

TRANSFORMASI DIGITAL DALAM MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN IKAN NILA DI POKDAKAN MINA SARI

Efi Miftah Faridli¹, Fatmah Bagis^{2*}, Ridho Muktiadi³, Hardiyanto Wibowo⁴, Ogun Prayoga⁵, Mohamad Nofal Firaldi⁶, Jovinda Percillia Ma'rifatul Umairoh⁷

¹Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

^{2,4,5,6,7} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

³Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

*E-mail: fatmahbagis2014@gmail.com

Abstrak

Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan) Mina Sari di Desa Purwosari, Banyumas, memiliki potensi besar dalam budidaya ikan nila. Namun, kelompok ini menghadapi tantangan serius dalam sistem pemasaran tradisional dan pencatatan keuangan yang masih manual, sehingga berdampak pada rendahnya pendapatan dan efisiensi usaha. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Pokdakan Mina Sari melalui penerapan teknologi digital dalam pemasaran dan manajemen keuangan. Metode pelaksanaan dilakukan dalam tiga tahap: (1) prepare, berupa identifikasi kebutuhan dan penyusunan modul pelatihan; (2) transform, melalui pelatihan pemasaran digital menggunakan media sosial dan e-commerce, serta pencatatan keuangan digital dengan aplikasi sederhana; dan (3) lead, yaitu tahap implementasi, monitoring, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan anggota Pokdakan menggunakan media digital untuk promosi dan pencatatan keuangan secara mandiri. Program ini tidak hanya mendorong peningkatan pendapatan mitra, tetapi juga memperkuat kesiapan mereka dalam menghadapi transformasi ekonomi digital secara berkelanjutan. Pendekatan ini membuktikan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan daya saing usaha mikro berbasis perikanan di daerah pedesaan.

Kata kunci: ikan nila, digital marketing, manajemen keuangan, pengabdian masyarakat, Pokdakan.

1. PENDAHULUAN

a. Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra

Nila merupakan jenis ikan air tawar yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia karena permintaan pasar yang tinggi untuk ikan nila ini, sehingga menjadi sumber penghasilan yang menguntungkan, harga ikan nila juga relatif stabil, perawatan ikan nila cukup mudah, modal yang murah dan cocok untuk pemula yang ingin berwirausaha di bidang budidaya ikan nila (Sehani et al., 2024). Peluang usaha budidaya ikan nila masih terbuka lebar, mengingat ikan yang masih satu kerabat dengan mujair ini adalah ikan konsumsi yang banyak disukai oleh masyarakat (Artina et al., 2022). Selain itu ikan juga merupakan salah satu pilihan lauk pauk yang mempunyai nilai gizi tinggi sehingga bagi masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi ikan akan banyak manfaatnya bagi kesehatan terutama untuk mengurangi stunting di Indonesia (Sehani et al., 2024)

Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan) Mina Sari di Desa Purwosari, Banyumas, Jawa Tengah, adalah salah satu kelompok pembudidaya ikan nila yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan produktivitas dan penjualan ikan. Pokdakan Mina Sari dirintis sejak 10 tahun yang lalu tepatnya pada 16 Maret 2014 (Keputusan Kepala Desa Nomor 02 Tahun 2014) dengan ketua Bapak Ajang Sapei. Fokus kegiatan Mina Sari adalah budidaya

pembesaran ikan nila dengan benih yang sudah tersertifikasi berasal dari Banjarnegara dan Yogyakarta. Jumlah anggota kelompok ada 10 orang dengan rata-rata usia 35 - 45 tahun ke atas dan jumlah kolam yang dimiliki sekitar 20 buah tersebar di 2 lokasi.

Meskipun sudah beroperasi selama 10 tahun, Pokdakan Mina Sari belum dapat berkembang secara optimal, artinya kegiatan usaha budidaya ikan Nila belum mampu mencukupi kebutuhan hidup anggota kelompok. Dari hasil panen satu kolam hanya dapat terjual sebanyak 70 sampai 75% saja dengan harga Rp. 25.000/kg. Salah satu penyebabnya karena sistem pemasaran ikan nila produksi Pokdakan Mina Sari masih belum langsung ke konsumen tapi melalui pedagang pengepul atau distributor yang datang ke kolam. Sehingga target penjualan tidak tercapai dan ketika masa panen pembudidaya ikan seringkali tidak mendapatkan keuntungan seperti yang diharapkan. Selain itu manajemen keuangan Pokdakan juga masih dikelola secara tradisional atau secara manual sehingga seringkali terjadi ketidakakuratan dalam pencatatan dan perencanaan keuangan. Pencatatan keuangan secara tradisional yang tidak efisien dan tidak terorganisir bisa memperlambat perkembangan usaha budi daya ikan nila dan meningkatkan risiko kerugian (Purbomartono et al., 2025)

Teknologi pemasaran digital secara terus menerus berkembang pesat (Bagis et al., 2020). Perangkat lunak membantu penggunaannya dalam menyampaikan informasi/pesan iklan kepada masyarakat terutama konsumen ikan nila. Perkembangan teknologi membantu penggunaan perangkat lunak tersebut semakin mudah digunakan. Berbagai aplikasi pemasaran digital juga telah menjadi tren dan bahkan sangat membantu dalam pelaksanaan penyediaan kebutuhan ikan bagi konsumen. Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar untuk memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan efektivitas dalam penjualan dan manajemen keuangan (Pratama et al., 2019). Dengan adanya platform online seperti media sosial dan *e-commerce*, produk ikan nila dapat dipromosikan dan dijual kepada konsumen di berbagai daerah, bahkan hingga skala nasional. Ini membantu pembudidaya menjangkau lebih banyak pelanggan potensial yang mungkin tidak dapat dijangkau melalui metode pemasaran tradisional.

Penting untuk memastikan bahwa strategi pemasaran menggunakan media digital tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam sehingga dapat mempertahankan integritas dan kepercayaan konsumen (Ikhsani et al., 2022). Penggunaan aplikasi keuangan memungkinkan petani ikan untuk mengelola pemasukan, pengeluaran serta keuntungan secara otomatis dan akurat. Sehingga pemilik usaha dapat mengontrol arus kas dengan baik dan menghindari kebocoran keuangan. Selain itu pencatatan yang dilakukan secara digital memudahkan dalam membuat laporan keuangan secara cepat dan tepat waktu. Digitalisasi pemasaran dan manajemen keuangan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan penjualan dan memberdayakan para pembudidaya serta berperan besar dalam meningkatkan efisiensi operasional (Bagis et al., 2024).

b. Tujuan Kegiatan

Kegiatan ini adalah meningkatkan penjualan ikan nila Pokdakan Mina Sari melalui pengembangan strategi pemasaran berbasis digital, membangun sistem manajemen keuangan berbasis digital yang mudah digunakan oleh kelompok. Tujuan ini dapat tercapai melalui pemberian pelatihan dan pendampingan kepada anggota Pokdakan mengenai pemasaran dan manajemen keuangan berbasis digital.

Kegiatan ini menjadi salah satu program yang membangun desa dan komunitas karena melibatkan dua orang mahasiswa, dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, program studi Manajemen dan mahasiswa Fakultas Psikologi yang membantu tim pengusul untuk mendampingi mitra. Harapannya mahasiswa akan memperoleh pengalaman dari luar

kampus dan tim pengusul akan berkegiatan di luar kampus. Hal ini sesuai dengan Indikator Kinerja Utama yang telah ditetapkan oleh Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto Nomor A17.VIII/8-S.Kep/UMP/I/2024 mengenai penetapan rencana strategis, Indikator Kinerja Utama UMP tanggal 19 Januari 2024.

Selain itu fokus dari pengabdian ini menerapkan prinsip pembangunan ekonomi digital melalui media e-commerce dan pencatatan keuangan digital merupakan suatu konsep model bisnis agar pelaku usaha dapat membeli atau menjual barang melalui internet (*online*) dengan menawarkan berbagai manfaat seperti biaya rendah, jangkauan luas, dan pengembangan *financial management technology*. Upaya ini juga turut serta dalam mendukung pemerintah dalam memajukan transformasi digital mengenai pengembangan ekonomi dan inovasi digital melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2024.

Implementasi program peningkatan penjualan berbasis digitalisasi pemasaran dan manajemen keuangan dimulai dengan tiga fase transformasi digital yaitu: *prepare*, *transform*, dan *lead* yang akan dimulai dengan melakukan koordinasi dengan mitra, menyusun modul pelatihan, pengenalan digitalisasi melalui pelatihan pemasaran digital dan manajemen keuangan digital hingga tahap implementasi, monitoring dan evaluasi.

c. Permasalahan Mitra

Mitra kegiatan ini adalah kelompok budidaya ikan nila Pokdakan Mina Sari yang berjumlah 10 orang, dengan jumlah kolam yang dimiliki sekitar 20 buah dan tersebar di 2 lokasi. Permasalahan prioritas yang akan diberikan solusi penyelesaiannya oleh tim pengusul tersaji dalam bagian hasil dan metode pelaksanaan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang melalui pendekatan transformasi digital yang terdiri dari tiga fase utama: *prepare*, *transform*, dan *lead* (Muamar & Bagis, 2022).

1. Fase *Prepare*

tim melakukan koordinasi awal dengan ketua dan anggota Pokdakan, menyusun modul pelatihan berbasis kebutuhan mitra, dan mengidentifikasi kesiapan infrastruktur digital. Modul pelatihan mencakup dua topik utama yaitu pemasaran digital (*e-commerce*, media sosial, dan marketplace) serta manajemen keuangan digital menggunakan aplikasi seperti BukuWarung dan *Microsoft Excel*.

2. Fase *Transform*

dilakukan pelatihan secara interaktif, praktik langsung membuat akun media sosial bisnis dan marketplace, hingga simulasi pencatatan transaksi keuangan harian. Mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Fakultas Psikologi dilibatkan untuk memberikan pendampingan teknis dan psikososial selama proses transformasi ini berlangsung.

3. Fase *Lead*

Dilakukan pendampingan penerapan teknologi yang telah diajarkan. Evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi langsung, serta catatan logbook. Keberlanjutan program diupayakan melalui penyusunan rencana aksi jangka panjang, pelibatan mitra dalam program KKN atau pengabdian lanjutan, serta penguatan branding Pokdakan Mina Sari sebagai kelompok unggulan desa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian yang telah dilaksanakan menunjukkan berbagai capaian yang berarti. Berikut ini disajikan analisis mendalam terkait dampak dari setiap tahapan kegiatan yang telah dijalankan dengan dasar implementasi digitalisasi pada setiap aspek (Bagis et al., 2020; Ikhsani et al., 2022; Setiana & Kurniawan, 2024)

1. Peningkatan Kapasitas Digital Marketing

Pelatihan digital marketing berhasil meningkatkan kemampuan mitra menggunakan media sosial (Instagram dan WhatsApp Business) serta platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Mitra juga belajar menyusun konten visual dan narasi promosi yang menarik. Hasilnya, dalam waktu satu bulan setelah pelatihan, 40% penjualan ikan dilakukan melalui kanal digital. Strategi ini terbukti memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan margin keuntungan

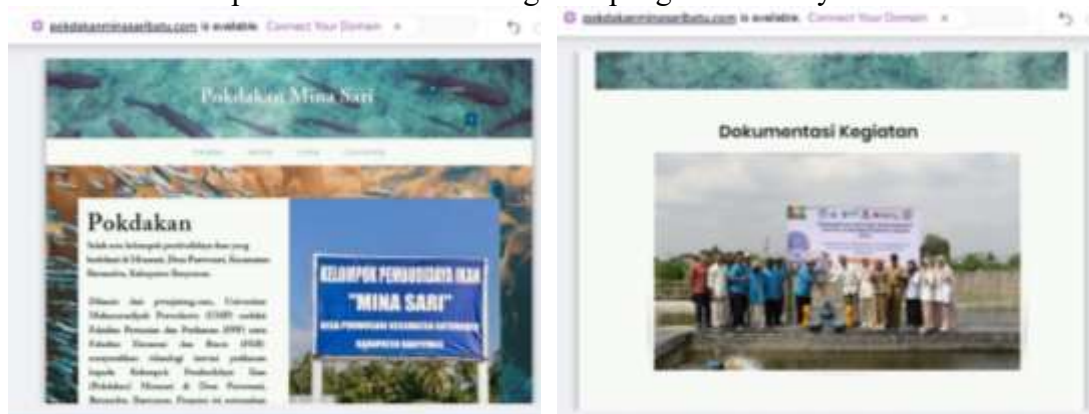
2. Implementasi Manajemen Keuangan Digital

Sebelum program dilaksanakan, pencatatan keuangan dilakukan secara manual dan tidak terdokumentasi dengan baik. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra mulai menggunakan aplikasi BukuWarung untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran harian, menghitung laba-rugi, serta menyusun laporan keuangan bulanan. Evaluasi menunjukkan 8 dari 10 anggota mampu menggunakan aplikasi secara mandiri dan konsisten, sehingga memperbaiki transparansi keuangan kelompok.

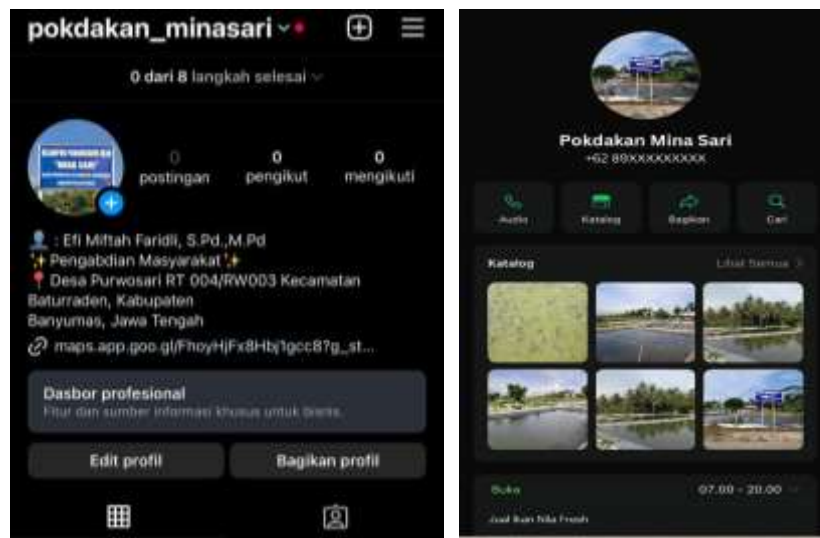
3. Dampak Sosial dan Keberlanjutan

Program ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan digital tetapi juga memberikan efek sosial. Anggota mitra menjadi lebih percaya diri, aktif berdiskusi, dan memiliki inisiatif untuk menjalin kemitraan dengan rumah makan lokal. Keterlibatan mahasiswa dalam program ini juga memperkuat kompetensi mahasiswa dalam mendampingi masyarakat secara langsung dan menerapkan ilmu di luar kelas (Bagis et al., 2022). Mitra juga menyatakan kesediaan untuk berlanjut menjadi mitra binaan UMP dalam program-program pengembangan ekonomi digital lainnya.

Berikut kami lampirkan dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat tersebut :



Gambar 1. Tampilan Website Mitra



Gambar 2. Tampilan Instagram dan WA Business Mitra



Gambar 3. Foto Kegiatan

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Pokdakan Mina Sari terbukti memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam meningkatkan keterampilan anggota kelompok dalam penggunaan media digital untuk pemasaran dan pencatatan keuangan. Transformasi digital melalui tahapan prepare, transform, dan lead berhasil mendorong peningkatan penjualan ikan nila, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan transparansi keuangan kelompok. Selain dampak ekonomi, program ini juga membangun kepercayaan diri anggota, mendorong kemitraan lokal, dan memperkuat keterlibatan mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat. Ke depan, disarankan agar program ini dilanjutkan melalui pendampingan berkelanjutan, penguatan branding Pokdakan, diversifikasi produk berbasis olahan ikan nila, dan peningkatan literasi digital serta finansial. Selain itu, kolaborasi strategis dengan instansi terkait dan pelaku usaha lokal juga perlu diperkuat guna memastikan keberlanjutan dan daya saing Pokdakan Mina Sari dalam ekosistem ekonomi digital pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Artina, N., Dafid, D., & Udjulawa, D. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Usaha Budidaya Ikan Nila Dalam Kolam Terpal di Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(01), 43–49. <https://doi.org/10.35447/prioritas.v4i01.510>

- Bagis, F., Pratama, B. C., Ikhsani, M. M., & Darmawan, A. (2020). IbM Strategi Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Diversifikasi Produk dan Digital Marketing pada Anggota Aisyiyah Ranting Bojanegara Kecamatan Sigaluh Kabupaten Banjarnegara. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 26–30. <https://doi.org/10.29040/budimas.v2i1.1010>
- Bagis, F., Yanuar Badharudin, A., Dwi Ario Wibowo, U., Nur Hamam, Z., Elora Fitri Solihfahmi, T., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Purwokerto, U. (2024). Pemberdayaan Kewirausahaan Islami Melalui E-Commerce Untuk Komunitas Mantan Psk Di Purwokerto: Sebuah Pendekatan Berbasis Teknologi (Vol. 6, Issue 3).
- Ikhsani, M. M., Bagis, F., Badharudin, A. Y., Hidayah, A., & Darmawan, A. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Kewirausahaan Pada Siswa Sma Muhammadiyah Boarding School (Mbs) Pondok Pesantren Zam-Zam Cilongok. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i2.6091>
- Muamar, M., & Bagis, F. (2022). Business Performance Analysis of Purwokerto Muslim MSMe in Personality and Entrepreneur Characteristic. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 5(1), 135–149. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v5i1.3989>
- Pratama, B. C., Bagis, F., Retnaningrum, M., & Innayah, M. N. (2019). Peningkatan Kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Analisa Studi Kelayakan Bisnis. *BERDIKARI: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 7(2), 107–111. <https://doi.org/10.18196/bdr.7262>
- Purbomartono, C., Rusman, A., Bagis, F., Filardhi, M. N., & Lenterani, F. (2025). Implementasi Kincir dalam Meningkatkan Produktivitas Ikan Nila di Pokdakan Minasari, Purwosari, Baturaden, Banyumas, Jawa Tengah. *Jurnal Gema Ngabdi*, 7(1), 156–162. <https://doi.org/10.29303/jgn.v7i1.500>
- Sehani, S., Emti, D., Yantos, Y., & Fatmawati, F. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Budidaya Ikan Nila Bagi Generasi Muda Di Kota Pekanbaru. *Azam Insan Cendikia*, 3(2), 166–174. <https://doi.org/10.62833/pkm.v3i2.112>
- Setiana, F. A., & Kurniawan, N. (2024). Digital Marketing dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Penjualan Produk Rabbani Perspektif Ekonomi Islam. *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics*, 3(1), 27–42. <https://doi.org/10.35878/jiose.v3i1.654>