

Pelatihan & Pemasaran Olahan Abon Ikan Tongkol Berbasis Digital Marketing Terhadap UMKM di Desa Pelangan

Sami'un^{1*}, Astrid Octavia Bahari², I Ketut Kusuma Wijaya³, Ahmad Fatoni Karim Amirullah⁴, Septia Andriani⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pendidikan Mandalika, Mataram, Indonesia

*Corresponding Author e-mail: sami_un@gmail.com

disubmit: 24-11-2024

dipublish: 30-12-2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Pelangan melalui pelatihan dan pemasaran produk olahan daging ikan tuna berbasis pemasaran digital. UMKM di desa ini memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk lokal, namun menghadapi tantangan berupa pemasaran yang terbatas dan pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal. Oleh karena itu, pelatihan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara efektif dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan e-commerce untuk memasarkan produk abon tuna. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pelatihan dan pendampingan yang melibatkan teori dan praktik pemasaran digital. Diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya pemasaran digital dan berdampak positif terhadap peningkatan penjualan serta visibilitas produk olahan tuna di pasar yang lebih luas. Implementasi pemasaran digital yang efektif diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Pelangan.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran, Pemasaran Digital, UMKM

Abstract

This research aims to develop the capacity of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Pelangan Village through training and marketing of processed tuna fish meat products based on digital marketing. MSMEs in this village have great potential in developing local products, but face challenges in limited marketing and less than optimal use of digital technology. Therefore, this training is focused on improving the skills of MSME players in managing their business effectively by utilizing digital platforms such as social media, websites and e-commerce to market shredded tuna products. The method used in this research is a training and mentoring approach involving digital marketing theory and practice. It is hoped that the results of this research can increase MSME players' understanding of the importance of digital marketing and have a positive impact on increasing sales and visibility of processed tuna products in the wider market. It is hoped that effective digital marketing implementation will expand the marketing network, increase product competitiveness, and encourage local economic growth in Pelangan Village.

Key Words: Training, Marketing, Digital Marketing, MSMEs

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Desa Pelangan merupakan salah satu desa dari Sembilan desa yang ada di Kecamatan Sekotong, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Pelangan memiliki 20 dusun, dimana mayoritas jumlah penduduknya sebagian besar bersuku daerah sasak yang terdiri dari 13 dusun islam, dan terdapat 7 dusun hindu. Luas wilayah desa pelanggan 15.296,98 hektar dengan jumlah penduduk sekitar 9.70 jiwa atau 3.028 KK. Adapun letak lokasi Desa Pelangan dapat dilihat pada peta wilayah berikut ini:



Gambar 1.1 Peta Wilayah desa Pelangan

Desa Pelangan dikelilingi oleh pegunungan dan pantai wisata, Lingkungan kampung masih terasa asri, tetapi jumlah pohon relatif sedikit dibandingkan wilayah desa yang luas. Hal tersebut menjadikan jalan-jalan di kampung terasa sedikit gersang. Mayoritas penduduk di desa Pelangan bermata pencarian sebagai peternak, petani, nelayan dan buruh tani. Jenis hewan yang ditenakan berupa sapi, babi, ayam, dan kambing.

Generasi muda cukup banyak, namun hanya sebagian kecil yang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dari sekolah dasar. Hal ini dikarenakan masyarakat kurang paham akan pentingnya pendidikan, sehingga mayoritas kaum muda lebih memilih mencari uang daripada sekolah.

Kebersihan lingkungan di setiap dusun dirasa masih kurang. Hal ini disebabkan karena rutinitas penduduk yang pergi bekerja pada pagi hari dan baru pulang sore hari menjadi salah satu faktor penyebab terabaikannya kebersihan lingkungan. Faktor lain yang sangat berpengaruh adalah pendidikan penduduk yang relatif rendah sehingga kurangnya pengetahuan dalam menjaga lingkungan.

VISI : “Menuju Desa Pelangan Yang “TENTRAM” (Tertib,Toleransi, Religius, Aman, Dan Maju)”

MISI :

1. Menyelenggarakan pemerintahan yang bersih, transparan dan akuntabel yang terbebas dari korupsi serta bentuk-bentuk penyelewengan lainnya. Serta memaksimalkan fungsi lembaga-lembaga desa.
2. Pengalokasian anggaran berdasarkan hasil Musyawarah Desa dan skala prioritas yang berpihak kepada masyarakat.
3. Mempublikasikan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa melalui papan informasi, buletin, spanduk, baliho dan website desa agar bias diakses secara terbuka oleh masyarakat.
4. Menyampaikan Laporan Keterangan Pertanggung Jawaban (LKPJ) kepada BPD dan Masyarakat setiap tahun. Dan menyampaikan Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Desa (LPPD) kepada BUPATI.
5. Melakukan reformasi system kinerja aparatur pemerintahan desa, memfungsikan dan menetapkan perangkat desa sesuai dengan TUPOKSI masing-masing serta menata administrasi desa guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.
6. Memaksimalkan fungsi lembaga-lembaga desa (LPM, Karang Taruna, PKK, Posyandu dan lembaga-lembaga lain yang ada di desa).
7. Menjalani komunikasi dan koordinasi dengan BPD sebagai mitra kerja pemerintah.
8. Melakukan pembinaan terhadap pemuda dan olahraga
9. Membangun sarana dan fasilitas lapangan olahraga
10. Memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada kelompok tani

- Mengadakan festival lokal yang memadukan budaya dan produk wisatanya untuk menarik lebih banyak pengunjung
3. Pelatihan dan pemberdayaan SDM
 - Menyelenggarakan pelatihan bagi pelaku wisata dan UMKM tentang pemasaran, manajemen bisnis, dan pelayanan pelanggan
 - Mengajak ahli atau praktis yang berpengalaman untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan
 4. Akses modal dan pendanaan
 - Mengidentifikasi program pemerintah atau lembaga keuangan yang menawarkan pinjaman atau bantuan untuk pelaku UMKM
 - Membentuk koperasi atau kelompok usaha bersama untuk memudahkan akses terhadap modal
 5. Diversifikasi produk
 - Mengedukasi pelaku UMKM untuk mengembangkan produk lokal yang unik dan menarik bagi wisatawan
 - Mendorong kolaborasi antarpelaku usaha untuk menciptakan paket produk yang menarik, seperti kerajinan tangan atau makanan khas.
 6. Keberlanjutan lingkungan
 - Menerapkan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan, seperti pengelolaan sampah dan konservasi lingkungan, untuk menjaga keindahan alam.
 - Mengedukasi masyarakat dan wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan.
 7. Koordinasi dan kerjasama
 - Membangun forum atau kelompok kerja untuk memperkuat komunikasi antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan masyarakat.
 - Mengadakan pertemuan rutin untuk mengevaluasi perkembangan, tantangan, dan solusi yang sedang diupayakan.
 8. Membuat produk varian baru bagi UMKM
 - Untuk meningkatkan pendapatan bagi masyarakat UMKM di desa pelanggan.
 - Mempromosikan kepada khalayak agar dikenal luas diseluruh masyarakat Indonesia.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan, tim pengabdian mengadakan program Pelatihan Dan Pemasaran olahan abon ikan tongkol berbasis digital marketing terhadap UMKM di desa pelanggan dengan langkah-langka kegiatan sebagai berikut:

1. Diskusi bersama dengan tim pengabdian mengenai konsep program dan pelatihan UMKM. Dalam diskusi ini pengabdian menentukan jadwal serta lokasi tempat yang akan diadakannya program tersebut.
2. Konsultasi dan meminta persetujuan dengan kepala desa pelanggan dan serta pelaku umkm.
3. Membuat jadwal dan lokasi resminya
4. Berlatih membuat olahan abon ikan tongkol terlebih dahulu di posko lokasi pengabdian.
5. Mulai melaksanakan program kegiatan yang dilaksanakan di lingkungan masyarakat dusun selindungan. Kegiatan yang terurai diatas dilakukan dengan keseimbangan masyarakat hingga kepala desa setempat.

Jadwal Kegiatan**Tabel 4.1 Jadwal pelaksanaan program kegiatan posyandu ternak**

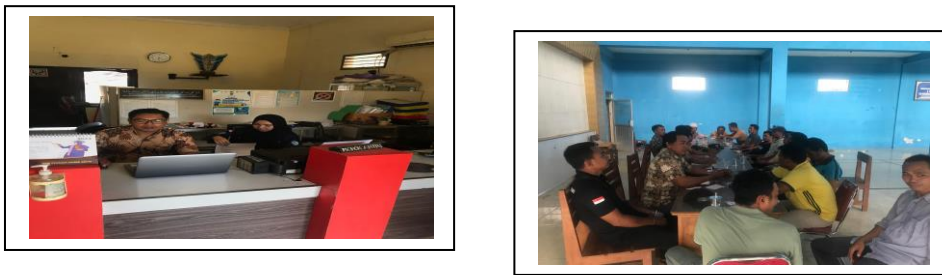
No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1.	20 Oktober 2024	Pengajuan surat izin Kegiatan kepada kepala desa pelanggan dan pelaku umkm	Permintaan surat izin terkait kegiatan pelatihan dan pemasaran olahan abon ikan tongkol berbasis digital marketing terhadap UMKM desa pelanggan, kepada kepala desa pelanggan
2.	4 November 2024	Membuat olahan ikan abon tongkol dan mengemas kedalam tempat kemasan yang sudah di sediakan	Mempersiapkan rancangan prosedur pembuatan dan pemasaran abon ikan tongkol
3.	6 November 2024	Tahap Pelaksanaan Kegiatan	Pelaksanaan kegiatan pemasaran abon ikan tongkol berbasis digital marketing

Hasil Yang Dicapai

Program kerja pengabdian kepada masyarakat lebih berfokus ke pelatihan dan pemasaran olahan abon ikan tongkol berbasis digital marketing terhadap UMKM desa pelanggan, hasil yang dicapai dari kegiatan yang dibuat adalah sebagai berikut:

1. Memfasilitasi pelatihan tentang cara pemasaran produk bersama tim pengabdian di desa pelanggan. Lebih berfokus memberikan arahan kepada masyarakat agar membuat produk varian baru seperti abon ikan tongkol untuk meningkatkan pendapatan masyarakat desa pelanggan, mengingat di desa pelanggan masyarakat disana mata utama pencahariannya yaitu nelayan jenis ikan tongkol karna lokasi dekat dengan pesisir pantai. Maka dari itu tim pengabdian merasakan adanya minat masyarakat dalam memanfaatkan media social sebagai tempat pemasaran yang mudah, efektif dan efisien. Dengan mengangkat tema “pelatihan dan pemasaran olahan abon ikan tongkol berbasis digital marketing terhadap UMKM di desa pelanggan. Kegiatan ini disambut baik oleh masyarakat setempat beserta pelaku UMKM karna dengan adanya varian produk baru bisa meningkatkan kreatifitas dalam mengolah bahan mentah seperti ikan tongkol menjadi bahan makanan siap jadi seperti abon ikan tongkol.
2. Dari adanya pelatihan dari Tim pengabdian ini pelaku UMKM bisa meningkatkan pemahaman dalam menggunakan media social sebagai tempat pemasaran yang sangat menarik dan juga tidak mempersulit masyarakat dalam melakukan pemasaran produk yang akan di promosikan ke media social seperti abon ikan tongkol agar bisa dikenal luas oleh masyarakat Indonesia.

Gambar 5.1 Permintaan izin menjalankan program kepada bapak Kepala Desa



Gambar 5.2 Proses pembuatan olahan abon ikan tongkol



KESIMPULAN

Berdasarkan uraian kegiatan dan rangkaian penyelesaian masalah yang ada di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Fokus program kinerja tim pengabdian kepada masyarakat adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pembelajaran tata Bahasa, baik dari kalangan anak-anak maupun remaja desa. Pengadaan program Pelatihan dan pemasaran digital Marketing guna pengembangan UMKM di desa pelangan program yang cukup sukses untuk meningkatkan UMKM di desa pelangan, interaksi ibu-ibu dan masyarakat desa serta meningkatnya minat dan kesadaran masyarakat untuk mempelajari Pelatihan digital marketing guna pengembangan UMKM di desa pelangan sukses terlaksana sebagaimana mestinya.
2. Selama proses pengabdian kepada masyarakat di desa pelangan, terdapat banyak program tambahan yang menjadi pembelajaran untuk kami, mulai dari kegiatan social lainnya
3. Kendala yang dialami tim pengabdian masyarakat selama kegiatan berlangsung yakni sulitnya meningkatkan kesadaran anak-anak akan pentingnya penguasaan bahasa internasional di era milenial ini. Selain itu kendala pelaksanaan program pengabdian terkait gagalnya pelaksanaan kegiatan dikarenakan keadaan cuaca yang buruk.

DAFTAR PUSTAKA

1. Oktamalia, Oktamalia, et al. "Produksi Abon Ikan Tongkol Sebagai Alternatif Usaha Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Serangai Kec Batik Nau Kabupaten Bengkulu Utara." *PAKDEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2.1 (2022): 181-186.
2. Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., ... & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Nurjanah, Y., Aulya, S., Sari, A. N. K. P., & Padilah, S. (2022). PKM Pendampingan UMKM Go Digital Pada UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan UMKM Japlak Balandongan. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(2), 33-40.

Lampiran-Lampiran

Lampiran 1. Foto-foto kegiatan

Permintaan perizinan dalam melakukan kegiatan



Proses dan bahan-bahan dalam pembuatan abon ikan tongkol



Pelaksanaan pemasaran produk abon ikan tongkol berbasis digital marketing kepada masyarakat

