at-tamkin
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
http://ejournal.uniramalang.ac.id/attamkin/

Volume 1 No. 2 Oktober 2018

KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT DENGAN KREATIFITAS DAN DIVERSIFIKASI HASIL LAUT DI DESA BRANTA TINGGI PAMEKASAN

Agus Sugiono[1] , Aminatus Zakhra[2]
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Madura
e-mail: [1]agusuimak@fe.uim.ac.id,
e-mail: [2]zakhra1982@gmail.com

Info Artikel
Diterima: September 2018
Disetujui: Agustus 2018
Dipublikasikan: Oktober 2018

Kata Kunci:
Pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan, Industri rumah tangga, Kemandirian Ekonomi

Abstrak

Mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat nelayan khususnya di Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan dilakukan dengan berbagai solusi, diantaranya memberikan berbagai pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan. Hasil yang dicapai dari kegiatan pelatihan (kewirausahaan, manajemen usaha dan manajemen pemasaran) sangat memuaskan karena sebagian besar peserta termotivasi untuk melakukan kegiatan wirausaha dengan mendirikan industri rumah tangga yang berbasis pada industri pengolahan hasil laut. Sedangkan pada kegiatan pendampingan dan pemberdayaan hasil yang dicapai dapat diketahui dengan semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki oleh peserta pelatihan khususnya KUB Rajawali dan Poklahsar Mutiara yang telah dapat memproduksi, mengolah, mendiversifikasi dan memasarkan produk olahan hasil lautnya kepada konsumen melalui super market dan gerai produk oleh-oleh khas Madura. Berdasarkan hasil survey kuantitatif, untuk *training* (motivasi) wirausaha dari 20 peserta sebanyak 70% atau 15 orang menilai sangat penting dan sisanya sebanyak 5 peserta atau 30% menilai penting. Untuk pelatihan manajemen usaha sebanyak 17 orang atau 85% menilai sangat penting dan 3 orang atau 15% menilai penting. Sedangkan untuk pelatihan manajemen pemasaran sebanyak 16 orang atau 80% menilai sangat penting dan sisanya 4 peserta atau 20% menilai penting.

© 2018 LPPM Unira Malang

Alamat korespondensi:
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Madura
e-mail: agusuimak@fe.uim.ac.id

p-ISSN: 2621-2765
e-ISSN: 2621-3532

p-ISSN: 2621-2765
e-ISSN: 2621-3532

1.1. ANALISIS SITUASI

Kemandirian ekonomi masyarakat khususnya masyarakat nelayan sampai saat ini harus terus dikembangkan karena masih dipandang sebagai masyarakat yang marginal. Gejala marginalisasi tersebut merupakan konsekwensi dan orientasi pembangunan yang tidak melihat ke laut dan lebih menyukai pembangunan daratan. Dengan demikian masyarakat nelayanpun dengan sumber daya perikanannya belum dilihat sebagai potensi pembangunan nasional yang produktif. Kelalaian ini telah mengakibatkan timbulnya marginalisasi masyarakat di wilayah pesisir (Kusnadi, 2002). Masyarakat pesisir (nelayan) yang sebagian besar menggantungkan hidupnya pada sumber daya laut sangat kurang mendapat perhatian program pemberdayaan masyarakat. Kesenjangan perhatian terhadap pemberdayaan pada wilayah kelautan bukan tidak menimbulkan persoalan dalam pemerataan pembangunan di Indonesia. Masyarakat pesisir (Nelayan) seringkali dipandang sebagai sebuah komunitas yang terbelakang ataupun terisolasi sehingga menyebabkan kehidupan mereka yang kurang sejahtera. Mengatasi hal tersebut, kita seharusnya membekali mereka dengan berbagai pengetahuan dan keterampilan serta menjadikan mereka sebagai kelompok masyarakat yang terampil, berkeahlian, kreatif serta mempunyai jiwa wirausaha.

Kelompok usaha bersama (KUB) RAJAWALI dan Kelompok Pengolah dan Pemasar (POKLAHSAR) MUTIARAyang berada di Dusun Gedongan Desa Branta Tinggi Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan merupakan kelompok usaha gabungan dari beberapa masyarakat yang mempunyai profesi sebagai seorang nelayan dan mempunyai kreatifitas dan semangat yang tinggi untuk mandiri. KUB Rajawali yang berprofesi sebagai nelayan melakukan kegiatannya dengan menangkap ikan dan mencari sumber daya laut lainnya, sedangkan POKLAHSAR Mutiara bertugas mengolah dan memasarkan hasil tangkap dan sumber daya laut lainnya. Setiap hari mereka melakukan kegiatan menangkap ikan (hasil laut) dan kemudian mengolahnya serta memasarkan hasil (produk)nya pada masyarakat sekitarnya pula. Beberapa hasil tangkap yang dikelola diantaranya ikan asin, cumi-cumi kering, terasi udang, krupuk udang, rambak ikan laut (*te ponteh*), kerupuk ikan dsb yang semuanya mereka kelola dengan tradisional dan dipasarkan dalam pasar-pasar lokal. Produk-produk hasil tangkap yang dihasilkan olek KUB RAJAWALI dan POKLAHSAR MUTIARA ini sebenarnya bisa menembus pasar nasional maupun internasional bila dikelola dengan baik dan profesional, namun keterbatasan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat mereka hanya mengelola dan memasarkannya melalui pasar-pasar lokal dan tradisional. Untuk lebih

mengembangkan usaha ini diperlukan adanya tenaga-tenaga profesional yang memahami tentang dunia usaha, manajemen dan pemasaran.

1.2. PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan analisis situasi yang terjadi di lapangan, maka dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang terjadi pada mitra, diantaranya:

1. **Kurangnya semangat jiwa berwira usaha**

KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara sebenarnya sudah melakukan kegiatan berwirausaha dengan meakukan kegiatan menangkap ikan dan kemudian mengolah kembali sehingga menjadi produk yang lain, namun demikian semangat berwirausaha yang maksimal belum mereka lakukan. Hal ini terbukti dengan pengolahan dan penjualan hasil laut (tangkap) mereka yang belum dikembangkan secara maksimal. Pengolahan hasil tangkap apabila dikelola dengan sebaik-baiknya dapat menambah nilai guna sehingga dapat menambah *income* bagi mereka. Salah satu contoh kurang maksimalnya pengelolaan mereka adalah pada teknik pembungkusan/pengemasan ikan asin yang hanya seadanya menyebabkan hasil produksinya terjual murah, padahal apabila dikelola dengan baik akan menghasilkan nilai ekonomis yang lebih tinggi.

2. **Kurangnya tenaga profesional untuk mengembangkan hasil laut dan diversifikasi produk**

KUB Rajawali dan Poklahsar Mutiara sampai saat ini memanfaatkan hasil tangkap dan produknya dengan jalan tradisional. Produk ikan asin lidah mayang sari yang sejatinya dapat menembus pasar nasonal maupun internasional hanya dilakukan secara tradisional. Hal ini disebabkan karena kurangnya tenaga profesional yang dapat mengembangkan hasil laut dan produknya. Beberapa produk lain juga perlu dikembangkan misalnya krupuk rambak ikan laut *(teh ponteh)* yang sampai saat ini masih dikelola dan dipasarkan dengan tradisional dan beberapa produk-produk hasil laut yang lain yang perlu untuk dikembangkan sehingga mempunyai nilai jual yang tinggi.

3. **Keterbatasan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dalam memasarkan produk**

Pemasaran produk suatu barang saat ini berhubungan erat dengan ilmu pengetahuan dan Teknologi. Pemasaran produk melalui jaringan internet *(on line)* sangatlah penting guna memberikan informasi atas keberadaan barang tersebut pada konsumen. Saat ini penjualan produk yang dilakukan oleh KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara masih dilakukan secara tradisional dan apa adanya. Produk-produk tersebut hanya dijual di pasar-pasar tradisonal dengan kemasan sederhana

sehingga terkesan kurang menarik dan tidak dapat menembus pasar-pasar dengan konsumen kelas menengah padahal produk yang dihasilkan sangat langka dan dicari banyak orang.

4. Kurangnya inovasi dan kreasi produk yang ada

Inovasi dan kreasi terhadap sebuah produk (barang) sangat penting untuk selalu ditingkatkan agar lebih menarik dan diminati oleh konsumen. Munculnya produk yang penuh inovasi dan kreasi sangatlah ditunggu oleh konsumen. Saat ini KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara seringkali menjual produknya secara langsung (tanpa menambah kreasi dan inovasi-inovasi baru), bahkan seringkali ia menjual secara langsung hasil lautnya tanpa mendiversifikasi kembali. Hal ini menyebabkan pendapatan mereka jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan mengolah terlebih dahulu dengan kreasi dan inovasi yang lebih baik dan diminati oleh konsumen.

2.1. SOLUSI

2.1. SOLUSI PERMASALAHAN MITRA

Mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat dengan kreatifitas dan diversifikasi hasil laut di Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan, tentunya mempunyai banyak permasalahan. Ada beberapa solusi dalam mengatasi permasalan ini, diantaranya:

1. Training / motivasi semangat berwirausaha

Wirausaha merupakan pengambilan resiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan inovatif sehingga usaha yang dikelola menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan persaingan (Yusuf, 2006). Ada beberapa kiat sukses dalam berwirausaha, diantaranya: komitmen terhadap usaha, berbagi keuntungan dengan semua yang terlibat, motivasi mitra, membangun komunikasi dengan mitra, menghargai semua orang yang terlibat, rayakan keberhasilan usaha, dengarkan setiap orang yang terlibat, lampau harapan pelanggan, berbeda cara dengan yang lain (Walton dan Huey, 1992). Ada beberapa kiat yang perlu dimiliki untuk menjadi wirausaha sukses, diantaranya: Yakin terhadap masa depan, mampu mengelola, memiliki pengetahuan dan keterampilan, mempunyai sikap mental, mampu berorganisasi dan bekerja sama, adanya keinginginan yang kuat dan matang untuk berwirausaha, mempunyai kemampuan untuk melakukan promosi dan mampu membuat perencanaan bisnis. Sedangkan karakteristik (sifat) yang perlu dimiliki oleh seorang wirausaha adalah: memiliki tanggung jawab atas usaha yang dimilikinya, percaya diri akan kemampuan dirinya untuk berhasil, berorientasi ke masa depan (perspektif dan memiliki wawasan jauh ke depan), memiliki semangat kerja dan kerja keras untuk

mewujudkan keinginannya untuk masa depan yang lebih baik, memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan niali tambah, selalu menilai prestasi dengan uang, Scarborough dan Zimmeree, (1993). Dalam upaya menciptakan atau menggugah semangat berwirausaha pada KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara diperlukan adanya training dan motivasi sehingga nantinya mereka mempunyai karakteristik dan sifat-sifat seorang wirausahawan,

2. Pendampingan dan Pemberdayaan Diversifikasi hasil laut (Produk)

Hasil laut merupakan potensi alam yang senantiasa dapat dikembangkan sebagai Sumber Daya Alam (SDA) produktif. Diversifikasi hasil laut (produk) merupakan upaya untuk mengolah kembali hasil laut menjadi produk baru sehingga mempunyai nilai guna (nilai ekonomis yang tinggi). Untuk itu pendampingan dan pemberdayaan diversifikasi hasil laut (produk) sangat perlu dilakukan. Masyarakat Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan saat ini lebih suka menjual hasil lautnya begitu saja tanpa mendiversifikasinya kembali menjadi produk baru dan lebih dibutuhkan oleh pasar.

3. Pelatihan dan pendampingan manajemen usaha

Beberapa upaya yang perlu dilakukan untuk memulai usaha diantaranya: mulailah dengan bisnis yang kecil dan prospektif, produk yang spesifik (unik, sulit ditiru, dan mempunyai keunggulan bersaing), *scope* bisnis harus sesuai dan tidak jauh dari pengalaman (latarbelakang dan keahlian yang dimiliki), harus selalu menyesuaikan dengan perubahan, dan carilah peluang yang tepat untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Adapun hambatan-hambatan yang seringkali muncul dalam melakukan usaha antara lain: hambatan mental lahir dan batin (biasanya berupa status, jabatan, penghasilan dan penampilan), tidak berani mengambil resiko, keterbatasan modal dan dana, maunya hanya untung besar dan tidak mau dimulai dari kecil, patah semangat (tidak mau mencoba lagi), takut gagal. Dalam upaya mngatasi semua hambatan-hambatan yang berhubungan dengan dunia usaha ini, KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara perlu diberikan pelatihan-pelatihan tentang manajemen usaha agar mampu berkarya dan akhirnya tercipta kemandirian ekonomi.

4. Pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran

Pemasaran adalah suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha guna pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli dan hbmerupakan kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, berkembang dan meningkatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran

harus memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (Dharmmesta dan Handoko, 1982). Dalam kegiatan pemasaran dikenal dengan 4P yaitu *Produt* (barang), *Price* (harga), *Placement* (tempat) dan *Promotion* (promosi).

KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara sampai saat ini dalam memasarkan produksinya masih perlu adanya pembinaan-pembinaan guna meningkatkan kualitas, kuantitas serta pangsa pasar yang lebih kompeten. Adanya pelatihan tentang manajemen pemasaran ini diharapkan mampu mengubah gaya pikir dan teknik-teknik pemasaran yang selama ini masih ketinggalan. Misalnya tentang penentuan harga barang serta penentuan tempat promosi yang selama ini masih terbatas pada pasar tradisional.

3. METODE PELAKSANAAN

3.1. METODE PENDEKATAN

Mengembangkan kemandirian ekonomi masyarakat dengan kreatifitas dan diversifikasi hasil laut masyarakat Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan dapat dilakukan dengan berbagai pelatihan, pendampingan dan motivasi-motivasi yang dapat merubah menset dan gaya pikir. Langkah pertama yang akan dilakukan dalam program (kegiatan) ini dengan memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Branta TinggiTlanakan Pamekasan (KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara). Tujuan dari kegiatan ini adalah adanya training, transfer ilmu pengetahuan dan teknologi serta menambah wawasan mereka tentang wirausaha, manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen usaha, diversifikasi produk dll.

3.2. PROSEDUR KERJA

Prosedur kerja yang dilakukan pada program (kegiatan) ini dimulai dari survey lapangan terhadap mitra yang dipilih (KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara) dan kemudian dilakukan pendekatan sambil melakukan sosialisasi dan kerjasama terhadap program (kegiatan) yang dilakukan. Langkah berikutnya diadakan training (motivasi), pelatihan dan pendampingan terhadap kedua mitra yang telah dipilih. Untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan motivasi dan pelatihan akan selalu dilakukan evaluasi-evaluasi kinerja secara terpadu baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Selanjutnya dilakukan pendampingan dan pemberdayaan terhadap mitra mulai dari proses produksi (pengolahan dan diversifikasi) sampai pemasaran produk baik pasar tradisional (pasar lokal dan desa) maupun pasar modern (pasar *on line* dan *super market*).

3.3. PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan merupakan langkah awal dari tahapan pelaksanaan yang akan dilakukan. Ada beberapa

kegiatan yang akan dilakukan dalam kegiatan ini, yaitu:

1. **Melakukan *Training* (motivasi) berwirausaha.**

Kegiatan ini dilakukan dalam rangka menumbuhkan semangat berwirausaha bagi masyarakat pesisir Pamekasan khususnya KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara yang selama ini belum dilakukan secara maksimal. Tujuan akhir dari kegiatan ini adalah tumbuhnya kesadaran masyarakat Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan untuk mengembangkan wirausaha.

2. **Melakukan Pendampingan dan Pemberdayaan diversifikasi Hasil Laut (Produk).**

Diversifikasi hasil laut (produk) dilakukan dalam upaya mengembangkan produk yang telah dihasilkan oleh masyarakat Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan. Kegiatan ini akan dilakukan dengan mendatangkan para pakar (ahli) yang menguasai tentang pelatihan produk hasil laut baik dari Dinas kelautan dan Perikanan, praktisi maupun unsur dosen (akademik). Pelatihan akan dilakukan beberapa hari sedangkan pendampingan akan tetap dilakukan selama mitra masih membutuhkan.

3. **Melakukan Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha.**

Kegiatan ini dilakukan dalam upaya memajukan usaha yang telah dilakukan oleh mitra. Kegiatan yang akan dilakukan dalam tahapan ini dengan memberikan pelatihan tentang bagaimana cara memulai usaha, kiat agar usaha maju serta bagaimana mengatasi masalah dalam dunia usaha. Pelatihan akan dilakukan beberapa hari sedangkan pendampingan akan dilakukan sampai mitra benar-benar memahami tentang dunia usaha yang digelutinya.

4. **Melakukan Pelatihan dan Pendampingan tentang Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran sangat penting dalam upaya memajukan dan menjamin keberlangsungan dunia usaha. Pada tahapan ini rencana kegiatan yang akan dilakukan yaitu dengan memberikan pelatihan kepada mitra tentang bagaimana memasarkan sebuah produk dan kemudian akan memberikan pendampingan untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh mitra baik pada pasar tradisional (pasar lokal dan pasar desa) maupun pada pasar *modern* (pasar *on line* dan *super market*).

4. HASIL YANG DICAPAI

Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan tema kemandirian ekonomi masyarakat dengan kreatifitas dan diversifikasi hasil laut di Desa Branta Tinggi Pamekasan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan mendapatkan tanggapan yang positif dari segenap elemen masyarakat terutama Kelompok Usaha Bersama (KUB) Rajawali dan Kelompok Pengolah dan Pemasar (POKLAHSAR) Mutiara. Kegiatan tersebut dilakukan secara rutin yang terdiri dari *training* (motivasi) pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan. Adapun hasil dan luaran

yang dicapai dari setiap permasalahan adalah sebagai berikut:

4.1. Masalah kurangnya semangat dan jiwa berwira usaha.

Pada awalnya para peserta (masyarakat) yang terdiri dari KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara kurang semangat dalam melakukan kegiatan wirausaha. Hal ini disebabkan karena kurangnya ilmu pengetahuan yang mereka miliki tentang dunia usaha. Setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan tentang wirausaha mereka akhirnya termotivasi untuk berwirausaha. Untuk membangkitkan motivasi para peserta dalam berwirausaha, kami memulainya dengan kisah sukses para wirausahawan. Kisah para wiausahawan yang memulai usahanya dari usaha kecil-kecilan yang kemudian berkembang menjadi usaha besar dan sukses banyak menginspirasi peserta untuk melakukan kegiatan wirausaha. Dalam kegiatan tersebut kami memaparkan tentang karakter, ciri-ciri dan sifat para wirausahawan, diantaranya harus berjuang dengan gigih supaya mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan, percaya diri, selalu optimis dan selalu melihat peluang yang tidak dapat dilihat orang lain. Untuk lebih meyakinkan bahwa masyarakat Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan sangat cocok untuk berwirausaha karena letaknya yang berada di pesisir dan mempunyai potensi laut yang melimpah ruah, kami juga membawakan beberapa contoh hasil *home industry* (olahan hasil laut) yang berasal dari daerah lain yang pemasarannya sudah masuk di super market-super market dan pasar on line sebagai daya tarik (motivasi) bagi mereka agar semangat dalam berwirausaha.

Dari hasil kegiatan di lapangan dapat diketahui sebenarnya masyarakat Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan khususnya KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara mempunyai banyak keterampilan dan kreatifitas dalam mengolah hasil laut, namun karena mereka tidak memahami prospek dan masa depan wirausahawan akhirnya mengabaikan keahliannya *(skill)* yang mereka miliki. Pengalaman mengolah hasil tangkapannya yang dilakukan bertahun-tahun merupakan modal utama dalam menumbuhkembangkan minat mereka untuk berwirausaha. Banyak para peserta sebenarnya mempunyai keinginan untuk mengembangkan pengetahuan yang mereka miliki dalam mengolah hasil laut namun tidak tahu harus dimulai dari mana untuk menjadi seorang wirausahawan. Dengan kegiatan *training* (motivasi) semangat berwirausaha ini kami mencoba memaksimalkan potensi wirausaha masyarakat dengan berbagai macam kreatifitas dan diversifikasi hasil laut.

Kegiatan*Training* (motivasi) wirausaha ini membuahkan hasil sesuai yang diharapkan karena dari 20 peserta sebanyak 70% atau 15 orang menilai sangat penting dan sisanya 30% atau 5 orang menilai kegiatan ini penting. Antusiasme para peserta juga dibuktikan dengan semangatnya mereka

membuat produk-produk olahan hasil laut seperti rambak kulit ikan buntal, krupuk ikan teri, krupuk ikan belut, ikan asin kurisi, terasi udang, petis ikan, abon ikan, krupuk ikan kurisi, ikan asin lidah dan sebagainya. Berbagai olahan hasil laut ini mereka dapatkan dari hasil tangkapannya yang semula mereka jual begitu saja tanpa diolah kembali sehingga tidak mempunyai nilai ekonomis yang tinggi.Ide-ide kreatifitas dan diversifikasi hasil laut yang kami sampaikan dalam kegiatan ini dicerna dengan baik oleh seluruh peserta. Berikut ini tabel umpan balik terhadap materi Training (Pelatihan) Wirausaha yang diberikan:

Tabel 1 (Variabel Umban Balik Training (Pelatihan) Wirausaha

Materi (Variabel Umpan balik)	Skala	Jumlah Peserta (Orang)	Prosentase (%)
Training (Pelatihan) Wirausaha	Tidak Penting	0	0%
	Kurang Penting	0	0%
	Penting	5	30%
	Sangat Penting	15	70%

Pelatihan (Training) kewirausahaan dinilai sangat penting bagi mereka karena selain meningkatkan motivasi untuk berwirausaha, mereka juga menemukan jalan keluar untuk memulai wirausaha. Berbagai pengetahuan, ilmu dan keterampilan yang didapatkan dalam kegiatan ini merupakan modal awal bagi mereka untuk melakukan kegiatan wirausaha di bidang industri rumah tangga. Sebagian dari peserta pelatihan sebetulnya sudah pernah melakukan kegiatan wirausaha, namun karena kurangnya ilmu pengetahuan terutama dalam hal pemasaran produk, akhirnya mereka tidak melanjutkan usahanya. Melalui pelatihan, training dan motivasi berwirausaha ini kami mencoba untuk memberikan solusi terhadap segala permasalahan yang dihadapi oleh peserta pelatihan. Solusi yang kami berikan dalam kegiatan ini tergantung pada masalah yang dihadapi peserta. Pada umumnya para peserta tidak berminat untuk mengembangkan wirausaha karena tidak tahu harus dimuai dari mana untuk membangun sebuah usaha, pendapatan yang tidak mementu serta keterbatasan modal usaha untuk mengolah hasil laut, namun yang paling banyak permasalahannnya pada pemasaran produk hasil olahan dan menghadapi persaingan harga dari produk-produk olahan hasil laut dari daerah-daerah lain (luar Madura), terlebih produk-produk olahan hasil laut yang dikeluarkan oleh perusahaan-perusahaan besar yang telah menggunakan teknologi canggih.

4.2. Masalah kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha

Manajemen usaha atau *business management* adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, staff dan mengendalikan kegiatan berbagai sumber daya dalam organisasi melalui usaha manusia sistemik, terkoordinasi dan kooperatif untuk mencapai tujuan organisasi. Ada 4 hal yang harus ditempuh bagi calon pengusaha dalam mencapai puncak sukses, yaitu perencanaan yang tepat, persiapan yang matang, pelaksanaan yang baik, dan pantang menyerah (William, 2004).

Banyak hal dan manfaat yang dapat diambil dalam kegiatan ini, diantaranya adalah para peserta mengetahui tentang bagaimana memulai suatu usaha, mencari peluang-peluang usaha, menghadapi persaingan dalam dunia usaha serta hambatan-hambatan yang perlu dihadapi dalam melakukan usaha. Dalam kegiatan ini para peserta diberikan pelatihan bagaimana memulai sebuah usaha dan menjalankannya. Selain itu pendampingan dan pemberdayaan terus kami lakukan dalam upaya meningkatkan semangat mereka untuk selalu berkreasi dan berinovasi dalam mengembangkan produk olahan hasil laut. Potensi sumber daya laut yang ada di Branta Tinggi ini merupakan potensi yang dapat dikembangkan untuk menciptakan usaha-usaha baru. Para peserta pelatihan diberikan pemahaman bahwa untuk memulai sebuah usaha perlu dimulai dari bisnis kecil dan prospektif (unik, sulit ditiru dan mempunyai keunggulan bersaing) dan sesuai dengan latar belakang dan keahlian yang dimiliki. Bagi peserta pelatihan (KUB Rajawali dan POKLAHSAR Mutiara), hal ini menjadi ilmu pengetahuan baru dalam rangka mengembangkan usahanya. Dalam kegiatan ini juga para peserta diberikan pemahaman tentang hambatan-hambatan menjalankan sebuah usaha diantaranya: takut gagal, penghasilan yang tak menentu, kurangnya modal usaha, tidak berani mengambil resiko, dsb. Pada saat waktu tanya jawab (diskusi) banyak peserta yang bertanya tentang bagaimana mengatasi hambatan-hambatan yang sering kali muncul dalam pikiran mereka seperti kesulitan dalam memasarkan produk pada super market-super market dan pasar *on line.* Kurangnya pengetahuan tentang pengemasan termasuk ijin usaha, ijin industri rumah tangga dari Dinas terkait juga menjadi bahasan penting dalam kegiatan ini.

Hasil akhir dari pelatihan ini para peserta sepakat untuk mencoba memulai usahanya dari usaha kecil-kecilan sesuai dengan kemampuan dana dan waktu yang mereka miliki. Namun demikian mereka juga terobsesi agar usahanya suatu saat berkembang menjadi usaha berskala besar. Berdasarkan hasil survey dari 20 peserta sebanyak 17 orang atau 85% menilai sangat penting diadakannya pelatihan ini dan 3 orang atau 15% menilai penting.

Tabel 2 (Variabel Umban Balik Training (Pelatihan) Manajemen Usaha

Materi (Variabel Umpan balik)	Skala	Jumlah Peserta (Orang)	Prosentase (%)
Training (Pelatihan) Manajemen Usaha	Tidak Penting	0	0%
	Kurang Penting	0	0%
	Penting	3	15%
	Sangat Penting	17	85%

Setelah dilakukannya pelatihan ini sebagian besar peserta telah mencoba melakukan kegiatan usaha berupa produksi olahan hasil laut. Dengan penuh semangat mereka mencoba memulai usahanya sesuai dengan *skill* (keahlian) yang mereka miliki, waktu serta dengan keterbatasan modal menjadi Industri Rumah Tangga. Selain kegiatan pelatihan tersebut diatas pendampingan dan pemberdayaan dalam manajemen usaha ini terus kami lakukan sampai akhirnya mereka bisa mengembangkan usahanya menuju usaha yang lebih besar dan mandiri secara ekonomi. Sampai saat ini sebagian besar anggota pelatihan sudah melakukan usaha olahan hasil laut dengan kategori UKM untuk Industri Rumah Tangga (IRT).

4.3. Masalah Kurangnya Ilmu Pengetahuan Terhadap Manajemen Pemasaran.

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan (Kotler, 2009). Konsep manajemen pada hakekatnya mencakup upaya dan strategi yang ditempuh manajemen dalam rangka mencapai tingkat kepuasan konsumen. Dalam rangka mencapai hasil yang maksimal dalam kegiatan ini kami berupaya membekali para peserta pelatihan dengan ilmu (teori-teori) tentang majemen pemasaran serta berupaya mengaplikasikannya terhadap produk-produk yang ada. Dalam kegiatan pelatihan ini, para peserta awalnya dibekali ilmu pengetahuan tentang pemasaran sebuah produk. Setelah mereka memahami secara teori (konsep), kemudian mereka diberikan waktu untuk berdiskusi tentang kesulitan-kesulitan mereka dalam memasarkan produk yang mereka miliki. Diantara peserta pelatihan sebagian besar mereka bertanya (berdiskusi) tentang kesulitan-kesulitan dalam memasarkan produk-produk mereka. Selain merasa kesulitan untuk memasarkan produknya pada super market-super market yang ada di sekitarnya, mereka juga mengalami kesulitan karena produk yang dibuatnya merupakan produk makanan siap saji yang akan usang dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama. Selain itu sistem konsinyasi yang diberikan oleh toko (super market)

yang ada membuat mereka kesulitan dalam hal permodalan karena harus membutuhkan dana yang lebih besar.

Salah satu konsep penting dalam manajemen pemasaran sebuah produk industri rumah tangga menurut pemateri adalah masalah pengemasan. Pengemasan ini seringkali dianggap sepele oleh pelaku industri rumah tangga, namun sebenarnya laku tidaknya sebuah produk juga dipengaruhi oleh model pengemasan. Semakin menarik sebuah pengemasan produk industri rumah tangga, biasanya semakin banyak peminatnya. Dalam hal pengemasan ini para peserta pelatihan diberikan contoh-contoh pengemasan untuk industri rumah tangga yang sudah maju dan dikenal konsumen serta diberikan pelatihan tentang secara teknis tentang pengemasan produk industri rumah tangga agar menarik hati konsumen. Para peserta dapat dengan mudah memahami tata cara (teknis) mengemas produksi industri rumah tangga agar menarik dan memikat hati konsumen. Dalam pelatihan ini juga disampaikan oleh pemateri bahwa salah satu hal penting apabila kita ingin memasarkan produk yang kita miliki adalah hendaknya kita mengikuti aturan yang telah ditetapkan baik oleh pemilik super market maupun pemerintah terlebih lagi konsumen yang kita bidik. Kalau dalam industri rumah tangga, hal yang penting untuk kita penuhi adalah adanya ijin dari Dinas Kesehatan berupa P-IRT (Perijinan untuk Industri Rumah Tangga). Dalam kegiatan tersebut para peserta memahami tentang konsep-konsep dalam manajemen pemasaran dan mencoba mengaplikasikan apa yang mereka ketahui agar usaha yang ditekuninya semakin berkembang.

Selain mengadakan pelatihan secara formal dalam hal manajemen pemasaran kami senantiasa melakukan pendampingan dan pemberdayaan agar hasil produksi para peserta (anggota) terpasarkan secara maksimal. Dalam kegiatan pendampingan dan pemberdayaan ini kami senantiasa membimbing, mengarahkan dan memfasilitasi mereka untuk dapat memasarkan produksinya pada pasar menengah setingkat super market, ataupun pasar-pasar on line dengan memfungsikan media-media sosial yang sudah ada seperti WhatsApp (WA), Face Book, dll. Salah satu pasar setingkat super market yang telah berhasil kami jadikan rekanan untuk memasarkan produk kami adalah "CHALLISTA" pusat oleh-oleh khas Madura dan Toko BASMALAH yang letaknya tidak jauh dari tempat produksi kegiatan kami serta beberapa super market di Pamekasan yang sampai saat ini masih kami konfirmasi sebagai tempat memasarkan produk industri rumah tangga KUB Rajawali dan Poklahsar Mutiara.

Dalam kegiatan pendampingan dan pemberdayaan di bidang manajemen pemasaran ini kami mengajak peserta (anggota) untuk melihat lebih dekat (mengamati) semua produk yang dipasarkan oleh Challista pusat oleh-oleh khas Madura

agar mereka senantiasa belajar dari sebuah pengalaman dan dapat membandingkan produk-produk yang telah mereka buat (miliki) dengan produk-produk orang lain agar mereka dapat belajar kelemahan dan kekurangan mereka dalam hal memasarkan sebuah produk industri rumah tangga. Banyak hal positif yang didapat dalam pendampingan dan pemberdayaan semacam ini, diantaranya para peserta semakin mahir dalam hal memasarkan produk industri rumah tangga, terutama mengenai tata cara pengemasan hasil produk industri rumah tangga.

Salah satu hal penting dalam kegiatan pendampingan dan pemberdayaan tentang manajemen pemasaran adalah melatih mereka untuk dapat berkomunikasi dengan para konsumen khususnya untuk pemasaran sekelas super market (toko-toko besar). Karena keterbatasan ilmu pengetahuan, pendidikan dan pengalaman kerja mereka mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan pemilik super market (toko-toko besar) untuk memasarkan produk mereka, namun karena kami dapat meyakinkan bahwa untuk memasarkan produk ini (hasil laut) tidak butuh pendidikan tinggi dan khusus, akhirnya mereka berupaya untuk belajar tentang memasarkan produk hasil laut tersebut. Dan akhirnya kami berhasil meyakinkan mereka untuk berkomunikasi dengan para *stekeholder* (konsumen/pemilik toko/super market) dan akhirnya mereka juga bisa berkomunikasi untuk menjual produk-produk mereka.

Untuk mengetahui hasil yang dicapai dalam pelatihan manajemen usaha ini, secara kuantitatif kami mengadakan survey tentang pentingnya kegiatan pelatihan pemasaran ini, Dari 20 peserta, 16 peserta atau 80% menyatakan sangat penting sedangkan sisanya sebanyak 4 peserta atau 20% mengatakan penting. Sedangkan secara kualitatif mereka menyampaikan bahwa materi ini sangat penting karena selama ini mereka hanya bisa menjual produknya pada pasar kelas ekonomi (menengah kebawah) berupa pasar tradisional ataupun menjual jajakan di pasar, namun dengan dibukanya ilmu pengetahuan ini mereka sudah bisa berfikir dan mencoba mempraktekkan untuk bisa menaikkan kelas pemasarannya pada setingkat toko maupun super market-super market yang ada di sekitarnya melalui teknik pengemasan yang menarik seperti teori (ilmu) yang mereka dapatkan pada pelatihan tentang manajemen pemasaran.

Tabel 2 (Variabel Umban Balik Training (Pelatihan) Manajemen Pemasaran

Materi (Variabel Umpan balik)	Skala	Jumlah Peserta (Orang)	Prosentase (%)
Training (Pelatihan) Manajemen Pemasaran	Tidak Penting	0	0%
	Kurang Penting	0	0%
	Penting	2	20%
	Sangat Penting	16	80%

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraaan Masyarakat (PKM) dengan tema Kemandirian ekonomi masyarakat dengan kreatifitas dan diversifikasi hasil laut di Desa Branta Tinggi Pamekasan berjalan dengan lancar dan berhasil. Kegiatan ini menghasilkan beberapa poin penting diantaranya: (1) Kurangnya semangat berwirausaha masyarakat Desa Branta Tinggi Tlanakan Pamekasan khususnya KUB Rajawali dan Poklahsar Mutiara dapat termotivasi menjadi wirausaha mandiri setelah diadakannya *Training* (motivasi) berwirausaha serta pelatihan manajemen usaha dan manajemen pemasaran serta pendampingan dan pemberdayaan (2) Kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha dapat diatasi dengan memberikan pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan tentang bagaimana bagaimana memulai suatu usaha, mencari peluang-peluang usaha, menghadapi persaingan dalam dunia usaha serta hambatan-hambatan yang perlu dihadapi dalam melakukan usaha. Dalam kegiatan ini para peserta diberikan pelatihan bagaimana memulai sebuah usaha dan menjalankannya. Selain itu mereka didampingi dan diberdayakan untuk mendirikan industri rumah tangga (3) Dalam rangka mencapai hasil yang maksimal terhadap kurangnya pengetahuan tentang manajemen pemasaran kami berupaya membekali para peserta pelatihan dengan ilmu (teori-teori) tentang majemen pemasaran serta berupaya mengaplikasikannya terhadap produk-produk yang ada. Selain mengadakan pelatihan secara formal dalam hal manajemen pemasaran kami senantiasa melakukan pendampingan dan pemberdayaan agar hasil produksi para peserta (anggota) terpasarkan secara maksimal. Dalam kegiatan pendampingan dan pemberdayaan ini kami senantiasa membimbing, mengarahkan dan memfasilitasi mereka untuk dapat memasarkan produksinya pada pasar menengah setingkat super market, ataupun pasar-pasar *on line* dengan memfungsikan media-media sosial yang sudah ada seperti WhatsApp (WA), Face Book, dll.

Untuk menegtahui hasil yang dicapai secara kuantitatif, kami juga melakukan survey tentang pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan yang kami lakukan. Untuk pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan di bidang motivasi *(Training)* Wirausaha dari 20 Peserta sebanyak 70% atau 15 orang menilai sangat penting dan sisanya 30% atau 5 orang menilai kegiatan ini penting. Untuk pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan bidang manajemen usaha dari 20 peserta sebanyak 17 orang atau 85% menilai sangat penting diadakannya pelatihan ini dan 3 orang atau 15% menilai penting. Sedangkan untuk kegiatan pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan bidang manajemen pemaasaran dari 20 peserta, 16 peserta atau 80% menyatakan sangat penting sedangkan

sisanya sebanyak 4 peserta atau 20% mengatakan penting.

5.2. SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan untuk kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan tema Kemandirian ekonomi masyarakat dengan kreatifitas dan diversifikasi hasil laut di Desa Branta Tinggi Pamekasan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, diantaranya: (1) Hendaknya masyarakat Desa Branta Tinggi Pamekasan khususnya KUB Rajawali dan Poklahsar Mutiara terus mengembangkan diversifikasi produknya dengan berbagai inovasi-inovasi (2) Mengingat bahan baku industri untuk produk ini berdasarkan musiman maka hendaknya KUB Rajawali dan Poklahsar Mutiara memperhitungkan stok bahan baku produksi agar kegiatan usaha bisnis tetap berjalan (3) Masalah pengemasan produk hendaknya diperhatikan betul-betul karena pengemasan produk dalam industri rumah tangga merupakan salah satu faktor penyebab daya tarik bagi konsumen.

5.3. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak (Kementrian Riset dan Teknologi (Kemenristek Dikti), Civitas Akademika Universitas Islam Madura, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M), Ketua dan Anggota Kelompok Usaha Bersama (KUB) Rajawali, Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklahsar) Mutiara, Aparat Desa) dan seluruh masyarakat yang telah mendukung dan membantu terlaksananya kegiatan Pengabdian dengan tema Kemandirian Ekonomi Masyarakat Dengan Kreatifitas dan Diversifikasi Hasil Laut Di Desa Branta Tinggi Pamekasan.

DAFTAR PUSTAKA

Dharmesta, B.S dan Handoko, H (1982), *Manajemen Pemasaran: Analisis Prilaku Konsumen.* Yogyakarta PBFE

Kusnadi. (2010), *Kebudayaan Masyarakat Nelayan,* Yogyakarta; Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional, Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata.

Kottler, Philip. (2009), *Manajemen Pemasaran,* Jakarta; PT. Macana Jaya

Scharborugh, Norman M., dan Thomas, W Zimmere (1993). *Effective Small Bussiness Management*. New York: Macmillan Publishing Company.

Walton, S dan Huey, J. (1992), *Sam Walton; ade in America,* Newyork, Doubleday.

William J. Stamtorn. (2004), *Prinsip-prinsip Pemasaran,* Erlangga Jakarta

Yusuf, Nasrullah. (2006), *Wirausaha dan Usaha Kecil,* Jakarta; Modul PTKPNF Depdiknas