

---

## **PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK PEMBERDAYAAN**

### **PETAMBAK IKAN PAYUS DI GUNUNG ANYAR SURABAYA**

Oleh

Abdul Fatah  
Yie Ke Feliana  
Aryo Nugroho

#### *Abstract*

Ikan merupakan salah satu hasil perikanan yang banyak dihasilkan di Indonesia dan merupakan sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat. Ikan mudah didapat dengan harga yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Kandungan protein yang tinggi pada ikan dan kadar lemak yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Akan tetapi ikan juga merupakan bahan makanan yang cepat mengalami proses pembusukan dikarenakan kadar air yang tinggi. Kadar air yang tinggi adalah kondisi yang memberikan kesempatan bagi perkembangbiakan bakteri secara cepat. Untuk itu dilakukan upaya bermacam-macam pengolahan ikan, misal: : ikan yang diawetkan, kerupuk, bakso dan abon ikan. Selama ini produk yang dihasilkan kedua mitra hanya krupuk ikan payus, untuk menghindari kejenuhan dari konsumen maka dilakukan inovasi produk, maka dilakukan pelatihan bagi mitra untuk diberikan ilmu dan penggunaan teknologi. Penelitian ini dilakukan pada kelompok petambak pengolahan krupuk ikan payus yang berada di Kelurahan Gununganyar Tambak kecamatan Gununganyar Surabaya Metode yang akan dipakai dalam pencapaian tujuan tersebut: 1. Memberikan pelatihan pengembangan produk dengan menggunakan alat potong yang menggunakan teknologi sehingga meningkatkan produk yang dihasilkan, 2.pelatihan pemasaran melakukan penggunaan IT dlm proses pemasaran dan penjualannya 3.memberikan pelatihan manajemen penataan pembukuan dan penyusunan laporan keuangan agar dapat mengelola keuangan usaha dengan baik dan benar.

**Keywords**—Diversifikasi, Marketing strategy, Management Pemasaran

#### **A. PENDAHULUAN**

Ikan merupakan salah satu hasil perikanan yang banyak dihasilkan di Indonesia dan merupakan sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat. Ikan mudah didapat dengan harga yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua lapisan

masyarakat. Kandungan protein yang tinggi pada ikan dan kadar lemak yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Untuk kandungan gizi pada ikan dapat dilihat pada table 1.

Karena manfaat yang tinggi tersebut banyak orang mengkonsumsi ikan baik berupa daging ikan segar maupun makanan-makanan yang merupakan hasil olahan dari ikan. Bahkan di Jepang dan Taiwan ikan merupakan makanan utama untuk lauk sehari-hari. Ikan merupakan produk yang banyak dihasilkan oleh alam dan diperoleh dalam jumlah melimpah. Akan tetapi ikan juga merupakan bahan makanan yang cepat mengalami proses pembusukan dikarenakan kadar air yang tinggi. Kadar air yang tinggi adalah kondisi yang memberikan kesempatan bagi perkembangbiakan bakteri secara cepat. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki ikan dirasakan menghambat usaha pemasaran hasil perikanan dan tidak jarang menimbulkan kerugian besar, terutama pada saat produksi ikan melimpah. Karena itulah sejak dahulu masyarakat di Kelurahan Gununganyar Tambak telah berusaha melakukan berbagai cara pengawetan ikan agar dapat dimanfaatkan lebih lama. Proses pengolahan dan pengawetan ikan merupakan bagian penting dari mata rantai industri perikanan. Tanpa adanya proses tersebut, usaha peningkatan produksi perikanan akan menjadi sia-sia karena tidak bisa dimanfaatkan dengan baik.

**Tabel 1 Komposisi Ikan Segar per 100 gram Bahan**

Komponen	Kadar (%)
Kandungan air	76,00
Protein	17,00
Lemak	4,50
Mineral dan Vitamin	2,52-4,50

*Sumber: www.ristek.go.id*

Pada dasarnya usaha pengawetan ini adalah untuk mengurangi kadar air yang tinggi di tubuh ikan. Untuk mendapatkan mutu terbaik dari proses pengawetan ikan dapat dilakukan dengan menjaga kebersihan bahan dan alat yang digunakan, termasuk ikan yang benar-benar masih segar dan garam yang bersih. Usaha pengawetan ikan tidak hanya sebatas pada pengolahan menjadi produk yang masih berbentuk ikan tetapi juga pengolahan menjadi bentuk lain setelah dicampur dengan bahan-bahan lain. Ikan hasil

pengolahan dan pengawetan umumnya sangat disukai oleh masyarakat karena produk akhirnya mempunyai ciri-ciri khusus yakni perubahan sifat-sifat daging seperti bau, rasa, bentuk dan tekstur.

Makanan hasil olahan dari ikan bisa bermacam-macam misal: ikan yang diawetkan, kerupuk, bakso dan abon ikan. Contohnya krupuk yang merupakan contoh produk makanan kering dengan bahan baku ikan dicampur dengan tepung tapioka ini sangat digemari masyarakat. Makanan ini sering digunakan sebagai pelengkap ketika bersantap ataupun sebagai makanan ringan. Makanan ini menjadi kegemaran masyarakat dikarenakan rasanya yang enak, gurih dan ringan. Selain rasa yang enak tersebut juga memiliki kandungan zat-zat kimia yang diperlukan oleh tubuh manusia.

Disamping diusahakan dengan peralatan modern proses pembuatan pengolahan ikan dapat diusahakan dengan peralatan tradisional. Perusahaan mikro masih menggunakan alat seadanya sedangkan usaha kecil-menengah dalam proses produksinya menggunakan peralatan dengan teknologi modern dengan pangsa pasar tersebar baik di daerah lokal maupun daerah lain bahkan ekspor. Ikan payus terdapat di Kelurahan Gununganyar Tambak Kecamatan Gununganyar Surabaya. Dimana pemeliharaan ikan payus tidak memerlukan perawatan secara intensif. Ikan ini dapat tumbuh sampai 45 cm dan mempunyai mulut panjang menghadap ke bawah untuk detailnya perhatikan gambar 2. Merupakan ikan khas pantai dan muara sungai, terutama sungai besardengan dasar lumpur dan pasir. Waktu penggandaan populasi sekitar 15 bulan. Kecamatan Gunung Anyar Surabaya terletak di daerah Surabaya Timur yang merupakan pertemuan antara daratan dan lautan. Dengan luas wilayah sebesar 9,71 Km<sup>2</sup>, kawasan ini berbatasan langsung dengan Kecamatan Rungkut dan Kabupaten Sidoarjo. Kecamatan Gunung Anyar ini berpenduduk tak kurang dari 5.000 jiwa dan berpotensi akan terus bertambah dengan banyaknya pembangunan perumahan baru di sisi timurnya.



### **Gambar 2. Ikan Payus dengan ciri-ciri fisik yang menonjol**

Dilihat dari aspek ekonomis, usaha pengolahan ikan merupakan bisnis yang sangat menguntungkan. Peluang pasar dalam negeri maupun ekspor untuk komoditi ini masih sangat terbuka. Hal ini dikarenakan ikan merupakan konsumsi sehari-hari masyarakat sehingga permintaan relatif stabil bahkan cenderung mengalami kenaikan. Selain mampu meningkatkan pendapatan bagi pengusaha, usaha ini juga mampu membantu meningkatkan pendapatan penduduk sekitar yang akhirnya berpengaruh pada perekonomian daerah.

Usaha pengolahan ikan dilihat dari aspek sosial mempunyai dampak yang positif. Industri kecil rumah tangga ini mampu menyerap tenaga kerja. Secara tidak langsung ini merupakan upaya penciptaan lapangan kerja yang mengurangi jumlah pengangguran di kelurahan Gununganyar. Dilihat dari sisi dampak lingkungan tidak menimbulkan pencemaran lingkungan. Limbah yang dihasilkan dari usaha ini hanyalah air sisa pembersihan yang tidak mengandung zat-zat kimia dan langsung meresap ke dalam tanah.

Manajemen usaha yang dikelola oleh UD. Jaya Abadi, salah satu mitra di Surabaya sudah cukup baik dimana Ibu Nur Muniroh sebagai ketua kelompok sudah melakukan penataan manajemen yang meliputi pembagian kerja para anggota kelompok sudah baik, namun pembukuannya masih kurang rapi dan laporan keuangannya juga masih kurang rapi. Dalam pengelolaan keuangan masih sederhana. Sedangkan pemasaran krupuk dilakukan dengan cara sederhana, seperti menjual di rumah dan berdasarkan permintaan pesanan.



**Gambar 3. Proses Pengeringan dengan cara sederhana**

Sedangkan Manajemen usaha yang dikelola oleh UD.Sumber Rejeki Surabaya juga sudah cukup baik dimana Ibu Nor Inul Inayah sebagai ketua kelompok sudah melakukan penataan manajemen yang meliputi pembagian kerja para anggota kelompok sudah baik, namun pembukuannya masih kurang rapi dan laporan keuangannya juga masih kurang rapi. Dan sistem penjualannya juga masih secara sederhana berdasarkan permintaan perantara.

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang terdapat pada mitra sebagai berikut: (1) Sumber Daya Manusia (SDM), terutama berkaitan dengan kemampuan pengelolaan dan pemasaran. (2) Hasil produksi, kualitas hasil produksi masih tidak standar sehingga seringkali hasil produksi tidak memiliki kualitas yang sama. (3) Manajemen pengelolaan keuangan, dalam pengelolaan masih sederhana dan seringkali *cash flow* yang terjadi tidak seimbang dengan pengeluaran. (4) Pemasaran, kurangnya pengetahuan mitra dalam cara penjualan kepada pedagang, perantara ataupun inovasi produk dan kemasan. (5) Aspek manajemen, terutama dalam pembukuan dan penyusunan laporan keuangan masih kurang baik.

Robbins dan Coulter (1999) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai proses manajerial dibidang pemasaran untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, skill, knowledge, resources, sesuai dengan peluang dan ancaman pada pasar yang selalu berubah-ubah dan bertujuan untuk menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.

Ferrell (2008) menyatakan bahwa kunci sukses untuk mengembangkan strategi pemasaran yaitu mempertahankan bauran pemasaran (marketing mix) yang tepat yang memuaskan pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Bauran pemasaran (marketing mix) mencakup empat macam aktivitas pemasaran utama yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu dalam lingkungan pemasaran yang dinamis (Ferrell, 2008).

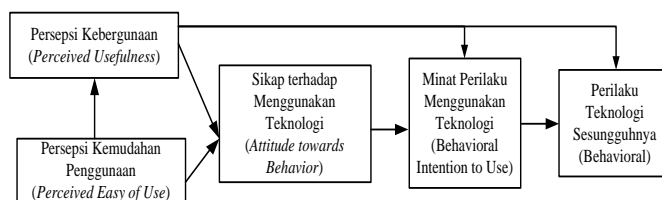
1. Produk, adalah barang, jasa, atau ide yang memiliki atribut tangible (berwujud) atau intangible (tidak berwujud) yang memberikan kepuasan dan manfaat pada konsumen. Produk merupakan variabel yang penting dari bauran pemasaran karena jika produk yang ditawarkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kebutuhan dan

- keinginan konsumen maka penjualan produk tersebut akan sulit dan daur hidup produk menjadi lebih singkat.
2. Harga, merupakan nilai yang ditempatkan pada produk atau jasa yang ditukarkan antara pembeli dan penjual. Pembeli akan menukarkan sumber daya yang dimilikinya (dalam bentuk pendapatan, kredit, kekayaan) untuk mendapatkan kepuasan atau manfaat produk. Pemasar menganggap harga sebagai elemen kunci dari bauran pemasaran karena harga berhubungan secara langsung dengan pendapatan dan profit yang didapat oleh perusahaan. Harga merupakan elemen marketing mix yang paling fleksibel karena harga dapat diubah dengan cepat untuk menstimulasi permintaan atau merespon tindakan pesaing.
  3. Distribusi, berarti membuat produk tersedia bagi konsumen baik dalam hal jumlah maupun lokasi yang diinginkan. Produk terbaik apapun di dunia tidak akan sukses tanpa adanya usaha dari perusahaan untuk membuat produk tersebut tersedia dimanapun dan kapanpun pelanggan ingin membelinya. Perantara seperti wholesaler (grosir) dan retailer (pengecer) melakukan banyak aktivitas yang diperlukan untuk memindahkan produk secara efisien dari produsen ke konsumen atau pembeli industri. Keputusan distribusi merupakan keputusan yang sangat tidak fleksibel karena membutuhkan komitmen sumberdaya dan menentukan hubungan kontrak, karenanya keputusan sulit dan tidak mungkin diubah.
  4. Promosi, merupakan bentuk komunikasi persuasif yang mencoba untuk mendorong pertukaran pemasaran dengan cara mempengaruhi individu, kelompok, dan organisasi untuk menerima barang, jasa, dan ide. Promosi mencakup periklanan, penjualan pribadi, publisitas, dan promosi penjualan. Dalam merencanakan aktivitas promosi, pendekatan integrated marketing communication (mengkoordinasi elemen bauran pemasaran promosi dan mensinkronisasi promosi sebagai satu kesatuan) dapat menghasilkan pesan yang diinginkan bagi pelanggan.

#### A. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model yang selanjutnya disebut TAM diadaptasi dari Theory Reasoned Action (TRA) (Fishbein and Ajzen 1975; Ajzen and Fishbein 1980), untuk menetapkan hubungan kausal antara keyakinan, sikap pengguna, niat dan perilaku

aktual. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986. Tujuan utama TAM seperti yang dinyatakan oleh Davis adalah untuk menjelaskan faktor yang mempengaruhi dalam penerimaan teknologi informasi dengan jangkauan luas dari teknologi informasi dan populasi dari pengguna. Dalam Technology Acceptance Model, penggunaan sistem aktual ditentukan oleh perilaku niat dalam menggunakan, yang pada gilirannya ditentukan bersama dengan sikap terhadap penggunaan dan kegunaan yang dirasakan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan merupakan suatu determinan langsung atas kegunaan yang dirasakan dan suatu determinan langsung dan tidak langsung atas sikap (Davis, Bagozzi and Warshaw 1989). Model ini disajikan pada Gambar 1.



**Gambar 4. Technology Acceptance Model**

Berdasarkan Gambar 4. model penerimaan teknologi, kegunaan yang dirasakan mengacu pada persepsi pengguna mengenai sejauh mana penggunaan sistem tersebut akan meningkatkan prestasi kerja dan memberikan kemudahan dalam penggunaan, kepercayaan bahwa penggunaan sistem akan bebas dari usaha (Davis 1989). Dalam model awal Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989) juga mengemukakan bahwa kegunaan dan kemudahan yang dirasakan atas penggunaan sepenuhnya memediasi dampak-dampak dari semua variabel eksternal seperti perbedaan individu, kendala situasional, dan karakteristik desain sistem pada sikap individu dan perilaku penggunaan.

Kesimpulannya, penerimaan pengguna mengenai literatur teknologi informasi merupakan suatu kekayaan dan kekuatan pengetahuan yang telah membantu peneliti dan praktisi untuk lebih memahami faktor-faktor penentu niat individu dan atau perilaku penggunaan teknologi dalam konteks organisasi. Pemahaman perbedaan pengguna individu, faktor situasional, dan pengaruh sosial dalam konteks konsumen memberikan kesempatan untuk meningkatkan penerimaan pengguna dan penggunaan teknologi.

## **B. METODE PENELITIAN**

### *B. Metode dan Teknik Pengumpulan Data*

Metode dalam penelitian ini menggunakan model pendekatan kualitatif dari data pada object penelitian yaitu para masyarakat petambak di kelurahan Gunung Anyar Surabaya. Pendekatan kualitatif ini diambil karena dalam penelitian ini sasaran atau obyek penelitian dibatasi agar data-data yang diambil dapat digali sebanyak mungkin serta agar dalam penelitian ini tidak dimungkinkan adanya pelebaran obyek penelitian. Penelitian ini bertolak dari cara berfikir induktif, kemudian berfikir secara deduktif.

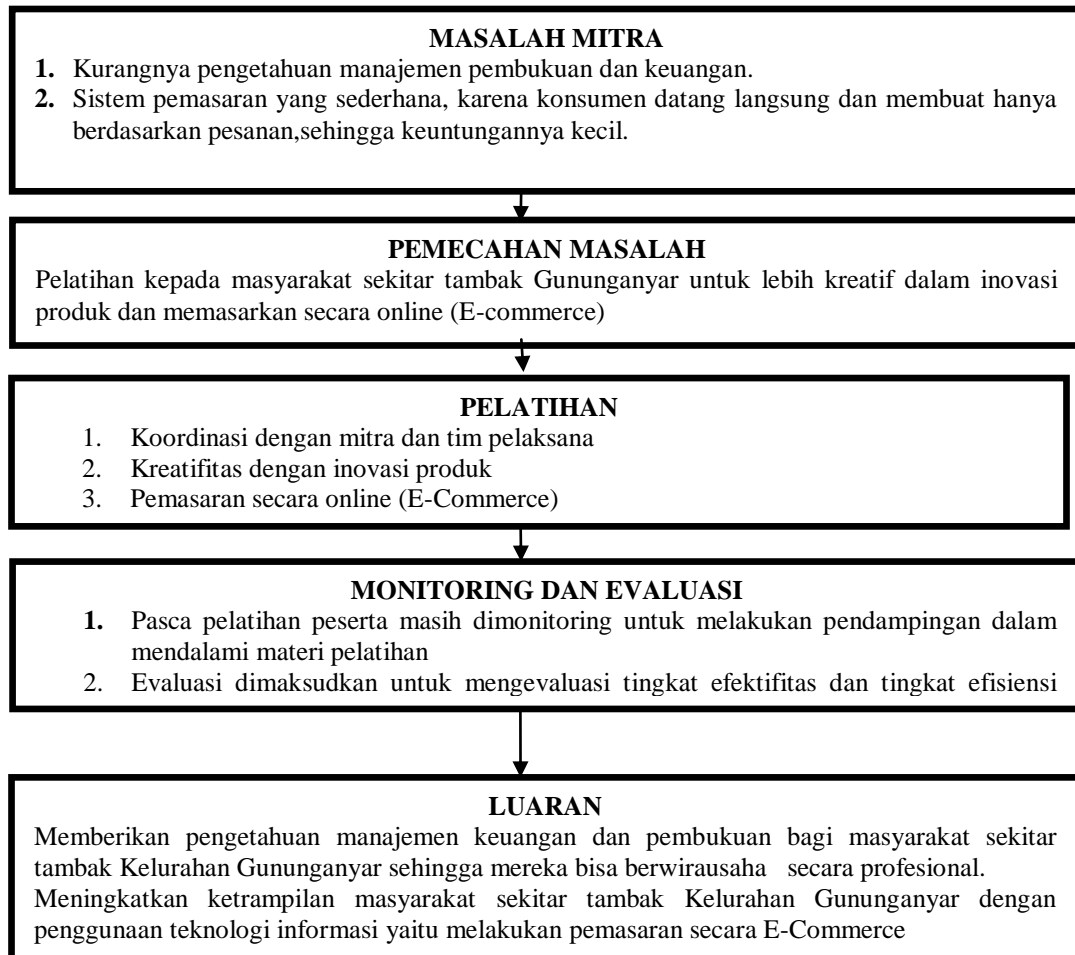
Teknik dan tahapan yang digunakan dalam pengumpulan data adalah model wawancara. Sesuai dengan penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini maka untuk memperoleh data digunakan teknik wawancara mendalam. Teknik wawancara mendalam dipakai untuk memperoleh data karena teknik ini sangat tepat untuk memperoleh data yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran, motivasi, perilaku dan sebagainya (Muthir, 1991) Wawancara mendalam dilakukan dengan maksud untuk menggali informasi secara mendalam dan komprehenship data yang berkaitan dengan factor-faktor yang menjadi permasalahan pada mitra penelitian ini.

Setelah dilakukan wawancara mendalam maka hasil dari wawancara akan didiskusikan dengan teknik Focus Group Discussion (Miles and Huberman, 1984) Teknik ini dinilai cocok untuk menggali informasi terkait dengan Problem Solving yang dalam penelitian ini adalah masalah-masalah terkait dengan implementasi kebijakan manajemen. Dengan FGD diharapkan peneliti dapat menemukan Model yang tepat bagi implementasi kebijakan manajemen untuk memberdayakan masyarakat petambak. Karena dengan melakukan FGD akan dapat melibatkan semua pihak yang terlibat dalam implementasi kebijakan manajemen. Dalam penelitian ini FGD digunakan untuk menjaring informasi dari berbagai pihak yang terlibat langsung yaitu petambak, masyarakat petambak, distributor dan konsumen.

### *C. Kerangka Pemecahan Masalah*

Adapun rancangan model kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini dapat dirangkum dalam bagan yang dapat dilihat pada gambar 2, sebagai berikut.





**Gambar 5. Ringkasan Bagan Penelitian**

Uji coba dilakukan dengan melakukan pemberdayaan dengan teknik pendampingan pada masyarakat petambak yang menjadi mitra perusahaan dalam melakukan penelitian ini. Dalam melakukan uji coba juga akan dilakukan Monev. Monev dilakukan dengan cara melakukan observasi terhadap pelaksanaan program pemberdayaan dengan cara ini maka akan dapat diketahui kendala-kendala dalam melakukan uji coba model. Dengan melakukan monev maka diharapkan akan dapat diperoleh masukan masukan langsung dari lapangan sehingga akan dapat ditemukan tentang pola yang tepat untuk mengembangkan program dalam memberdayakan mitra petambak.

---

### **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berikut ini dapat dipaparkan beberapa rangkuman dari hasil yang telah dicapai dalam penelitian ini:

Kelompok petambak di Gununganyar Tambak terbantu dalam memecahkan masalah peningkatan kualitas SDM nya di bidang manajemen pemasaran yaitu pembuatan bisnis plan yang merupakan jati diri suatu usaha dan penjualannya setelah lebaran akan dilakukan pelatihan pemasaran dengan menggunakan teknologi. Keuangannya pembuatan pembukuan dan laporan keuangan sederhana sehingga mereka tau perputaran modal keuangan usaha, sehingga mereka kedepannya diharapkan melakukan pengelolaan keuangan secara professional. Membuka wawasan dan memberikan akses pemasaran yang lebih luas tentang produk krupuk ikan payus dengan model pemasaran online.

Dalam hal produksi, dengan adanya pendekatan manajemen pengelolaan menunjukkan hasil yang relative lebih baik, terutama dari keseragaman produk, sehingga dapat dinyatakan memiliki kualitas yang lebih baik. Dalam proses pengolahan juga mengalami kemajuan terutama dalam efisiensi waktu selain menggunakan teknologi baru dalam memproses krupuk ikan payus. Proses pengemasan yang lebih baik dan lebih mudah juga sangat membantu dalam proses ekspansi produk ke pasar yang lebih luas. Kesemua hasil yang telah didapatkan ditunjang oleh hasil survey yang dilakukan secara berkala pada proses pendampingan kerja selama beberapa bulan.

### **D. SIMPULAN**

Universitas Bhayangkara Surabaya dapat menjalankan fungsinya sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian pada masyarakat yang merupakan kegiatan dalam menyumbangkan pemikiran untuk pembangunan nasional umumnya

Teknik pengelolaan krupuk diharapkan nantinya akan menggunakan teknologi tidak lagi manual. Yang waktu ini masih menunggu pemesanan selesai. Sehingga hasil perajangan rapi dan seragam. Peningkatan kualitas produk krupuk berdampak pada produktivitas usaha sehingga tingkat ekonomi para petambak lambat laun akan meningkat pula.

### ***Acknowledgment***

*Penelitian ini merupakan hasil pengabdian masyarakat yang didanai oleh Direktorat Jendral Perguruan Tinggi (DIKTI), melalui skema Iptek Bagi Masyarakat (IbM).*

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrianto, Eddy dan Liviawaty, Evi, Pengawetan dan Pengolahan Ikan. Kanisius, Yogyakarta, 1989.
- Bank Indonesia, 2007, Pola Pembiayaan Usaha Kecil Syariah (PPUK-Syariah), Jakarta.
- Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Non Formal dan Informal Kementerian Pendidikan Nasional, 2010, Manajemen Usaha Kecil.
- Ferrell, Hirt, 2008, Business A Changing World, Sixth Edition, McGraw Hill International, Boston.
- Glueck, W.F., and Jauch L.R., 1999, Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusaahaan, Edisi Ketiga (Terjemahan), Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Gujarati, D., 1997, Ekonometrika Dasar, Cetakan Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hidayat, Imam, 2003, Pengaruh Lingkungan Makro, Lingkungan Industri, dan Lingkungan Internal terhadap Marketing Strategies dan Kinerja Perusahaan, Disertasi, PPS Universitas Brawijaya, Malang.
- Hitt, M.A., Ireland R.D., and Hoskisson R.E., 2001, Manajemen Strategis, Daya Saing, dan Globalisasi, Edisi Terjemahan, Salemba Empat, Jakarta.
- Huger, J. David, and Wheelen T.L., 2001, Management Strategic, Edisi Pertama (Terjemahan), Andi Offset, Yogyakarta.
- Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2002, Badan Pusat Statistik, 2003.
- Kotler, Philip, 2000, A Generic Concept of Marketing Management, Millennium Edition, Prentice-Hall International, New Jersey.
- Malhotra, Naresh K., 1996, Marketing Research: An Applied Orientation, Prentice-Hall International, New Jersey.
- Pearce, J.A., and Robinson Jr., R.B., 2000, Strategic Management, Formulation, Implementation and Control, Thirdth Edition, Richard D. Irwin Inc., Boston.
- Robbins, S.P., dan Coulter M., 1999, Management, Sixth Edition, Prentice-Hall International, New Jersey.
- Suwarsono, 1994, Manajemen Strategik, Konsep, Alat Analisa, dan Konteks, Cetakan Pertama, AMP YKP, Yogyakarta.

Swaraguna.blogspot.com, blog Kelurahan Gununganyar Tambak, 2013, Kerupuk Ikan Payus Pamurbaya.

Ward, Peter T., Rebecca Durray, G.K. Leong, and C.C. Sun, 1995, Business Environment, Operation Strategy, and Performance: An Empirical Study of Singapore Manufacture, *Journal of Operations Management*, Vol. 13, pp. 99 – 115.