

Optimalisasi Pemasaran Produk Olahan Ikan Patin melalui Pemanfaatan Pasar Online

Saberina Hasibuan^{1*}, Rahmat Iman Mainil², Henni Syawal³, Novreta Ersyi Darfia⁴, Atria Martina⁵

Kata Kunci :

Pangasius sp;
Mina Usaha;
produk olahan;
platform online;
Rumbai Bukit.

Keywords :

Pangasius sp.;
Mina Usaha;
processed products;
online platform;
Rumbai Bukit

Correspondensi Author

¹Magister Manajemen Bencana,
Fakultas Perikanan dan Kelautan
Universitas Riau, Pekanbaru, 28293
Indonesia
Alamat: Kampus Bina Widya Km. 12,5
Panam-Indonesia
Email:
Saberina.hasibuan@lecturer.unri.ac.id


Article History

Received: 12-01-2025;
Reviewed: 25-02-2025;
Accepted: 12-03-2025;
Available Online: 02-04-2025;
Published: 05-04-2025.

Abstrak. Pengabdian bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran produk olahan ikan patin melalui pemanfaatan pasar online. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan metode pelatihan secara langsung yang terdiri dari 4 tahapan dengan melibatkan mitra para pembudidaya ikan patin dan masyarakat di Rumbai Bukit Pekanbaru. Tahapan 1 yaitu identifikasi masalah dan kebutuhan pembudidaya dan masyarakat; 2. pelaksanaan pelatihan dan workshop; 3. pendampingan dan 4. evaluasi dan monitoring. Produk olahan ikan patin memiliki potensi pasar yang besar. Program pengabdian masyarakat ini telah berhasil membantu para pembudidaya dan pelaku usaha olahan ikan patin di Rumbai Bukit menggunakan pasar online sebagai alat pemasaran yang efektif. Produk olahan ikan patin yang telah dikemas yaitu nugget, bakso, dan surimi. Produk-produk ini dibuat dari daging ikan patin segar berkualitas tinggi yang dipanen langsung dari kolam budidaya Pokdakan Mina Usaha dan dipasarkan dalam bentuk frozen food. Hasil evaluasi menunjukkan terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital; peningkatan penjualan dan jangkauan pasar; dan pengelolaan pengiriman yang lebih baik. Capaian dari 4 kriteria pertanyaan ini masih dibawah 60% namun demikian sudah bisa dikatakan memadai untuk mengoptimalkan pemasaran produk olahan ikan patin melalui pemanfaatan pasar online.

Abstract. This community service program aims to optimize the marketing of processed catfish products through the utilization of online markets. The program was conducted using a direct training method consisting of four stages, involving local catfish farmers and the community in Rumbai Bukit, Pekanbaru. The stages include: 1. Identifying the problems and needs of farmers and the community; 2. Conducting training and workshops; 3. Providing assistance and mentoring; and 4. Evaluating and monitoring the outcomes. Processed catfish products

have a large market potential. This community service initiative has successfully helped catfish farmers and processed fish product entrepreneurs in Rumbai Bukit utilize online markets as an effective marketing tool. The processed catfish products include nuggets, meatballs, and surimi. These products are made from high-quality fresh catfish harvested directly from the Pokdakan Mina Usaha fish farming ponds and are marketed as frozen food. Evaluation results show an increase in digital marketing knowledge and skills, improved sales and market reach, and better shipment management. The achievement of these four criteria questions is still below 60%. However, it can still be considered adequate for optimizing the marketing of processed catfish products through the utilization of online markets.

 This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License. @2025 by Author



PENDAHULUAN

Kelurahan Rumbai Bukit adalah salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Rumbai Barat, Kota Pekanbaru. Rumbai Bukit memiliki potensi perikanan yang cukup besar, terutama dalam hal produksi ikan patin (*Pangasius* sp.). Luas wilayah budidaya ikan patin di Kelurahan Rumbai Bukit sebesar 8.220 m². Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan) Mina Usaha merupakan salah satu kelompok pembudidaya ikan patin yang ada di Kecamatan Rumbai Bukit. Kelompok ini mampu menghasilkan 3-6 ton ikan patin setiap panen. Pada tahun 2014 Pokdakan ini mendapat penghargaan sebagai Pokdakan berprestasi dan mendapat kesempatan untuk bertemu dengan Presiden Republik Indonesia di Istana Kepresidenan, Hasibuan dkk., 2021.

Produksi ikan segar yang berlebih membuka peluang yang besar untuk diolah. Walaupun kenyataannya masih dijumpai ikan-ikan yang muda rentan terhadap pemangsa dalam budidayanya, sehingga mengurangi jumlah dan rekrutmen efektif ke dalam stok (Barasa & Ouma, 2024). Kegiatan pengembangan pemasaran produk aneka olahan ikan patin di Rumbai Bukit ini masih dilakukan secara bertahap. Pembangunan perekonomian dalam usaha perikanan ini sudah lama dirintis namun masih lambat perkembangannya.

Prinsip dasar pembangunan ekonomi

daerah adalah pengembangan perekonomian daerah dan perumusan manajemen pembangunan daerah yang berwawasan dunia usaha (Lestari & Setiyowati, 2024). Pasokan uang yang buruk juga dapat menjadi sistem pemasaran yang tidak efisien. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi dalam pemasaran ikan lele di kalangan pemasar ikan sangat besar pengaruhnya terhadap pemasaran yang efektif (Adeoye, 2024). Dengan adanya rencana bisnis, suatu usaha akan lebih terarah dan memiliki tujuan yang nyata untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana bisnis merupakan suatu rancangan yang menyeluruh dari pelaksanaan suatu usaha bisnis terhadap segala aspek yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha bisnis. Rencana bisnis yang matang akan memberikan kepastian yang lebih serius dari pengelola usaha yang bersangkutan (Zaenuri & Suswanta, 2024).

Ikan patin merupakan salah satu ikan yang sangat digemari dan bernilai ekonomi tinggi (Trimurti dkk., 2023). Ikan patin memiliki daging yang lezat dan kandungan gizi yang baik, sehingga disukai oleh konsumen. Ikan patin memiliki lemak jenuh yang rendah dan tinggi protein, sehingga baik dikonsumsi oleh semua usia (Afrinis & Nurman, 2018). Ikan patin juga merupakan sumber penting asam lemak omega-3, selenium, dan taurin yang berperan dalam merangsang pertumbuhan dan perkembangan

sel otak, khususnya untuk balita dan anak-anak. Selain itu, kandungan vitamin dan mineral dalam ikan patin cukup signifikan dibandingkan dengan jenis ikan air tawar lainnya. Oleh karena itu, produk olahan dari ikan patin memiliki potensi pasar yang besar (Rifai et al., 2020). Minimnya pengetahuan pembudidaya dan masyarakat tentang pemasaran, Dasman & Ananto, 2023, membuat sebagian besar hasil panen ikan patin masih dijual dalam kondisi mentah ke luar daerah, (Hasibuan dkk., 2019). sementara hanya sebagian kecil yang diolah menjadi produk olahan.

Masalah ini juga dialami oleh pembudidaya ikan patin dan masyarakat di Rumbai Bukit yang belum memiliki pengetahuan tentang pengolahan ikan patin dan pemasaran yang baik. Ikan patin segar yang langsung dipasarkan memiliki beberapa kekurangan seperti masa simpan yang tidak terlalu lama dan nilai jual yang kurang tinggi. Pengolahan ikan patin menjadi berbagai produk makanan, seperti amplang ikan patin, bakso ikan patin, pempek ikan patin, nugget ikan patin, surimi ikan patin, serta abon ikan patin disertai dengan metode pemasaran yang tepat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pengembangan produk berbasis teknologi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen terhadap produk olahan perikanan yang praktis, bergizi, siap saji, dan memiliki nilai tambah (Aliantie & Ompusungu, 2023). Hal ini bertujuan untuk dikembangkan menjadi usaha dalam masyarakat, baik pada skala kecil maupun menengah. (Sofia & Yunita, 2021a), menyatakan perkembangan teknologi informasi yang semakin luas membuat pasar online menjadi solusi yang menjanjikan untuk mengatasi keterbatasan pasar tradisional dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas. Pemasaran cara ini akan mempermudah konsumen mendapatkan produk berkualitas dan dapat meningkatkan daya saing produsen lokal.

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong peningkatan penggunaan internet di Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), lebih dari 77% penduduk Indonesia menggunakan internet untuk berbagai kebutuhan, termasuk pembelian produk makanan. Oleh karena itu, pemanfaatan

platform online seperti e-commerce dan media sosial menjadi peluang besar bagi pembudidaya dan masyarakat untuk memperluas pemasaran produk olahan ikan patin (Rahmawati dkk., 2018).

Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk membantu pembudidaya dan masyarakat di Rumbai Bukit memanfaatkan platform online untuk membantu pemasaran produk olahan ikan patin. Kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan pada masyarakat diharapkan pembudidaya dan masyarakat Rumbai Bukit mampu menggunakan platform online secara efektif untuk memperluas jaringan pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan metode pelatihan secara langsung yang terdiri dari beberapa tahapan dengan melibatkan mitra para pembudidaya ikan patin dan masyarakat, Umizat dkk., 2024, di Rumbai Bukit Pekanbaru.

Tahap-tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian yaitu:

1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Pembudidaya dan Masyarakat

Tahap awal berupa identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pembudidaya dan masyarakat di Rumbai Bukit. Tim pengabdian mengadakan survei dan wawancara 42 orang (Gambar 6) di Rumbai Bukit untuk mengetahui kendala dalam memasarkan produk mereka secara online. Sebagian besar masyarakat menyatakan belum familiar dengan pemasaran digital dan memiliki keterbatasan dalam memahami teknologi pemasaran online. Selain itu, mereka juga menghadapi tantangan dalam hal pengemasan dan pengiriman produk.

2. Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop

Kegiatan pelatihan dan workshop dilaksanakan dalam beberapa kali pertemuan. Materi pelatihan berupa:

- a. Pengenalan Pemasaran Digital: Pemahaman dasar tentang pentingnya pemasaran online, peluang yang ada, dan strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace.

- b. Pembuatan dan Pengelolaan Akun di Marketplace: Membuat akun di platform Gojek dan Grab, serta bagaimana mengoptimalkan deskripsi produk, pengemasan yang menarik dan harga.
- c. Strategi Pemasaran di Media Sosial: Cara memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk melalui konten visual yang menarik dan interaksi langsung dengan calon pembeli.
- d. Pengelolaan Pengiriman dan Pengemasan Produk: Teknik pengemasan yang baik agar produk olahan ikan patin dapat sampai ke konsumen dalam kondisi tetap baik.

Berdasarkan temuan dan fenomena pelatihan menunjukkan bahwa peserta pelatihan menganggap inovasi produk sebagai elemen penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing di pasar (Waruwu et al., 2024). 3.

3. Pendampingan

Tim pengabdian memantau kelanjutan kegiatan melalui pendampingan individu kepada masyarakat. Pendampingan ini dilakukan secara langsung dan online melalui grup WhatsApp yang melibatkan masyarakat dan tim pengabdian selama 4 bulan. Masyarakat didampingi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang telah dipelajari, memantau perkembangan penjualan, serta memberikan solusi atas kendala yang dihadapi. Program pendampingan ini dilakukan untuk memberikan supervisi terhadap proses usaha pengolahan dan perencanaan budidaya ikan. Dalam proses budidaya ikan, masih banyak dijumpai kendala lapangan sehingga dibutuhkan pendampingan (Anindya & Tatik, 2023).

4. Evaluasi dan Monitoring

Setelah 4 bulan implementasi, tim melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan kegiatan. Indikator yang digunakan mencakup peningkatan penjualan, jumlah konsumen baru yang berhasil dijangkau melalui platform online, serta kepuasan masyarakat terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Evaluasi dilakukan melalui survei kuesioner dan wawancara langsung tentang I : pengolahan produk ikan patin; II : pemasaran produk olahan ikan patin; III : harga produk olahan

ikan patin; dan IV : prospek pengembangan usaha produk olahan ikan patin. Data hasil kuesioner dipersiapkan dan digambarkan dalam grafik. Data hasil kuesioner dipersiapkan dan digambarkan dalam grafik. Hasil wawancara dideskriptifkan untuk menggambarkan kondisi terkini mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ikan patin adalah salah satu komoditas unggulan ikan air tawar yang mudah dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomi tinggi. Pengembangan dan penerapan produk olahan hasil perikanan perlu dilakukan untuk menarik minat konsumen, meningkatkan nilai tambah produk, serta pendapatan masyarakat. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan asupan gizi bagi masyarakat.

Berdasarkan segi manfaatnya, ikan patin adalah makanan sehat yang rendah lemak jenuh dan tinggi protein, sehingga baik dikonsumsi oleh semua usia 8. Ikan patin juga merupakan sumber penting asam lemak omega-3, selenium, dan taurin yang berperan dalam merangsang pertumbuhan dan perkembangan sel otak, khususnya untuk balita dan anak-anak. Selain itu, kandungan vitamin dan mineral dalam ikan patin cukup signifikan dibandingkan dengan jenis ikan air tawar lainnya.

Kegiatan dimulai dengan memberikan sosialisasi kandungan nutrisi ikan patin terutama vitamin dan mineral yang cukup signifikan dibandingkan dengan jenis ikan air tawar lainnya. Ikan patin juga merupakan sumber penting asam lemak omega-3, selenium, dan taurin yang berperan dalam merangsang pertumbuhan dan perkembangan sel otak, khususnya untuk balita dan anak-anak. Peserta diberikan cara pembuatan aneka produk ikan patin, pengemasan dan pembuatan akun pada platform *e-commerce* untuk pemasaran

Diversifikasi produk olahan berbasis ikan patin sangat penting untuk meningkatkan nilai tambah sekaligus memperbaiki perekonomian para pembudidaya ikan patin (Ratnasari et al., 2018). Ikan hasil budidaya yang umumnya dijual segar, melalui diversifikasi produk

dapat meningkatkan daya simpan dan aneka pilihan makanan.

Potensi dan prospek usaha pengolahan nugget dan bakso dari ikan patin sangat menjanjikan untuk dikembangkan (Afrinis & Nurman, 2018). Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan usaha berbasis ikan adalah meningkatkan promosi dengan menggunakan media sosial yang ada untuk mengenalkan produk (Zulfikar & Prihatini, 2018).

Pada kegiatan ini peserta diajari cara membuat aneka produk olahan ikan patin berupa bakso, surimi dan nugget ikan jamur (Gambar 1 dan 2). Hal ini salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan usaha berbasis ikan dan nilai tambah pada produk. Kombinasi nugget ikan



Gambar 2. Pembuatan frozen food. a. nugget
b. Pembuatan surimi

patin dengan jamur atau sayuran dapat menjadi solusi bagi anak-anak yang tidak menyukai sayuran. Salah satu responden anak yang tidak menyukai sayuran menyatakan menjadi menyukai nugget ikan jamur dan ikan sayur.

Peningkatan promosi produk dilakukan melalui pendampingan pembuatan pengemasan yang menarik (Harwanto & Yetti, 2024). Efektivitas aktivitas utama dalam produksi dan pemasaran perlu ditingkatkan melalui penerapan teknologi

dan pengoptimalan proses, serta memperkuat strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan menjalin kerjasama dengan mitra bisnis 12 (Dilla & Mandataris, 2024).

Teknologi digital menjadi alat yang sangat penting bagi pelaku usaha UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, Perkembangan industri saat ini tidak terlepas dari penguatan teknologi digital di berbagai aspek.

Salah satu upaya untuk peningkatan nilai tambah produksi budidaya perikanan dan perluasan pasar produk adalah melalui pengolahan (Sofia & Yunita, 2021). Produk olahan ikan patin yang telah dikemas yaitu nugget, bakso, dan surimi. Produk-produk ini dibuat dari daging ikan patin segar berkualitas tinggi yang dipanen langsung dari kolam budidaya Pokdakan Mina Usaha dan dipasarkan dalam bentuk frozen food. Peserta memberi masukan pada logo yang akan digunakan untuk produk olahan ikan patin dan kemasannya. Logo produk disajikan pada Gambar 3 dan Gambar 4.



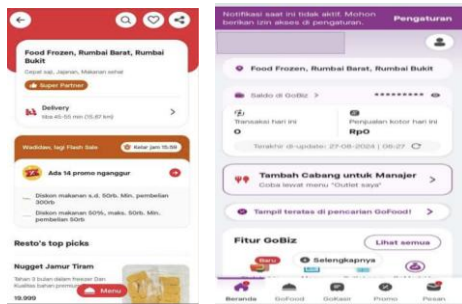
Gambar 3. Logo pada Kemasan Produk



Gambar 4. Produk Olahan Ikan Patin.
a. Bakso ikan, b. Nugget ikan jamur, c. surimi

Akun online pertama yang dibuat untuk produk olahan ikan patin di Rumbai Bukit adalah Food Frozen pada aplikasi GoFood yang bisa diakses pada link <https://gofood.link/a/MtsY5bm>. Akun ini dikelola oleh salah seorang pengusaha muda di Rumbai Bukit. Transaksi online pertama dilakukan pada tanggal 31 Juli 2024 pukul 17.45 dari salah satu rumah warga di Rumbai Bukit dengan total transaksi Rp 185.000,-. Berdasarkan pengamatan di lapangan

menunjukkan masih ada kekakuan dalam menerima penjualan online ini karena yang diterima bukan uang langsung melainkan *e-money* (uang elektronik). Namun demikian seiring berjalannya waktu akan teradaptasi dengan sendirinya dan pengalaman ini akan menjadi pembelajaran yang berharga bagi masyarakat di Rumbai Bukit. Tampilan pada aplikasi Go Food dan GoBiz untuk pemesanan Food Frozen Rumbai Bukit disajikan pada Gambar 5.

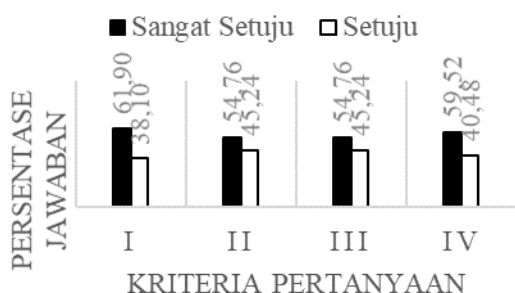


Gambar 5. Tampilan pada Aplikasi Go Food dan Go Biz

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif pada masyarakat dan pembudidaya ikan patin di Rumbai Bukit. Berikut adalah hasil yang dicapai:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital.

Berdasarkan hasil evaluasi, peserta menyatakan bahwa mereka kini lebih memahami bagaimana cara menggunakan media sosial dan *marketplace* untuk memasarkan produk mereka. Sebelum pelatihan, belum ada masyarakat yang pernah menggunakan platform online untuk berjualan. Setelah pelatihan, kelompok usaha telah memiliki akun di marketplace dan aktif mengelola akun media sosial bisnis mereka. Respon Mitra dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Hasil kuisisioner respon (42 orang) mitra Pokdakan Mina Usaha terhadap

dibukanya pasar online untuk produk olahan ikan patin

Keterangan :

I : pengolahan produk ikan patin

II : pemasaran produk olahan ikan patin

III : harga produk olahan ikan patin

IV : prospek pengembangan usaha produk olahan ikan patin

Berdasarkan Gambar 6 terlihat bahwa mitra sangat setuju sebesar 61,90% dilakukan pengolahan produk ikan patin (bakso ikan, nugget ikan jamur, dan surimi) dan 58,10% hasil panen ikan patin dijual dalam bentuk segar. Produk olahan ikan patin dalam bentuk bakso ikan, nugget ikan jamur, dan surimi mendapat respon sangat setuju dipasarkan online sebesar 54,76 dan offline (masuk pasar tradisional) sebesar 45,24%. Mitra sangat setuju (mendukung) harga produk olahan ikan pating lebih tinggi dari ikan segar sebesar 54,76%, sedangkan yang setuju sebesar 45,24%. Prospek pengembangan usaha produk olahan ikan patin mendapat respon sangat setuju sebesar 59,52% dan setuju sebesar 40,48%. Capaian dari 4 kriteria pertanyaan ini masih dibawah 60% namun demikian sudah bisa dikatakan memadai untuk mengoptimalkan pemasaran produk olahan ikan patin melalui pemanfaatan pasar online. Kondisi masyarakat kita terutama yang di daerah Rumbai Bukit ini masih sangat familiar dengan pasar tradisional dan belum mengerti tentang *e-money* (uang elektronik).

Hasil wawancara terhadap mitra dapat diketahui bahwa masyarakat Rumbai Bukit masih menerima secara terbuka adanya perubahan penggunaan uang kertas/logam menuju *e-money* (uang elektronik). Kemajuan pemasaran online aneka olahan produk ikan patin memiliki prospek yang besar dan membuka pasar yang luas. Teknologi pemasaran ini termasuk yang pertama di Rumbai Bukit dan melibatkan masyarakat yang luas. Ndatangara dkk., 2019 menyatakan salah satu kunci sukses bagi semua bisnis adalah mengenal pelanggannya lebih dekat. Media sosial membuat proses pengenalan menjadi lebih mudah dari sebelumnya. Di sisi lain kecemasan masyarakat akan hadirnya pengembangan pasar online ini masih dirasakan terutama dari segi pengamanannya.

Trusted Platform Module (TPM) umumnya dianggap sebagai perangkat keras yang dapat meningkatkan keamanan platform. Namun, TPM juga dapat digunakan untuk tujuan jahat. TPM, bersama dengan perangkat keras lainnya, dapat menerapkan komputasi terselubung, yang status memorinya tidak dapat diamati oleh perangkat lunak lain, termasuk sistem operasi dan hypervisor (Dunn dkk., 2011).

2. Peningkatan penjualan dan jangkauan pasar.

Dalam waktu 4 bulan setelah implementasi program, masyarakat mengalami peningkatan penjualan. Selain itu, produk olahan ikan patin dari Rumbai Bukit mulai dikenal oleh konsumen di Pekanbaru. Dalam pemasaran produk olahan ikan patin perlu ditetapkan harga yang menarik dan tidak terkesan mahal.

Menentukan harga yang tepat sangat penting bagi perusahaan sebelum meluncurkan produk baru di pasar. Informasi tentang kemauan konsumen untuk membayar produk sangat membantu dalam menjalankan tugas yang menantang ini (Adhikari dkk., 2021). Kajian yang mendasar tentang pengaruh kualitas produk dan pemasaran digital terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening sudah dilakukan dan hasilnya memberikan prospek yang baik (Kurniawati & Ayuanti, 2024).

3. Pengelolaan pengiriman yang lebih baik.

Setelah mengikuti pelatihan, masyarakat kini lebih memahami pentingnya pengemasan yang baik untuk menjaga kualitas produk selama pengiriman. Beberapa masyarakat telah bekerja sama dengan layanan pengiriman yang menawarkan fasilitas cold storage untuk memastikan produk tetap segar saat diterima konsumen. Teknologi ini menjamin pemasaran suatu produk aneka olahan ikan patin lebih berkualitas dan bersaing terutama usaha yang mengandalkan sejumlah karyawan.

Sistem manajemen kinerja berbasis teknologi memungkinkan pemantauan dan penilaian kinerja karyawan secara real-time. Melalui dashboard dan alat analisis, manajer dapat dengan mudah melacak kemajuan karyawan, memberikan umpan balik, dan menetapkan tujuan yang lebih terukur (Salam & Munawir, 2024).

Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu *enabling*, *empowering*, dan *protecting*. Pertama, menciptakan lingkungan atau kondisi yang mendukung perkembangan potensi masyarakat (*enabling*). Kedua, memperkuat potensi atau kemampuan yang ada dalam masyarakat (*empowering*). Ketiga, pemberdayaan juga mencakup aspek perlindungan (*protecting*) (Dasman & Sasongko, 2023). Faktor yang mendorong keberhasilan kegiatan adalah tingginya motivasi pembudidaya dan masyarakat untuk mengembangkan usaha dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk olahan. Namun, faktor penghambat dalam mencapai tujuan penyuluhan adalah ketidakpastian permintaan pasar, yang menyebabkan keraguan kelompok untuk memproduksi dalam jumlah lebih besar (Sofia & Yunita, 2021b).

Berdasarkan hasil yang diperoleh, terlihat bahwa pemanfaatan pasar online memberikan banyak manfaat bagi pembudidaya dan pelaku usaha olahan ikan patin di Rumbai Bukit. Digitalisasi pemasaran mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk lokal yang sebelumnya hanya dikenal di pasar tradisional. Menurut Afrinis & Nurman (2018) pemanfaatan media sosial dan market place dapat dijadikan sebagai sarana promosi untuk peningkatan penjualan.

Namun, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh pembudidaya dan masyarakat, terutama dalam hal literasi digital. Banyak pembudidaya dan masyarakat yang masih memerlukan pendampingan lebih lanjut agar mampu mengelola platform online secara mandiri dan profesional (Dasman dkk., 2024). Masalah logistik juga masih menjadi kendala, terutama dalam hal pengiriman produk yang rentan rusak. Meskipun sudah ada layanan pengiriman dengan cold storage, biaya pengiriman yang lebih tinggi menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha kecil.

Keberlanjutan program ini dapat didorong dengan melibatkan lebih banyak pihak, seperti dinas perikanan dan asosiasi pengusaha perikanan sehingga dapat memberikan dukungan berkelanjutan kepada pembudidaya dan masyarakat. Selain itu, pelatihan lebih lanjut dalam strategi digital marketing yang lebih kompleks, seperti

penggunaan iklan berbayar dan Search Engine Optimization (SEO), perlu dilakukan untuk membantu pembudidaya dan masyarakat Rumbai Bukit bersaing di pasar yang lebih luas.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil membantu pembudidaya dan masyarakat pelaku usaha olahan ikan patin di Rumbai Bukit memanfaatkan pasar online sebagai alat pemasaran yang efektif. Peningkatan keterampilan digital dan pengelolaan marketplace yang lebih baik telah memberikan dampak langsung terhadap peningkatan penjualan dan perluasan pasar. Capaian dari 4 kriteria pertanyaan ini masih dibawah 60% namun demikian sudah bisa dikatakan memadai untuk mengoptimisasi pemasaran produk olahan ikan patin melalui pemanfaatan pasar online.

Upaya untuk mencapai hasil yang lebih optimal perlu dilakukan melalui pelatihan lebih lanjut dan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak masih diperlukan. Dengan demikian, pembudidaya dan masyarakat dapat memanfaatkan teknologi secara lebih optimal untuk meningkatkan kesejahteraan mereka dan memperkuat daya saing produk olahan ikan patin dari Rumbai Bukit di pasar nasional. Selain pemasaran *online (marketplace)* seperti Gojek dan Grab, sedang dikembangkan pemanfaatan platform lain seperti WhatsApp Business atau e-commerce (Shopee, Tokopedia) untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Riau yang telah mendanai kegiatan pengabdian dengan sumber dana DIPA Unri dengan Nomor Kontrak: 15705/UN19.5.1.3/AL.04/2024.

DAFTAR RUJUKAN

- Adeoye, A. S. (2024). Optimizing Catfish Marketing in Forest Communities of IDO Municipality (The Impact of Seasonality Storage and Pricing on Performance). *International Journal of Agricultural Social Economics and Rural Development (Ijaserd)*, 9126(79), 84–95.
- Adhikari, S., Deb, U., Dey, M. M., Xie, L., Khanal, N. B., Grimm, C. C., Bland, J. M., & Bechtel, P. J. (2021). Consumers' willingness-to-pay for convenient catfish products: Results from experimental auctions in Arkansas. *Aquaculture Economics and Management*, 25(2), 135–158. <https://doi.org/10.1080/13657305.2020.1840663>
- Afrinis, N., dan Nurman, M. (2018). Business Development of Patin Fish through Diversification of Processed Patin Products in Batu Belah Village, Riau [Pengembangan Usaha Ikan Patin Melalui Diversifikasi Produk Olahan Ikan Patin Di Desa Batu Belah Riau], in RJI: Proceeding of Community Development. 2, 353-361. <https://doi.org/10.30874/comdev.2018.359>.
- Aliantie, N., dan Ompusungu, D, P. (2023). Analisis Pengembangan UMKM Pada Kuliner Khas Dayak Wadi Di Kota Palangkaraya. *Advances in Social Humanities Research*. 1, (3); 87-96. <https://doi.org/10.46799/adv.v1i3.10>
- Anindya, K. N., & Tatik, T. (2023). Optimization Business Management for Catfish Farmers Community in Polowidi Village. *Asian Journal of Community Services*, 2(11), 955–966. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v2i11.6950>
- Barasa, J. E., & Ouma, D. F. (2024). Towards Sustainability in Seed Supply for African Catfish, *Clarias gariepinus* (Burchell, 1822) Culture in Kenya: Lessons from Asian Catfishes Industry. *Aquaculture Research*, 2024,

- 1–21.
<https://doi.org/10.1155/2024/13418>
 58
- Dasman, S., dan Ananto, T. S. (2023). Pemanfaatan Media Online Dalam Rangka Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Ikan Patin. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1, (6): 493–499. DOI: 10.55681/ejoin.v1i6.966.
- Dasman, S., Listian, I. A., dan Tri, N. W. (2024). Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Jatibaru Melalui Pemasaran Online. *Jurnal Pelita Pengabdian*. 2 (2): 279-286. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpp/>.
- Dilla, A., dan Mandataris. (2024). Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM UD. Zul Brother Usaha Olahan Patin Di Kecamatan Kampar. *ECo-Buss*. 7 (1): 283-303. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1518>.
- Dunn, A. M., Hofmann, O. S., Waters, B., & Witchel, E. (2011). Cloaking malware with the trusted platform module. In *Proceedings of the 20th USENIX Security Symposium* (pp. 395–410).
- Harwanto, Fifian, P, S., dan Yetty, O. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ikan Di Kampung Patin Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. *Journal of Integrated Agribusiness*. 6 (1): 58–68. <https://doi.org/10.33019/jia.v6i1.5186>.
- Hasibuan, S., Aufo, K, A, G., Maya, K, M., Fajar, F., Muhammad, R, N., Nana, T., Novan, R., Sekar, A, D., Sherina, N. A., Syahkila, Tevania, S.(2021). Nugget Patin Bergizi & Prospek Pemasaran Online. Penerbit UR Press Pekanbaru. 68 hlm.
- Hasibuan, S., Syafriadiman, S., Martina, A., Syawal, H., dan Rinaldi, R. (2019). Pendugaan laju sedimentasi pada kolam tanah budidaya ikan patin intensif di Desa Koto Masjid Kecamatan XIII Koto Kampar. *Riau Journal of Empowerment*. 2, (2): 71-80. <https://doi.org/10.31258/raje.2.2.71-80>.
- Kurniawati, E., & Ayuanti, N. (2024). Influence of Product and Digital Marketing on Purchase Decisions: The Mediating Role of Consumer Satisfaction (Case Study of Kampung Lele Kediri). *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 9(3), 91–104.
- Lestari, A. E., & Setiyowati, H. (2024). Analysis of Appropriate Marketing Strategies for Catfish Farming in Duren Mekar, Depok, West Java as a Contribution to Achieving SDGs for Poverty Alleviation and Increasing Welfare. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2)(February), 131–142. <https://doi.org/10.52682/mk.v4i2.7773>
- Ndatangara, V., Fachry, M. E., & Adhawati, S. S. (2019). Marketing Analysis of Processed Fishery Products using Interactive Media. *International Journal of Environment, Agriculture and Biotechnology*, 4(4), 1099–1102. <https://doi.org/10.22161/ijeab.4432>
- Rahmawati, N. D., Dzakiy, M. A., Agnita, S. P., dan Achmad, B. (2018). Pengenalan Entrepreneurship Variasi Olahan Ikan Patin Di Grobogan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 9 (2): 177–84, <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v9i2.2313>.
- Ratnasari, I., Subhan, A.A., Tutwuri, H., dan Nursiah. (2018). Pendampingan dan Diversifikasi Olahan Ikan Lokal Menjadi Produk Kaki Naga Untuk Pengembangan Kelompok Usaha Masyarakat di Desa Tiwingan Lama Kecamatan Aranio. *Jurnal PengabdianMu*. 3 (2): 194-200. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v3i2.401>.
- Rifai, M, A., Candra, Muzdalifah, dan Hadiratul, K. (2020). Pemberdayaan Istri Kelompok Pembudidaya Ikan Patin Dengan Pengembangan Produk Fillet. *Jurnal Panrita Abdi*. 4, (3): 369-379.

- <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>.
- Salam, A., & Munawir, M. (2024). Utilization of Technology in Human Resource Management Optimizing Efficiency and Productivity in the Digital Era. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 236–245. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.2910>
- Sofia, L. A., & Yunita, R. (2021). Perluasan pasar produk olahan ikan patin melalui perbaikan kemasan dan promosi daring. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(1), 58. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i1.11860>.
- Sofia, L. A., dan Yunita, Y. (2021) (b). PKM Diversifikasi Produk Olahan Berbasis Ikan Patin Bagi Poklaksar Al Khalifi,” in (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat. 3. 6-9. <http://snllb.ulm.ac.id/prosiding/>.
- Trimurti., Yuni, E., dan Tri, Y, E, S. (2023). Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Ikan Patin Pada Kub Gawi Hatantiring Kota Palangka Raya. *Journal Socio Economics Agricultural* 18, (1): 52–62.
- Umiyat, S., Muhartono, D. S., Agustin, T. I., & Setyowarni, S. H. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Pembuatan Abon Ikan Patin di Kelurahan Semolowaru Kecamatan Sukolilo. *Jurnal Pengabdian Cendikia*, 3(3), 51–60.
- Waruwu, E., Lumbanbatu, J. S., Sihotang, D. O., & Mariani, M. (2024). Perencanaan dan Pengelolaan Produk sebagai Kunci Sukses : Analisis Faktor Keberhasilan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, 344–359.
- Zaenuri, M., & Suswanta. (2024). Marketing Development of Processed Foods. *Proceeding International Conference Of Cummunity Service*, 2, 1782–1789.
- Zulfikar, R., dan Prihatini, A. M. (2018). Diversifikasi Produk Olahan Berbasis Ikan Patin Sebagai Potensi Usaha Bagi Panti Asuhan Al Amin Dan Sultan Suriansyah Banjarmasin. *Jurnal Al-Ikhlās*, 4 (1): 82-94. <http://dx.doi.org/10.31602/jpai.v4i1.1632>