



## STRATEGI MARKETING 4.0 IKAN LELE PASCA PANEN

### MARKETING STRATEGY 4.0 CATFISH POST-HARVEST

<sup>1)</sup>Nining Latianingsih<sup>1</sup>, <sup>2)</sup>Dewi Winarni Susyanti<sup>2</sup>, <sup>3)</sup>Nunung Martina, <sup>4)</sup>Iis Mariam

<sup>1)4)</sup>Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga

<sup>2)</sup>Program Studi MICE Jurusan Administrasi Niaga

<sup>3)</sup>Program Studi Teknik Kontruksi Gedung Jurusan Teknik Sipil

Politeknik Negeri Jakarta

Jalan Prof Dr. GA Siwabessy Kampus UI Depok

\*Email: [ning.latianingsih@bisnis.pnj.ac.id](mailto:ning.latianingsih@bisnis.pnj.ac.id)

### ABSTRAK

Program Pengabdian kepada masyarakat yaitu Program Penerapan Teknologi Tepat Guna kepada Masyarakat di desa Curug Kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor ini melibatkan masyarakat dalam upaya pemberdayaan masyarakat bersama Petani Ikan lele Pandemi covid 19 menjadi penyebab , beragam lini kehidupan mengalami kesulitan, bukan hanya menimbulkan masalah Kesehatan diseluruh dunia tetapi juga masalah perekonomian. Petani ikan lele berusaha untuk mempertahankan usahanya ditengah pandemic covid 19. Petani ikan lele juga kena imbasnya yang mengalami penurunan pendapatan/omzet hingga mencapai 50% lebih pada saat pandemic covid19 ini, Program PTTG ini dapat membantu untuk meningkatkan kembali pendapatan, terutama setelah pasca panen. PNJ melalui UP2M mencoba untuk memberikan solusi terhadap kendala tersebut melalui pengembangan Pemasaran serta membuat olahan berbahan dasar Ikan Lele. Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan pasca panen yaitu dalam hal marketing atau pemasaran produk olahan Ikan lele atau diversifikasi produk, melalui Website/Internet marketing 4.0, Pendirian koperasi , dapat mengembangkan usahanya serta memberikan alat penunjang untuk mempermudah dalam kegiatan produksi. Program selanjutnya ada yaitu pendampingan agar keberlanjutan dapat berjalan lebih intensif, agar bisa membawa produk mereka ke tingkat nasional. Keberlanjutan Program ini diharapkan masyarakat dapat terus menerapkan program ini sehingga ekonomi masyarakat dapat meningkat dan yang terpenting dapat memberdayakan masyarakat di diwilayah tersebut.

**Kata Kunci :** covid 19, Petani Ikan Lele, Pasca Panen, Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Internet

### ABSTRACT

*Community Service Program is a Program for The Application of Appropriate Technology to the Community in the village of Curug District Mount Sindur Bogor Regency involves the community in efforts to empower the community together with catfish farmers Pandemic covid 19 is the cause, various life lines are experiencing difficulties, not only causing health problems around the world but also economic problems. Catfish farmers are trying to maintain their business in the midst of the covid 19 pandemic. Catfish farmers are also affected by the decrease in income / turnover to reach 50% more during the covid19 pandemic, this PTTG Program can help to increase income back, especially after post-harvest. PNJ through UP2M tries to provide solutions to these constraints through marketing development and making processed catfish-based. Solutions offered for post-harvest problems, namely in terms of marketing or marketing of processed products Catfish or product diversification, through website / Internet marketing 4.0, the establishment of cooperatives, can develop its business and provide supporting tools to facilitate production activities. The next program is mentoring so that sustainability can run more intensively, in order to bring their products to the national level. The sustainability of this program is expected that the community can continue to implement this program so that the community economy can improve and most importantly can empower people in the region.*

*Keywords: , Catfish Farmers, covid 19, Community Empowerment, , , Internet Marketing, Post Harvest*

### PENDAHULUAN

Wabah pandemic Covid19 telah melanda dunia, hamper semua negeri berusaha untuk memeranginya, karena masalah pandemic covid ini tidak hanya berdampak kepada masalah kesehatan akan tetapi virus ini yang dikenal dengan covid19 telah menimbulkan masalah di sector lainnya seperti sector ekonomi. Tidak hanya pada perusahaan atau industry besar, akan tetapi pandemic ini telah membuat usaha-usaha kecil di Indonesia mulai mengalami penurunan bahkan sampai 50% lebih.

Semakin merebaknya virus corona ini membuat ekonomi masyarakat terasa semakin berat, termasuk salah satunya adalah petani ikan Lele, Mereka mengalami penurunan usaha sampai 50% lebih, dikarenakan pakan yang mahal, pasca panen hasilnya dijual sangat murah, karena sudah jarang pembeli, bahkan dijual dengan harga murah, karena terpaksa. Apalagi ditambah dengan kondisi pandemic covid 19 ini.

Unit Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (UP2M) Politeknik Negeri Jakarta mencoba untuk memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh petani ikan lele, khususnya pasca panen, yaitu dengan memberikan pengetahuan bagaimana memasarkan produk melalui website agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, pendirian Koperasi sebagai wadah/organisasi yang dapat mengelola produk pasca panen dan memberikan alat penunjang guna mempermudah dalam proses produksi.

Pelaksanaan Penerapan Teknologi Tepat Guna (PPTTG) kepada masyarakat ini UP2M bekerjasama dengan pelaku usaha petani Ikan Lele, yang terdapat di Kelurahan Gunung Sindur Kabupaten Bogor yaitu Pak Syamsudin sebagai ketua Dusun sekaligus anggota Curug Mitra mandiri serta pak Helmi Fuad Humaedi sebagai ketua kelompok curug Mutiara. Selain itu, kedua Kelompok dan Kadus tersebut juga telah memiliki beberapa anggota kelompok petani ikan Lele. Hasil pemetaan lingkungan menunjukkan bahwa usaha Petani Ikan lele tersebut beroperasi dengan memberdayakan masyarakat khususnya yang tidak memiliki pekerjaan di sekitar tempat usaha. Melihat potensi tersebut maka kegiatan ini akan diproyeksikan pada pengembangan Diversifikasi produk Ikan Lele dengan melakukan Pemasaran melalui system Internet, serta sosialisasi Pemasaran online dan offline, pelatihan, pedirian koperasi serta memberikan alat penunjang produksi.

Trategi pemasaran saat ini terus berkembang, perjalanan mengenal era *marketing* 1.0 yang berorientasi pada produk, kini dunia pemasaran sudah berkembang hingga era *marketing* 4.0. Pada era industri 4.0 sebagian besar memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada namun menurut Marketing 4.0 interaksi secara offline tetap diperlukan. Hal ini dikarenakan untuk menarik konsumen sampai pada tindakan menganjurkan itu muncul, maka tetap dibutuhkan sentuhan dari produsen untuk menghasilkan pelayanan yang maksimal. Karena itu, konsep Marketing 4.0 sendiri tidak bertujuan untuk menjatuhkan marketing offline yang mungkin sudah terbentuk (Citra Anggraini Tresyanto: 2020)

Permasalahan pada kelompok masyarakat yaitu petani ikan lele, adalah produksi ikan lele pada saat pandemic covid 19 pasca panen. Dalam rangka memberdayakan masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat di tengah pandemi covid-19 melalui pengembangan usaha Ikan Lele, maka perlu didukung sarana dan prasarana yang mencerminkan upaya pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pendapatan serta gambaran teknologi yang diterapkan dimasyarakat seperti pengembangan fungsi sarana dan prasarana pendukung untuk pengembangan usaha diversifikasi produk seperti pemberian alat penunjang. Selain itu juga, memberikan pengetahuan mengenai pembuatan website serta pemasaran dan Pendirian Koperasi.



Gambar 1.1. Diskusi Bersama Petani Ikan Lele beserta kepala Dusun Desa Curug

Sumber : data diolah, tahun 2020

- a. Tujuan dari kegiatan PPTTG ini adalah untuk memberikan solusi kepada petani ikan lele, yaitu melalui Penguatan kelompok petani ikan lele, Pengembangan Usaha Ikan Lele Pasca Panen, Diversifikasi produk (ikan lele di olah menjadi pilet, nugget, bakso, abon, krupuk dll), Pemasaran melalui teknologi 4.0, Pembuatan koperasi, Pemberian Peralatan untuk menunjang serta memudahkan dalam melakukan produksi.



## METODE

Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut adalah kelompok Petani Ikan Lele serta anggota masyarakat yang dibagi menjadi 4 perkelompok yang terdiri dari pelaku usaha ikan lele serta masyarakat usia produktif seperti RT/RW, PKK, Karang Taruna, serta masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan. Mengingat sedang dalam kondisi pandemi covid-19 dan untuk mencegah hal yang tidak diinginkan, maka pelaksanaan kegiatan tetap mengikuti anjuran pemerintah melalui penerapan protocol Kesehatan dengan menerapkan *physical distancing/social distancing*, memakai masker, cuci tangan serta membawa hand sanitizer. Metode dan tahapan dalam penerapan TTG kepada masyarakat, mulai dari identifikasi kebutuhan masyarakat, perancangan, pembuatan, uji operasi, pendampingan operasional, dan penerapan TTG tersebut kepada masyarakat/mitra, adalah sebagai berikut:

1) Tahapan 1:

Melakukan identifikasi kebutuhan masyarakat, yaitu melalui survey pendahuluan, untuk mempelajari situasi kerja petani ikan lele pasca panen, di desa curug kecamatan gunung sindur kabupaten Bogor, melalui aparatur desa serta kondisi petani ikan lele, mengajak masyarakat yang potensial untuk melakukan usaha berbasis kemitraan serta kelompok peminatan yang ada di wilayah tersebut, sehingga terkumpul peserta yang berminat terhadap salah satu produksi ikan lele serta pelatihan pemasaran melalui Internet.

2) Tahap 2;

Melalui penyaringan dengan bantuan aparatur desa dan dengan kondisi petani ikan lele terpilih masyarakat yang benar-benar mampu serta ada keinginan untuk mengembangkan usaha ikan lele pasca panen, melalui pemberdayaan masyarakat. Kemudian selanjutnya ada pelatihan, dilakukan dengan system Online dan Offline. Hanya 50% dari jumlah anggota yang diberikan pelatihan dengan system offline, dan Sebagian lagi dengan system online. Setiap kehadiran dalam pelatihan akan persiapan dan diberikan google form untuk dapat dijadikan sebagai absen kehadiran peserta dalam proses pelatihannya.

Setiap peserta wajib membawa alat tulis sendiri, dengan harapan setiap peserta / kelompok peserta/mitra dapat berpartisipasi untuk selalu hadir disetiap sesi kegiatan, karena akan ada pelatihan:

- a. Pelatihan membuat olahan dari Ikan lele yang dapat bertahan lama, misalnya disimpan di lemari pendingin untuk di jual secara online maupun offline.
- b. Pelatihan selanjutnya adalah pemasaran produk melalui online dengan menggunakan beberapa media social misalnya : dilaksanakan dengan satu system penjualan 4.0 seperti dibuat kanal untuk penjualan seperti dilakukan oleh marketplace yang sudah ada dan besar di Indonesia.
- c. Pembuatan Koperasi, dengan minimal anggota 20 orang, koperasi sebagai wadah untuk kelompok petani ikan lele, sehingga dapat dijadikan wadah organisasi dan Kerjasama antar anggota.
- d. Dilakukan pendaftaran Mereknya. Diakhir program akan diadakan monitoring dan evaluasi dari kegiatan pelatihan ini, Untuk hasil produksi akan di daftarkan hak mereknya sehingga akan dilihat keberhasilan dari program ini, diharapkan banyak kemajuan yang diperoleh sehingga akan menjawab permasalahan yang ada di masyarakat.

Teknologi yang diterapkan ke Masyarakat yaitu : membuat web jaringan bisnis melalui marketing system 4.0, Proses Pendirian Koperasi, Pemberian Peralatan : Meat Grinder, hand sealer, Chest Freezer, Oven, Pembuatan Kemasan, Merek / Logo.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat PPTTG dilaksanakan secara lincer, yaitu mulai bulan oktober dengan melaksanakan Pra kegiatan melalui survey pendahuluan, pelaksanaan dan monitoring evaluasi program PPTTG.

Faktor utama mengenai pemasaran ikan lele dan pasca panen. Mengapa ikan lele? Ikan lele merupakan salah satu jenis ikan tawar yang sangat populer di masyarakat Indonesia. Kandungan gizinya yang tinggi terutama protein, dagingnya halus, durinya teratur, dapat disajikan dalam berbagai olahan, rendah kolesterol dan harganya yang murah sehingga menjadikan ikan lele menjadi favorit di kalangan masyarakat dari kelas bawah menengah dan atas (Sulistiyowati:2020).



Gambar.1.2. Survey lanjutan sebelum pelaksanaan kegiatan  
Sumber : data diolah, tahun 2020

Solusi yang ditawarkan adalah Penguatan kelompok petani ikan lele, Pengembangan Usaha Ikan Lele Pasca Panen, Diversifikasi produk (ikan lele di olah menjadi pilet, nugget, bakso, abon, krupuk dll), Pemasaran melalui teknologi 4.0, Pembuatan koperasi, Pemberian Peralatan untuk menunjang serta memudahkan dalam melakukan produksi. Dan pembuatan Kemasan, Logo/Merek.

Marketing 4.0 sendiri berbeda dari jenis marketing 1.0, marketing 2.0 dan marketing 3.0. Hal yang membedakan keempatnya jenis marketing ini adalah tentang fokus pemasarannya. *Marketing* 4.0 merupakan pendekatan pemasaran yang menggabungkan antara offline dengan online terjadi antara penjual dan konsumen. *Marketing* 4.0 merupakan pendekatan terbaru, tujuan utamanya adalah untuk memenangkan advokasi antaran konsumen dengan kebutuhan teknologi yang dibutuhkan untuk saling melengkapi. Kemajuan teknologi memang memungkinkan kita melakukan pemasaran secara *online* sehingga lebih mudah dan dapat menysasar pelanggan lebih luas. Namun interaksi secara *online* saja tidaklah cukup (jurnal *entrepreneur*:2020) Dahulu pada *customer path* dikenal dengan 4A, yakni *Aware*, *Attitude*, *Act*, dan *Act Again*. Maka *customer path* pada era *marketing* 4.0 telah berubah menjadi 5A, yakni *Aware*, *Appeal*, *Ask*, *Act*, dan *Advocate*. Sementara marketing 4.0 memanfaatkan konektivitas antara mesin dan kecerdasan buatan untuk meningkatkan produktivitas pemasaran sambil meningkatkan konektivitas antar manusia untuk memperkuat keterlibatan pelanggan.( Nur Lella Junaedi:2020).

Ikan Lele merupakan salah satu ikan air tawar yang paling banyak dibudidayakan. Bogor merupakan kabupaten dan kota yang memiliki potensi cukup besar untuk budidaya Lele. Hal ini dikarenakan konsumsi ikan Lele cukup banyak diserap oleh wilayah DKI Jakarta dan kota Bogor menjadi penyediannya. (Raissa Rahmaditya Rabilla: 2018)

Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat sangat antusias sampai acara sosialisasi serta pengenalan kegiatan dari Direktur PNJ, Kemenristek, Kepala Desa serta tokoh Masyarakat dan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Program PPTTG Politeknik Negeri Jakarta .



lele mempunyai daging yang tebal, memiliki serat kasar dan tidak mengandung banyak duri (Aliyah:2016)



Gambar 1.5 Demo masak siamay dan baso dan Foto Bersama peserta 50% online/offline  
Sumber : data diolah tahun 2020

Luaran Capaian kegiatan yang dihasilkan dari kegiatan PPTTG adalah Publikasi ilmiah pada jurnal, pemakalah dalam pertemuan ilmiah, Hak Cipta atas buku, dan merek dari koperasi dan produk, TTG, Website Sistem Pemasaran Melalui 4.0 Melalui Web Petani Ikan Lele, Artiel Jurnal (seminar nasional dan jurnal pengabdian kepada masyarakat), Draft Buku Ajar, draft koperasi, Pembuatan Video di Upload di Youtube, Media Massa Depok.com, harian pelita On Line dll.

Berdasarkan hasil monev yang dilaksanakan kepada kelompok Petani Ikan Lele, sudah pada tarap persiapan pembuatan produk serta persiapan pendirian koperasinya, sedang diupayakan secepatnya agar segera bisa mengantisipasi pandemic covid 19.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan Kegiatan PPTTG dapat terlaksana dengan baik untuk mengantisipasi permasalahan yang ada di kelompok petani ikan Lele di desa Curug kecamatan Gunung sindur kabupaten Bogor. Masyarakat petani ikan lele beserta kelompok masyarakat, sangat antusias mengikuti kegiatan ini.

Solusi yang ditawarkan adalah program PPTTG melalui kegiatan, koperasi, penjualan melalui strategi marketing 4.0, pembuatan system keuangan serta pengolah lele dalam berbagai macam produk. Sehingga Petani ikan Lele dapat meningkatkan penghasilannya dengan solusi yang ditawarkan oleh Politeknik Negeri Jakarta melalui Program PPTTG dan menjadi kegiatan ini berkesinambungan dengan adanya Lembaga koperasi yang menjadi wadah untuk kegiatan kelompok masyarakat

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, R., 2015, Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung), Jurnal Perikanan Kelautan, vol 6(2): 78-84 diakses 21 November 2020.
- Citra Anggraini Tresyanto. 2020. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 9.4 (2020):341-356. Bali : Udayana
- Jurnal entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/menaklukkan-pemasaran-digital-dengan-marketing-4-0/>. Diakses tanggal 20 november 2020.
- Mengenal Marketing 4.0, Strategi Pemasaran Baru di Era Digital. 2019. <https://glints.com/id/lowongan/apaku-mengenal-marketing-4-0/#.X7sfnmgzbiU> diakses tanggal 20 November 2020.
- Nur Lella Junaedi. 2020. Mengetahui marketing 4.0 dan pengaruhnya dalam pemasaran digital. <https://www.ekrut.com/media/marketing-4-0> diakses tanggal 20 november 2020.
- Raissa Rahmaditya Rabilla dkk. 2018. Strategi Pemasaran Lele Sangkuriang Organik Surya Kencana Farm Kota Bogor. Jurnal Manajemen IKM, September 2018 (137-142). Vol. 13 No. 2 ISSN 2085-8418; EISSN 2622 9250 <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/> diakses tanggal 20 November 2020.
- Sundari, R. S., Kusmayadi, A., Umbara, D.S., 2017, Komparasi Nilai Tambah Agroindustri Abon Ikan Lele dan Ikan Patin di Tasikmalaya, Jurnal Pertanian Agros, vol. 19(1): 45-54 e-ISSN 2528-<file:///C:/Users/user/Downloads/14019-32915-1-PB.pdf>. 1488. Diakses tanggal 21 November 2020.



- Sulistiyowati.2020. Strategi Pemasaran Ikan Lele “UD Sendang Endah” Di Pasar Rejomulyo Semarang. <http://www.jurnalkampus.stipfarming.ac.id/index.php/am/article/viewFile/197/165> diakses tanggal 20 November 2020.
- (a) **Contoh penulisan jurnal dengan Digital Object Identifier (doi)**  
Herbst-Damm, K. L., & Kulik, J. A. (2005). Volunteer support, marital status, and the survival times of terminally ill patients. *Health Psychology*, 24(1), 225-229. <http://dx.doi.org/10.1037/0278-6133.24.2.225>
- (b) **Contoh penulisan artikel majalah**  
Chamberlin, J., Novotney, A., Packard, E., & Price, M. (2008, May). Enhancing worker well-being: Occupational health psychologists convene to share their research on work, stress, and health. *Monitor on Psychology*, 39(5). 26-29.
- (c) **Contoh penulisan artikel majalah online**  
Clay, R. (2008, June). Science vs. ideology: Psychologists fight back about the misuse of research. *Monitor on Psychology*, 39(6). Diunduh dari: [http://www.apa.org/monitor/ tanggal 10 Agustus 2012](http://www.apa.org/monitor/tanggal 10 Agustus 2012).
- (d) **Contoh penulisan artikel koran tanpa penulis**  
Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). *OJJDP News @ a Glance*. Diunduh dari: [http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news\\_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012](http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012)
- (e) **Contoh penulisan tesis atau disertasi yang tidak dipublikasikan**  
Rimawati, A. B. (2010). *Model teoretik prasangka sosial*. (Disertasi tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- (f) **Contoh penulisan buku**  
Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi (ed.2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- (g) **Contoh penulisan buku dengan editor**  
Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. Dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (hlm. 183-223). New York: Wiley.
- (h) **Naskah dari universitas yang tidak dipublikasikan**  
Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Naskah tidak dipublikasikan, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.