana kegiatan berupa penyuluhan dengan materi sebagai berikut :

**Tabel 1. Metode Pelatihan**

No.	Materi	Alokasi Waktu	Metode Pelatihan
1.	Mengenal potensi ekonomi lokal	45 menit	Ceramah; diskusi/tanya jawab
2.	Manajemen usaha dan pemasaran	45 menit	Ceramah; diskusi/tanya jawab
3	Praktek pembuatan laporan keuangan sederhana	45 menit	Ceramah; praktek

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan PKM bagi kelompok masyarakat Petani Ikan Air Tawar di desa Laikit Kecamatan dimembe. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat bagi kelompok petani budidaya ikan air Tawar di desa Laikit Kecamatan Dimembe dilaksanakan dengan memerhatikan waktu kerja mereka, sehingga dipilih pada hari libur yaitu hari Minggu yang bertepatan dengan arisan dari kelompok tani. Pemilihan hari ini didasarkan pada kondisi masyarakat yang pada umumnya bekerja di kebun sangat sulit untuk meninggalkan pekerjaan mereka.

Kelompok tani Budidaya Ikan air tawar yang adalah mitra PKM pada umumnya memelihara/memproduksi ikan Mujair, ikan Mas dan Ikan nila atau nilem. Tidak semua patani ikan yang adalah mitra PKM memiliki kolam ikan / telaga untuk memelihara ikan , (milik sendiri), ada juga yang tidak memiliki kolam ikan hanya menyewa saja, tatapi terdapat juga amggota kelompok tani yang hanya menjadi buruh tani saja yakni bekerja memelihara ikan dengan mendapatkan upah karena bukan milik sendiri.

Pengalaman orang tua yang juga adalah petani ikan air tawar menjadi turun temurun kepada anak, sehingga kemampuan dalam berusaha memelihara ikan tidak diragukan lagi. Akan tetapi dari pemasaran ikan peliharaan, mereka masih saja memasarkan secara langsung kepada pembeli yang datang membeli langsung di tempat. Sehingga permasalahan muncul yakni ikan dipelihara melewati masa panen sehingga ukuran ikan seudah menjadi besar yang sulit dipasarkan lagi. Hal ini baru saja terjadi pada satu orang anggota kelompok tani dan ini diungkapkan Pada Sesi Tanya jawab. Beberapa peserta mengajukan pertanyaan menyangkut pemasaran produksi ikan karena susah lagi dijual / dipasarkan karena ukuran ikan yang sudah besar tidak sesuai lagi dengan yang ada di pasaran yang biasanya di jual di pasar ataupun di rumah – rumah makan yang ada. Selanjutnya materi pembuatan pembukuan sederhana juga menjadi sangat menarik karena langung disertai dengan praktek. Materi yang diberikan menyangkut: (1) potensi Ekonomi Lokal (Jacline I.sumual SE.MSi); (2) Konsep Pemasaran bagi usaha perikanan air Tawar (Jacline I.sumual SE.MSi); dan (3) Pembukuan sederhana (Dr.Agnes Ch.Lapian SE.MSi).

Penyajian materi bahasan bimbingan pelatihan, serta diskusi langsung dipimpin oleh Ketua Tim Jacline I. Sumual SE,M.Si. Permasalahan yang juga sangat penting bagi para petani dan/atau peternak adalah fluktuasi harga jual juga yang sulit diprediksi. Praktek pembuatan Laporan keuangan sederhana bagi peserta kembali menjadi bahan Evaluasi Tim PKM ketika melakukan monitoring dan Evaluasi disamping mekukan *post test* untuk mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan kegiatan PKM. Ternyata peserta PKM yakni kelompok tani ikan air tawar telah mengerti dan paham materi yang telah disampaikan menyangkut Pemasaran produk ikan air tawar serta pembuatan Laporan keuangan sederhana.

## 5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian ini adalah:

1. Kegiatan program PKM dengan mitra Kelompok Tani Ikan Air Tawar di desa Laikit Kecamatan Dimembe Minahasa Utara berjalan dengan baik dan sangat direspon oleh mitra PKM.
2. Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman Petani Ikan di desa Laikit akan Potensi Ekonomi yang dimiliki oleh Desa ini patut di jaga dan dikembangkan.
3. Pemasaran hasil produksi Ikan Air Tawar milik petani ikan dapat dipasarkan Langsung kepada Konsumen dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen tidak hanya menunggu saja , melainkan pro aktif dengan menjemput bola / memasarkan langsung kepada pembeli yakni konsumen rumah Tangga maupun Rumah Makan.
4. Pembuatan Laporan keuangan sederhana bagi usaha budidaya ikan air tawar sangat penting untuk dilakukan dalam rangka keberlangsungan usaha

## DAFTAR PUSTAKA

- H. C. Haditomo, R. W. Ariyati, R. A. Nugroho, D. Chilmawati, (2015). IbM Bagi Kelompok Budidaya Air Tawar, *Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Diponegoro, Jurnal*, Edisi XVII, Nomor 3.
- Alma, B. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian* Edisi Ketiga LP3ES, Jakarta
- Muhamad Vathul Aziz, (2014) Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Budidaya Ikan Air Tawar, Skripsi, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Sunan Kalijaga Jogjakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia. Kotler, Philip. 2005.
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga. Kotler dan Amstrong. 2008.
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarman. 2001. *Teori Ekonomi Mikro*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, Jakarta
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia (UI- Press), Jakarta
- Sukanto, 2001. Upaya meningkatkan produksi kelapa. PT. Penebar Swadaya. Jakarta