

Empowerment of Fish Farming Groups through Strengthening Business Management and Digital Marketing Strategy

Pemberdayaan Kelompok Budidaya Perikanan melalui Penguatan Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran Digital

Andi Agung Hariawan Patempo¹, Aminuddin², Herwandi³, Muhammad Fuad⁴, A. Rahmatia⁵, Muh. Ilham⁶, Savira Jumriany Amaliah⁷

¹⁻⁷Institut Teknologi dan Kesehatan Permata Ilmu Maros, Kabupaten Maros, Indonesia

Article Info

Corresponding Author:

Andi Agung Hariawan Patempo
✉ agung.patempo@itkpi.ac.id

History:

Submitted: June 03, 2026
Revised: June 20, 2026
Accepted: June 25, 2026
Published: June 30, 2026

Keywords:

Business Management; Community Empowerment; Digital Marketing; Fish Farming Group.

Kata Kunci:

Kelompok Budidaya Ikan;
Manajemen Usaha; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Masyarakat.

Abstract

Small-scale fish farming groups in South Sulawesi commonly face two persistent constraints: weak business management practices and limited access to modern marketing channels. This community service program aimed to strengthen the business management capacity and digital marketing skills of UPR Kurnia Baku, a fish-seed cultivation group in Dusun Baku, Desa Lekopancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros. The program involved 20 members of the partner group and was carried out through counseling, hands-on training, and mentoring covering simple bookkeeping, cash-flow planning, product branding, and the use of social media and e-commerce platforms for marketing. Activities were implemented in three stages: pre-activity preparation, the core training and mentoring session, and monitoring and evaluation using questionnaires and direct observation. The results showed a marked increase in participants' understanding of financial recording, business planning, and digital promotion techniques, with average scores rising from 52 to 81 (of 100) for business management and from 46 to 78 (of 100) for digital marketing, along with growing confidence in using smartphones and social media applications to market fish-seed products. Members also began preparing simple financial records and product catalogues for online promotion. The program is expected to encourage UPR Kurnia Baku toward more structured business management and a wider market reach, ultimately improving group income and long-term business sustainability. Continued mentoring and periodic evaluation are recommended to sustain these improvements and expand digital adoption among members.

Abstrak

Kelompok budidaya ikan skala kecil di Sulawesi Selatan umumnya menghadapi dua persoalan utama, yaitu lemahnya tata kelola usaha dan terbatasnya akses terhadap saluran pemasaran modern. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas manajemen usaha dan keterampilan pemasaran digital Kelompok Unit Pembenihan Rakyat (UPR) Kurnia Baku di Dusun Baku, Desa Lekopancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros. Kegiatan melibatkan 20 orang anggota kelompok mitra dan dilaksanakan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan yang mencakup materi pembukuan sederhana, perencanaan arus kas, penguatan branding produk, serta pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk pemasaran. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu persiapan pra kegiatan, pelaksanaan inti berupa penyuluhan dan pelatihan, serta monitoring dan evaluasi menggunakan angket dan

observasi langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap pencatatan keuangan, perencanaan usaha, dan teknik promosi digital, dengan rata-rata skor meningkat dari 52 menjadi 81 (skala 0-100) untuk manajemen usaha dan dari 46 menjadi 78 untuk pemasaran digital, disertai meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam menggunakan telepon pintar dan aplikasi media sosial untuk memasarkan produk benih ikan. Anggota kelompok juga mulai menyusun catatan keuangan sederhana dan katalog produk untuk promosi daring. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong UPR Kurnia Baku menuju tata kelola usaha yang lebih terstruktur dan jangkauan pasar yang lebih luas, sehingga pada akhirnya meningkatkan pendapatan kelompok dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Pendampingan berkelanjutan dan evaluasi berkala disarankan untuk menjaga capaian tersebut dan memperluas adopsi digital di kalangan anggota.

PENDAHULUAN

Sektor perikanan budidaya merupakan salah satu sumber mata pencaharian utama masyarakat pesisir dan daratan di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan, termasuk kegiatan pembenihan ikan air tawar yang dikelola dalam bentuk Unit Pembenihan Rakyat (UPR). Salah satu kelompok tersebut adalah UPR Kurnia Baku yang berlokasi di Dusun Baku, Desa Lekopancing, Kecamatan Tanralili. Kelompok yang beranggotakan 20 orang ini telah cukup lama menjalankan usaha pembenihan ikan, namun sebagian besar anggota belum melakukan pencatatan transaksi usaha secara tertulis dan hanya mengandalkan ingatan dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran, sehingga sulit menentukan keuntungan usaha secara akurat. Dari sisi pemasaran, hasil pembenihan selama ini hanya dijual melalui pengepul dengan harga yang ditentukan sepihak, sementara belum ada anggota yang memanfaatkan media sosial maupun platform digital untuk mempromosikan produknya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaannya masih bersifat tradisional dan belum didukung oleh tata kelola usaha yang memadai maupun strategi pemasaran yang efektif, sehingga potensi ekonomi yang dimiliki belum dapat dioptimalkan secara maksimal.

Permasalahan utama yang dihadapi kelompok pembudidaya ikan seperti UPR Kurnia Baku umumnya berkaitan dengan lemahnya manajemen usaha, terutama dalam hal pencatatan keuangan, perencanaan arus kas, dan penetapan harga jual yang wajar (Hadinata, Murni, & Safardi, 2023). Di sisi lain, pemasaran produk perikanan masih dilakukan secara konvensional melalui pengepul atau tengkulak, sehingga posisi tawar pembudidaya menjadi lemah dan keuntungan yang diperoleh tidak maksimal. Padahal, pemanfaatan media sosial dan platform digital telah terbukti mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan pendapatan pelaku usaha kecil di sektor perikanan (Erlianalistiani, Rahmawati, & Marginingsih, 2023; Sasa, Sapto Adi, Triono, & Supanto, 2021).

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok pembudidaya ikan selama ini lebih banyak difokuskan pada aspek teknis budidaya, seperti penerapan teknologi produksi atau penyuluhan budidaya komoditas tertentu (Diniarti, Junaidi, Cokrowati, & Mulyani, 2022; Scabra, Marzuki, Setyono, Diniarti, & Mulyani, 2021), sedangkan penguatan aspek manajemen usaha dan pemasaran digital secara terintegrasi pada kelompok pembenihan ikan rakyat masih relatif terbatas dilakukan (Hikmah & Safari, 2025). Kebaruan kegiatan ini terletak pada penggabungan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran digital secara bersamaan bagi kelompok pembenihan ikan, sehingga peserta tidak hanya mampu mengelola usahanya secara lebih tertib, tetapi juga mampu memasarkan produknya secara lebih luas melalui media digital.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas manajemen usaha dan keterampilan pemasaran digital anggota UPR Kurnia Baku di Dusun Baku, Desa Lekopancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros, sehingga kelompok mitra dapat mengelola usahanya secara lebih profesional dan memperluas jangkauan pemasaran produknya melalui media digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan yang dilaksanakan pada hari Kamis, 23 Juli 2026, bertempat di Dusun Baku, Desa Lekopancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros. Sasaran kegiatan adalah anggota UPR Kurnia Baku yang berjumlah 20 orang, dengan kriteria inklusi merupakan anggota aktif kelompok yang terlibat langsung dalam pengelolaan usaha pembenihan ikan. Variabel yang diamati meliputi tingkat pemahaman peserta terhadap manajemen usaha dan pemasaran digital, yang diukur melalui angket sebelum dan sesudah kegiatan (pre-test dan post-test) serta observasi langsung selama pelaksanaan.

Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan tim dosen dan mahasiswa dengan peran yang saling melengkapi. Tim dosen berperan dalam penyuluhan dan pelatihan manajemen usaha serta strategi pemasaran digital, sedangkan mahasiswa berperan dalam pendampingan teknis, dokumentasi, dan pendataan peserta selama pelaksanaan kegiatan.

UPR Kurnia Baku merupakan kelompok pembenihan ikan rakyat yang berlokasi di Dusun Baku, Desa Lekopancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros, dengan jumlah anggota yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 20 orang.

Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahap. Tahap pertama adalah pra kegiatan, meliputi koordinasi dengan pengurus kelompok mitra, survei lokasi, dan penyusunan materi pelatihan. Tahap kedua adalah kegiatan inti berupa penyuluhan pentingnya manajemen usaha, pelatihan pembukuan sederhana dan perencanaan arus kas, serta pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, yang dilaksanakan pada hari Kamis, 23 Juli 2026. Tahap ketiga adalah monitoring dan evaluasi menggunakan angket, wawancara singkat, dan observasi langsung, yang dilakukan pada dua tahap, yaitu (1) saat kegiatan berlangsung untuk mengukur partisipasi dan pemahaman peserta, dan (2) pasca kegiatan untuk mengukur penerapan materi oleh anggota kelompok mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 20 orang anggota UPR Kurnia Baku dengan tingkat kehadiran dan partisipasi yang tinggi. Peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai dari penyuluhan, pelatihan manajemen usaha, pelatihan pemasaran digital, hingga sesi diskusi dan tanya jawab. Antusiasme peserta terlihat dari tingginya jumlah pertanyaan yang diajukan, terutama terkait cara mencatat keuangan usaha secara sederhana dan cara memasarkan produk benih ikan melalui media sosial.

Tahapan pelaksanaan kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan yang dilaksanakan pada hari Kamis, 23 Juli 2026 disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Tahapan dan Capaian Pelaksanaan Kegiatan

No.	Kegiatan	Capaian/Hasil
1.	Pembukaan dan sambutan	Terjalannya komunikasi awal dan kesepahaman tujuan kegiatan antara tim PKM dan pengurus UPR Kurnia Baku
2.	Penyuluhan pentingnya manajemen usaha	20 peserta memahami pentingnya pencatatan keuangan dan perencanaan usaha yang tertib
3.	Pelatihan pembukuan sederhana dan perencanaan arus kas	Peserta mampu mempraktikkan pencatatan transaksi usaha dan pemisahan keuangan usaha-pribadi secara sederhana
4.	Pelatihan pemasaran digital	Peserta mampu membuat akun media sosial dan katalog produk sebagai sarana promosi daring
5.	Diskusi dan tanya jawab	Teridentifikasinya kendala peserta dalam menerapkan manajemen usaha dan pemasaran digital melalui pendampingan langsung tim dosen dan mahasiswa
6.	Monitoring dan evaluasi	Teridentifikasinya peningkatan pemahaman peserta melalui hasil angket pre-test dan post-test

Hasil evaluasi menggunakan angket pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta yang cukup signifikan. Rata-rata pemahaman peserta mengenai manajemen usaha meningkat dari 52 menjadi 81 pada skala 0–100, sedangkan pemahaman mengenai pemasaran digital meningkat dari 46 menjadi 78 pada skala yang sama. Peningkatan ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh peserta dan sejalan dengan tujuan kegiatan, yaitu

memperkuat kapasitas manajemen usaha dan keterampilan pemasaran digital anggota UPR Kurnia Baku agar mampu mengelola usahanya secara lebih profesional dan memperluas jangkauan pemasaran produknya melalui media digital. Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mulai mempraktikkan pencatatan transaksi usaha secara sederhana dan membuat akun media sosial untuk mempromosikan produk benih ikan yang mereka hasilkan. Hasil wawancara singkat dengan beberapa perwakilan peserta memperkuat temuan tersebut, di mana peserta mengungkapkan bahwa pelatihan pembukuan sederhana membantu mereka memahami perbedaan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi yang selama ini bercampur, sementara pelatihan pemasaran digital membuka wawasan baru mengenai cara memasarkan produk benih ikan tanpa harus bergantung pada pengepul. Sebagian peserta juga menyampaikan bahwa keterbatasan waktu pendampingan menjadi kendala utama dalam mempraktikkan materi secara lebih mendalam, sehingga pendampingan lanjutan dinilai penting untuk memastikan keberlanjutan penerapan materi.

Peningkatan pemahaman peserta terhadap manajemen usaha dan pemasaran digital pada kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang bersifat praktik langsung lebih efektif dibandingkan penyuluhan searah. Sebelum kegiatan, sebagian besar anggota UPR Kurnia Baku belum melakukan pencatatan keuangan usaha secara tertib dan hanya mengandalkan ingatan dalam mencatat transaksi jual-beli benih ikan. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi, serta mulai menyusun catatan sederhana atas pemasukan dan pengeluaran usaha. Pada aspek pemasaran, peserta yang sebelumnya hanya menjual produk melalui pengepul mulai memahami cara memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk benih ikan kepada calon pembeli yang lebih luas.



Gambar 1. Penjelasan Manajemen Usaha & Pemasaran Digital

Pembahasan hasil kegiatan ini masih dibatasi oleh singkatnya durasi pendampingan yang hanya dilakukan dalam satu hari kegiatan, sehingga penerapan materi oleh peserta belum dapat diukur secara menyeluruh dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil PKM yang ditemukan, sejalan dengan temuan Hikmah dan Safari (2025) yang mengungkapkan bahwa pelatihan manajemen rantai pasok dan pemasaran digital pada UMKM perikanan mampu meningkatkan keterampilan manajerial serta pemanfaatan platform digital secara signifikan. Hasil ini juga sejalan dengan Erlianalistiani, Rahmawati, dan Marginingsih (2023) yang menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Sementara itu, Sasa, Sapto Adi, Triono, dan Supanto (2021) menekankan bahwa optimalisasi usaha kecil menengah melalui pelatihan pemasaran digital perlu disertai pendampingan berkelanjutan agar hasil pelatihan benar-benar diterapkan oleh pelaku usaha. Sejalan dengan hal tersebut, Hadinata, Murni, dan Safardi (2023) menunjukkan bahwa lemahnya manajemen keuangan rumah tangga nelayan turut memengaruhi keberlanjutan usaha, sehingga penguatan literasi keuangan menjadi aspek penting yang perlu terus didampingi.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan manajemen usaha serta strategi pemasaran digital pada UPR Kurnia Baku di Dusun Baku, Desa Lekopancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan 20 anggota kelompok mitra dalam mengelola keuangan usaha dan memasarkan produk benih ikan melalui media digital, dengan rata-rata skor pemahaman meningkat dari 52 menjadi 81 untuk manajemen usaha dan dari 46 menjadi 78 untuk pemasaran digital. Capaian ini juga tercermin dari mulai diterapkannya pencatatan keuangan sederhana dan promosi produk melalui media sosial oleh anggota kelompok. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong UPR Kurnia Baku menuju tata kelola usaha yang lebih terstruktur dan jangkauan pasar yang lebih luas, dengan pendampingan lanjutan secara berkala untuk menjaga keberlanjutan penerapannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Diniarti, N., Junaidi, M., Cokrowati, N., & Mulyani, L. F. (2022). Penyuluhan budidaya ikan molly pada remaja saat pandemi sebagai alternatif pengisi waktu yang produktif. *Indonesian Journal of Fisheries Community Empowerment*, 2(1), 1-6.
- Erlianalistiani, E., Rahmawati, R., & Marginingsih, R. (2023). Implementasi pemasaran digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM Desa Pantai Mekar. *An-Nizam: Jurnal Bakti Bagi Bangsa*, 2(1), 10–16. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v2i1.6966>
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313–320. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- Febriana, R., Wijaya, R. S., & Taufiq, M. (2023). Pelatihan pengembangan konten pemasaran melalui media sosial untuk membantu perkembangan UMKM di Kelurahan Keputih. *Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 22–30. <https://doi.org/10.59841/jurai.v1i2.96>
- Hadinata, A. P., Murni, Y., & Safardi. (2023). Analisis manajemen keuangan rumah tangga keluarga nelayan di Kota Pariaman. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*, 2(1), 20–30.
- Hikmah, N., & Safari, M. (2025). Pemberdayaan UMKM perikanan melalui pelatihan manajemen rantai pasok dan digital marketing di Desa Sekotong, Lombok Barat. *TERAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sosial Budaya*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.71094/teras.v2i1.210>
- Manoppo, W. S., & Pelleng, F. A. (2018). Pelatihan penyusunan laporan keuangan dengan teknik pembukuan sederhana bagi pelaku usaha UMKM di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 6–9.
- Nasruddin, M., Fauzy, R. I., & Syah, M. A. (2024). Upaya pemberdayaan masyarakat melalui penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan aquaponic di lahan sempit perkotaan. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 308–312.
- Putra, T. S., & Rahaju, T. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui program Kampung Perikanan Budidaya di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo. *Publika*, 11(1), 1643–1654. <https://doi.org/10.26740/publika.v11n1.p1643-1654>
- Rahmi, Fitriani, R., & Amir, A. (2021). Pemberdayaan masyarakat kelompok tani tambak udang melalui teknologi kincir modifikasi di Desa Bulu Cindea Kabupaten Pangkep. *Jasintek*, 2(2), 1–7.
- Riyantoko, P. A., Fahrudin, T. M., Sa'diyah, I., Varqa Ansori, N. A., Atnanda, P. A., & Alamsyah, R. B. (2022). Pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pemasaran di Kampung Kue Surabaya. *Mitra*

Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 198–203.
<https://doi.org/10.32722/mapnj.v5i1.4529>

- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi usaha kecil menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Scabra, A. R., Marzuki, M., Setyono, B. D. H., Diniarti, N., & Mulyani, L. F. (2021). Aplikasi teknologi mikrobubble pada petani ikan nila di Desa Bayan. *Indonesian Journal of Fisheries Community Empowerment*, 1(1), 1–6.
- Setiyaningsih, L. A., & Fahmi, M. H. (2020). Penguatan community development petani nanas Desa Palaan melalui digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(2), 145–151. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i2.4361>
- Tanjung, D. S. (2024). Pelatihan marketing digital dan strategi pemasaran keripik sambal ikan teri di Kelurahan Aek Parombunan. *Wahana: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 1–8.
- Yapanto, L. M. (2025). Sistem pemasaran produk perikanan di era digital. *Abdurrauf Science and Society*, 1(3), 483–486. <https://doi.org/10.70742/asoc.v1i3.254>