

**PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL USAHA BUDIDAYA IKAN NILA DALAM KOLAM TERPAL
DI KECAMATAN PAGUAT KABUPATEN POHUWATO**

Nur Fitriyanti Bulotio¹, Zupriyanto Karim², Nurhafnita³

^{1,2}Universitas Pohuwato, Gorontalo, Indonesia

³Politeknik Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

Email korespondensi: ¹ nurbulotio@gmail.com

Riwayat Artikel:

Diterima:

9 Juli

Direvisi:

22 Juli

Disetujui:

25 Juli

Kata kunci:

Budidaya ikan nila; pelatihan;
pemasaran digital; teknologi
informasi

Keyword:

*Digital marketing;
information technology;
tilapia fish farming; training*

Cara mensitasi:

Bulotio, N. F., Karim, Z., &
Nurhafnita, N. (2025).
Pelatihan Pemasaran Digital
Usaha Budidaya Ikan Nila
Dalam Kolam Terpal di
Kecamatan Paguat
Kabupaten Pohuwato.
*RUDENCE: Rural
Development for Economic
Resilience*, 4(2), 75-80.
<https://doi.org/10.53698/rudence.v4i2.99>

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan keterampilan peternak ikan nila dalam kolam terpal dalam memasarkan produknya secara digital dan menggunakan internet. Metode yang digunakan adalah dengan cara memberikan pelatihan, penyuluhan, dan demonstrasi kepada peternak ikan. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini peserta kegiatan mendapatkan materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta, yaitu materi pemasaran digital. Peserta telah dapat memperluas keterampilannya dalam pemasaran digital, serta memanfaatkan kemajuan teknologi dan komunikasi dalam bisnis mereka untuk mempromosikan hasil ternak ikannya kepada masyarakat.

ABSTRACT

The purpose of this community service activity is to improve the skills of tilapia farmers in tarpaulin ponds in marketing their products digitally and using the internet. The method used is by providing training, counseling, and demonstrations to fish farmers. As a result of the implementation of this activity, participants get materials that suit the needs of the participants, namely digital marketing materials. Participants have been able to expand their skills in digital marketing, as well as take advantage of technological and communication advancements in their businesses to promote their fish products to the public.



PENDAHULUAN

Pelaku usaha harus menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempelajari keterampilan pemasaran digital. Ini dapat dicapai melalui peningkatan kemampuan promosi, seperti menggunakan aplikasi pemasaran digital melalui *email*, *website* atau iklan. Karena hampir semua orang di dunia menggunakan internet, pemasaran digital menggunakan *email*, *web* atau iklan menjadi lebih mudah. Akibatnya, pasarnya sangat luas. Karena banyak penyedia iklan memiliki fitur ini, target pasarnya juga dapat ditentukan. Dengan pemasaran digital masuk ke dunia *smartphone*, target pemasaran menjadi lebih mudah dicapai.

Dalam hal pemasaran, suatu strategi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan hasilnya dan untuk mencapainya digunakan alat taktis yang disebut bauran pemasaran. Menurut Kotler & Keller (2016) bauran pemasaran terdiri dari 1) *Product* (produk) yang merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen; 2) *Price* (harga) yang merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dan mendapatkan manfaat yang sama dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Harga ini tidak berarti harga murah atau tinggi, tetapi yang dimaksudkan adalah harga yang tepat. Harga barang yang tepat sangat bergantung pada banyak hal, seperti kualitas barang, harga pokok, daya beli masyarakat, kondisi persaingan, dan konsumen yang dituju; 3) *Place* (tempat) yaitu aktivitas dari suatu perusahaan untuk menyediakan suatu produk bagi target pelanggannya. Tempat ini meliputi transportasi, lokasi, pergudangan, saluran distribusi, dan inventaris; 4) *Promotion* (promosi) yang merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk membujuk dan menjelaskan manfaat dari suatu produk agar konsumen tertarik untuk membeli. Termasuk di dalam kombinasi promosi ini adalah kegiatan-kegiatan *advertising*, *personal selling*, *promosi penjualan*, *publicity*.

Kecamatan Paguat merupakan salah satu penyuplai ikan nila yang cukup besar di wilayah Kabupaten Pohuwato. Untuk memastikan proses *supply* dan *demand* berjalan lancar, diperlukan sarana yang dapat mengatasi proses yang ada. Hampir semua bidang harus menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan. Adapun tahapan perubahan tersebut dapat untuk membawa para pelaku usaha bidang perikanan menjadi bisa lebih maju lagi dari keadaan yang sebelumnya yang akan berdampak juga terhadap pendapatan para pembudidaya Ikan Nila tersebut. Tingkat penguasaan ilmu dan teknologi merupakan bukti nyata dari keberhasilan dari pembangunan SDM pada pembudidaya ikan.

Budidaya ikan nila dalam kolam terpal merupakan metode yang efektif karena dapat dilakukan di lahan sempit dan biaya investasi yang relatif rendah (Nurhayati, 2020). Usaha Budidaya Ikan Nila Dalam Kolam Terpal sangat berkomitmen untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dengan memanfaatkan semua kemampuan karyawannya. Akibat komitmen tersebut, maka pelaku usaha akan lebih mudah melaksanakan rencana produksi mereka dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di usaha budidaya ikan nila dalam kolam terpal Kecamatan Paguat Kabupaten Pohuwato. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh dosen lingkungan Universitas Pohuwato bersama pembudidaya ikan nila dalam kolam terpal. Dalam kegiatan ini pembudidaya ikan nila akan diberikan pelatihan pemasaran digital menggunakan internet melalui beberapa aplikasi yang ada untuk lebih mendukung dalam penyediaan kebutuhan ikan bagi masyarakat. Selain itu juga dapat lebih meningkatkan kompetensi IT para pembudidaya ikan nila di Kecamatan Pagaut Kabupaten Pohuwato. Pelatihan pemasaran digital dapat membantu pelaku usaha budidaya ikan nila untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai jual produk melalui media sosial dan *platform* digital lainnya (Kotler & Keller, 2016). Teknologi pemasaran digital secara terus menerus berkembang pesat. Perangkat lunak membantu penggunaannya dalam menyampaikan informasi/pesan iklan kepada masyarakat terutama konsumen ikan nila. Perkembangan teknologi membantu penggunaan perangkat lunak tersebut semakin mudah digunakan. Berbagai aplikasi pemasaran digital juga telah menjadi *trend* dan bahkan sangat membantu dalam pelaksanaan penyediaan kebutuhan ikan bagi konsumen. Melalui

pelatihan ini diharapkan para peserta dapat termotivasi dan senantiasa belajar untuk menerapkan teknologi dengan memanfaatkan program untuk pemasaran digital.

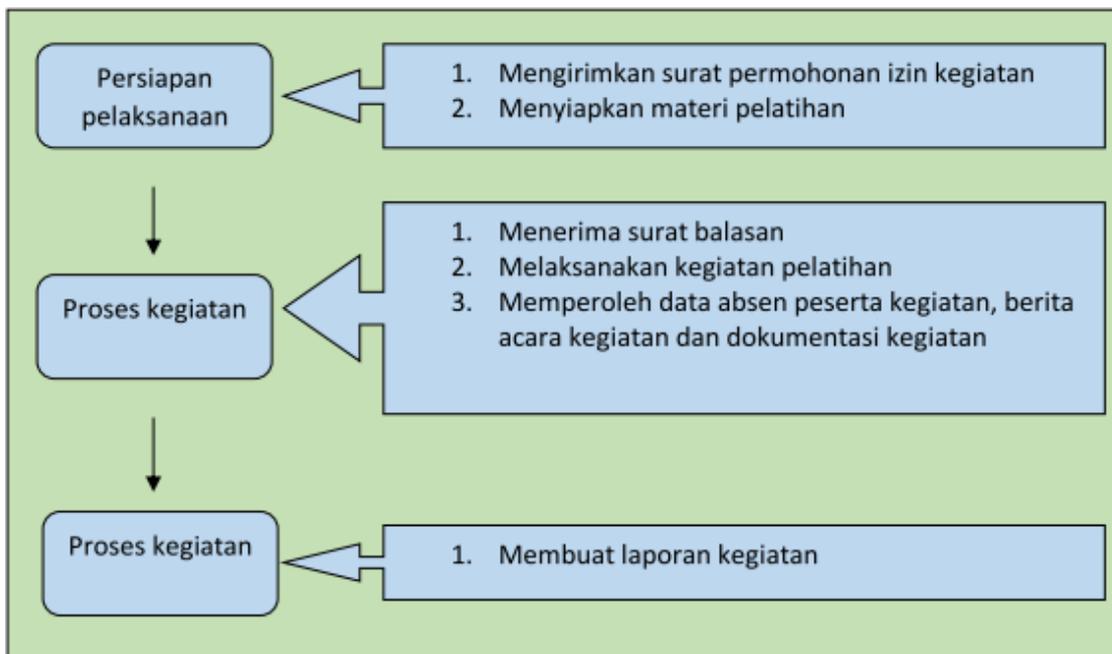
METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 24-25 Januari 2025 bertempat di Desa Paguat Kecamatan Paguat Kabupaten Pohuwato. Kegiatan ini dilakukan oleh Tim Pengabdian dari Fakultas Pertanian dan Ilmu Perikanan Universitas Pohuwato. Mitra dari kegiatan ini adalah petani ikan lokal khususnya pembudi daya ikan nila dalam kolam terpal.

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah berbentuk pelatihan yang mengacu pada pendekatan proyek *Life 2.0* yang dapat mengembangkan *platform online* untuk mendukung interaksi sosial. Dengan pendekatan tersebut dapat memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan bantuan, mendukung organisasi inisiatif individu dan kelompok, serta kewirausahaan individu (Morelli, 2015). Dalam pelatihan tersebut peserta akan diberikan penyuluhan oleh narasumber yang andal dalam bidang budidaya perikanan, presentasi interaktif, dan disertai dengan demonstrasi atau praktik bersama dalam pemasaran digital dengan memanfaatkan internet.

Kegiatan evaluasi dilakukan setelah pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang bertujuan mengevaluasi pelatihan, baik dari sisi materi pelatihan, cara penyampaian instruktur, serta saran dan kritik dari para peserta kepada tim pengabdian.

Pada Gambar 1 berikut ditampilkan gambaran umum dari rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat usaha budidaya ikan nila dalam kolam terpal.



Gambar 1. Gambaran Umum Rencana Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

HASIL KEGIATAN

Survei Kebutuhan

Sebelum melakukan kegiatan pelatihan, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan survei untuk memetakan kompetensi apa yang dibutuhkan di lokasi pengabdian. Tim Pengabdian berkomunikasi dengan pihak pembudidaya ikan nila di Kecamatan Paguat Kabupaten Pohuwato. Dari komunikasi yang intens dilakukan maka didapati kebutuhan pelatihan yang diinginkan oleh pihak pembudidaya ikan nila

yaitu mengenai pemasaran hasil budidaya ikan nila mereka supaya lebih mudah. Setelah melalui diskusi yang hangat maka disepakati untuk melakukan pemasaran secara digital yaitu dengan memanfaatkan media internet. Alasan utama karena internet sudah bukan barang baru lagi bagi masyarakat. Apalagi perkembangan teknologi seluler sekarang ini yang sangat mendukung penggunaan internet di semua lini kehidupan, termasuk dalam hal pemasaran hasil ternak ikan nila.

Persiapan

Persiapan yang dilakukan adalah persiapan administratif yang dibutuhkan sebagai syarat pelaksanaan pelatihan, seperti pembuatan materi pelatihan dan mempersiapkan kuesioner yang akan disebarakan kepada peserta sebelum dan sesudah pelatihan dilaksanakan. Materi yang dipersiapkan dalam bentuk *hardcopy* dan diperbanyak bagi peserta kegiatan. Selain itu juga disediakan materi dalam bentuk *softcopy*. Dengan adanya materi pelatihan maka peserta dapat mengikuti kegiatan pelatihan dengan terarah dan sesuai dengan prosedur yang diajarkan.

Peserta kegiatan juga telah dihimbau untuk ikut mempersiapkan perangkat sendiri, seperti membawa perangkat keras berupa *laptop*, tablet ataupun *handphone*. Lalu mempersiapkan koneksi internet yang stabil dan aplikasi penunjang pemasaran (*email, website, social media*).

Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertempat di Desa Paguat, berlangsung selama 2 hari pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 24-25 Januari 2025. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 30 peserta yang terdiri dari petani ikan lokal, ibu rumah tangga, pemuda desa, dan kelompok tani tambak.

Sebelum pelatihan dilaksanakan, terlebih dahulu disebarakan kuesioner yang bertujuan untuk melihat kesiapan dan harapan peserta pelatihan. Dengan adanya kuesioner sebelum pelatihan ini dapat diketahui kompetensi yang dimiliki oleh para peserta sehingga instruktur/tim pengabdian dapat memberikan materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

Materi pelatihan disampaikan oleh Bapak Zupriyanto Karim, S. Pi.,M. Si. yang merupakan dosen Fakultas Pertanian dan Ilmu Perikanan Universitas Pohnuato sekaligus praktisi budidaya perikanan. Narasumber memiliki kompetensi dan pengalaman yang relevan di bidang budidaya ikan air tawar atau pengelolaan kolam terpal sehingga mampu memberikan materi secara komprehensif dan aplikatif.

Pada Gambar 2 berikut ditampilkan bentuk kolam terpal tempat membudidayakan ikan nila.



Gambar 2. Kolam terpal tempat budidaya ikan nila

Selama kegiatan pelatihan peserta sangat kooperatif sehingga materi dapat diberikan dan diserap oleh peserta pelatihan dengan baik. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan keadaan baik dan komunikatif, terlihat pada saat peserta antusias dalam proses tanya jawab, memberikan respon pada saat ditanya dan menyimak penjelasan atas pertanyaan yang diberikan. Pelatihan ini memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media internet untuk pemasaran digital untuk mempromosikan hasil budidaya ikan kepada masyarakat luas.

Pada Gambar 3 berikut merupakan tampilan suasana pada saat pemberian materi pelatihan dan praktik langsung di lapangan bersama peserta pelatihan.



Gambar 3. Pemberian materi pelatihan dan praktek langsung

Evaluasi Kegiatan

Sebelum pelatihan dilakukan, tim pengabdian menyebarkan kuesioner terlebih dahulu kepada peserta pelatihan untuk memetakan kebutuhan, harapan dan pemahaman para peserta terhadap pelatihan pemasaran digital. Hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa 45% peserta pernah melakukan pemasaran digital dengan format yang berbeda, sementara 55% peserta belum pernah melakukan pemasaran digital. Untuk penggunaan internet sebanyak 85% peserta sering menggunakannya, sedangkan 15% peserta jarang menggunakan internet. Sebanyak 20% dari peserta juga pernah mengetahui bentuk/ teknik pemasaran digital dan 80% peserta belum mengetahui bentuk/ teknik pemasaran digital. Seluruh peserta (100%) menyatakan tertarik untuk mengikuti pelatihan pemasaran digital untuk lebih meningkatkan hasil pemasaran produknya.

Hasil kuesioner di atas memberikan gambaran tentang tingginya kebutuhan peserta terhadap pelatihan pemasaran digital, yang menuntut para peserta untuk siap dalam pemenuhan kebutuhan ikan bagi masyarakat.

Setelah pelaksanaan pelatihan, tim pengabdian kembali membagikan kuesioner pasca pelatihan yang bertujuan untuk mengevaluasi pelatihan, baik dari sisi materi pelatihan, cara penyampaian instruktur, serta saran dan kritik dari para peserta kepada tim pengabdian. Hasil dari kuesioner evaluasi tersebut menunjukkan bahwa 80% peserta menyatakan bahwa pelatihan ini berlangsung dengan sangat baik, sementara 20% menyatakan baik. 85% peserta menyatakan bahwa materi pelatihan ini sangat sesuai dengan kebutuhan peserta dan 15% peserta menyatakan sesuai. Sebanyak 82,1% dari peserta

menyatakan bahwa tim pengabdian telah menyampaikan pelatihan dengan sangat baik dan 17,9% peserta menyatakan baik. Seluruh peserta (100%) menyatakan bahwa peserta akan melakukan pemasaran digital setelah pelatihan dilaksanakan.

Hasil kuesioner tersebut memberikan gambaran bahwa materi pelatihan sangat sesuai dengan kebutuhan para peserta pelatihan dan berdampak pada keinginan para peserta untuk menerapkan pelatihan tersebut dalam bentuk pemasaran digital. Dengan diterapkannya pemasaran digital mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan ikan nila.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada pelaku usaha budidaya ikan nila dalam kolam terpal telah berlangsung dengan baik. Dengan pemberian materi pelatihan ini dapat lebih meningkatkan keterampilan para anggota untuk lebih meningkatkan proses pemasaran kepada masyarakat. Pelatihan ini menjadi rangsangan positif bagi para peserta untuk dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan yang dapat berpengaruh dalam pelaksanaan kegiatan untuk lebih memperlancar pemasaran dengan menerapkan strategi yang disampaikan. Perlu adanya pelatihan yang berkelanjutan untuk mengadaptasi perkembangan dari teknologi informasi itu sendiri di masa-masa yang akan datang. Peran aktif dari peserta untuk lebih mengasah ketrampilannya dan mengikuti perkembangan dari teknologi terkini dalam pemasaran digital yang berkembang dengan cepat sangat diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Morelli, N. 2015. Challenges in Designing and Scaling-up Community Services. *The Design Journal*, 18(2), 215–225. <https://doi.org/10.2752/175630615X14212498964394>
- Nurhayati, S. (2020). *Teknik Budidaya Ikan Nila di Kolam Terpal Skala Rumah Tangga*. Penerbit Agro Media.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat.