

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN ABON IKAN PADA KOPERASI MUKTI BAHARI SEJAHTERA GARUT

Muhammad Ridwan Caesar S.I.P., M.A.P.^{1,*} Asep Nurhikmat²⁾, Cintya Dewi Aliece Tya³⁾, Fajar Ramadan⁴⁾, Irham Risuna⁵⁾, Komara Saputra⁶⁾, Nani Sumarni⁷⁾

¹⁾Muhammad Ridwan Caesar S.I.P., M.A.P 1 (Admintitrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Al-Ghifari, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40293)

²⁾Asep Nurhikmat 2 (Manajemen, Fakultas Ekonomi, Al-Ghifari, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40293)

³⁾Cintya Dewi Aliece Tya 3 (Admintitrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Al-Ghifari, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40293)

⁴⁾Fajar Ramadan 4 (Admintitrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Al-Ghifari, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40293)

⁵⁾Irham Risuna 5 (Manajemen, Fakultas Ekonomi, Al-Ghifari, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40293)

⁶⁾Komara Saputra 6 (Manajemen, Fakultas Ekonomi, Al-Ghifari, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40293)

⁷⁾Nani Sumarni 7 ((Admintitrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Al-Ghifari, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40293)

Corresponding author : M. Ridwan Caesar.,S.I.P .,M.A.P
E-mail : (m.caesar@unfari.co.id)

ABSTRAK

Pemasaran merupakan hal penting dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Jika pemasaran suatu produk ini kurang maksimal maka mempengaruhi terhadap pemasaran bahkan sampai gulung tikar. Hal tersebut dialami oleh Koperasi nelayan yang ada di Desa Karangwangi Kecamatan Mekarmukti Kabupaten garut. Koperasi nelayan ini membuat produk olahan ikan namun sangat disayangkan dalam proses pemasaran yang dilakukan kurang baik sehingga membuat koperasi nelayan ini hampir tidak beroperasi dalam pengelolaan abon ikan. Dengan adanya permasalahan tersebut Kelompok 21 KKN MBKM ini berinovasi untuk memperluas pemasaran olahan abon ikan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi atau digital marketing. Kemajuan teknologi saat ini sangat membantu dalam pengenalan produk atau promosi karena semua manusia pasti menggunakan dan memanfaatkan adanya teknologi. Dengan adanya teknologi ini dapat memperluas jaringan dan koneksi hingga keberbagai Negara. Kelompok 21 KKN MBKM ini memanfaatkan teknologi seperti pemasaran digital melalui E-Commerce dan media sosial untuk memperluas pemasaran olahan abon ikan. Metode yang digunakan yaitu dengan mengadakan seminar dan memberikan pemahaman kepada koperasi nelayan ini dalam pemasaran digital. Hasil dari kelompok 21 KKN MBKM ini yaitu pembaharuan kemasan dan pemasaran melalui shopee, instagram dan tiktok. Dengan adanya inovasi baru tersebut diharapkan koperasi nelayan ini dapat mengembangkan kembali usahanya terutama dalam pengelolaan abon ikan.

Kata kunci: pemasaran; digital marketing

ABSTRACT

Marketing is an important thing in introducing products to the wider community. If the marketing of a product is not optimal, it will affect the marketing and even go out of business. This is experienced by the fishermen's cooperative in Karangwangi Village, Mekarmukti District, Garut Regency. This fisherman's cooperative makes processed fish products, but it is unfortunate that the marketing process is not done well so that this fisherman's cooperative almost does not operate in the management of shredded fish. With these problems, the Group of 21 KKN MBKM innovates to expand the marketing of processed fish floss by utilizing technological advances or digital marketing. Current technological advances are very helpful in product introduction or promotion because all humans must use and take advantage of technology. With this technology, it can expand networks and connections to various countries. This group of 21 KKN MBKM utilizes technology such as digital marketing through E-Commerce and social media to expand the marketing of processed fish floss. The method used is by holding seminars and providing understanding to this fishing cooperative in digital marketing. The results of the 21 MBKM KKN group are packaging and marketing renewal through shopee, instagram and tiktok. With this new innovation, it is hoped that the fishermen's cooperative can redevelop its business, especially in the management of shredded fish.

Keywords: marketing; digital marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dari waktu ke waktu semakin canggih, banyak inovasi-inovasi baru bermunculan demi mendukung kebutuhan manusia. Pada dasarnya teknologi bertujuan untuk memberikan kemudahan dari berbagai aspek kehidupan, baik dalam bekerja, berkomunikasi bahkan menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat (Garaika, 2020). Namun terkadang teknologi juga dapat memberikan dampak negatif terhadap kehidupan sosial di masyarakat. Perkembangan teknologi dan aplikasi yang ada saat ini bahkan telah mempengaruhi perilaku sosial seseorang seperti dalam memesan makanan melalui online. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing.

Yang dimaksud digital marketing ialah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Digital marketing dapat membantu pelaku usaha yakni UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa serta mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak, dan cara berkomunikasi (Prabowo, 2018). Pada zaman canggih internet dan beberapa media sosial yang dapat mendukung dan dimanfaatkan oleh semua masyarakat dalam pemanfaatan positif maupun pemanfaatan negatif. Beberapa media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, twitter dan youtube mampu dimanfaatkan untuk media promosi.

Pemasaran merupakan salah satu langkah dalam memperkenalkan produk untuk dikenal masyarakat secara luas. Jika pemasaran ini gagal maka usaha yang dijalani tidak akan berkembang dan bahkan bisa menjadi tidak beroperasi kembali, seperti yang dialami oleh salah satu koperasi nelayan yang berda di Desa karangwangi Kecamatan Mekar mukti Kabupaten garut ini. Hasil tangkapan ikan yang didapat dikelola oleh koperasi dan kemudian diolah menjadi sebuah produk Abon Ikan. Olahan abon ikan ini bervariasi ada yang dibuat dari ikan tuna, cakalang, banyar dan ikan tongkol, abon ikan tuna. Salah satu yang menjadi icon olahan abon ikan ini yaitu dari ikan tuna. Koperasi nelayan ini sudah berinovasi dalam pembuatan abon ikan ini, namun dalam tahap pemasaran koperasi nelayan ini memiliki hambatan karena tidak memiliki jaringan pasar yang luas sehingga penjualan produk abon ikan ini tidak mengalami peningkatan.

Berdasarkan permasalahan diatas, dalam kegiatan KKN ini penulis ingin memberdayakan wirausaha produk olahan abon ikan yang dikelola oleh Koperasi nelayan yang berada di desa Karangwangi, Kabupaten Garut ini. Dalam upaya memberdayakan wirausahawan tersebut maka perlu membuat pemahaman mengenai bagaimana berinovasi dalam pembuatan produk hingga memasarkannya melalui perkembangan teknologi saat ini. Hal ini bertujuan agar produk yang dibuat oleh koperasi nelayan tersebut dapat memahami dan mengimplementasikan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan pemasaran produk serta dapat meningkatkan penghasilan.

METODE

Metode dalam pelaksanaan KKN MBKM Unfari ini dilakukan dengan mengadakan pelatihan, pendampingan, serta memasarkan langsung produk secara online dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Metode tersebut terprogram dan dilakukan bertahap setiap minggu selama 20 hari. Adapun strategi yang penulis gunakan diantaranya:

A. Perencanaan

Tahap awal Kegiatan KKN ini adalah dengan menentukan rencana program selama 20 hari. Pada tahap ini penulis melakukan survei untuk mengetahui permasalahan mitra sehingga dapat dicari solusinya. Survei ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada mitra KKN maupun perangkat desa terkait untuk mendukung program KKN ini.

B. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini merupakan tahap dilaksanakannya program kegiatan yang telah di rencanakan sebelumnya. Program kegiatannya berupa seminar UMKM serta pendampingan praktek langsung agar peserta memahami materi pelatihan yang telah disampaikan sebelumnya. Materi disiapkan terlebih dahulu dengan memperhatikan kesesuaian informasi. Pemateri seminar ini merupakan

pegawai dari Koperasi dan UMKM Kabupaten Garut. Materi yang diberikan dalam seminar ini terdiri dari inovasi pengembangan dan pengemasan produk, pemasaran melalui *E-commerce*, dan Strategi *Social Media Marketing*. Berikut merupakan tahapan dalam pembuatan abon ikan cakalang.



Gambar 1. Ikan Cakalang

Ikan cakalang yang sudah dicuci bersih kemudian dipotong-potong agar lebih, potongan ikan cakalang diberi air lemon agar mengurangi bau amis pada ikan.



Gambar 2. Perendaman dengan menggunakan lemon

Setelah diberikan air lemon kemudian ikan cakalang dikukus kemudian ditiriskan dan tulang ikan dipisahkan dari daging.



Gambar 3 Pengukusan Ikan Cakalang



Gambar 4 Hasil Pengukusan

Ikan cakalang yang sudah dikukus dan dibuang tulangnya langsung dihancurkan dan diberikan bumbu seperti bawang putih, penyedap dan bumbu lainnya.



Gambar 5. Proses Pencampuran bumbu

Ikan yang sudah dihaluskan dan diberi bumbu langsung digoreng kurang lebih 2-3 menit hingga warnanya agak kekuningan. Setelah itu ditiriskan dan dilakukan proses penyaringan minyak yang masih menempel di abon.



Gambar 6. Proses penyaringan

Abon yang sudah disaring dan ditiriskan kembali hingga kering, kemudian abon tersebut diaduk agar tidak menggumpal.



Gambar 7. Proses pengembangan

Jika abon sudah tidak menggumpal maka langkah selanjutnya yaitu proses pengemasan.

C. Evaluasi

Tahap evaluasi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana program yang dilaksanakan tepat sasaran. Hasil dari evaluasi ini digunakan untuk bahan analisis yang mampu menerapkan pada kegiatan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan KKN dilaksanakan dari tanggal 25 Juni hingga 15 Juli 2022. Selama 20 hari banyak kegiatan yang telah dilaksanakan seperti mendatangi berbagai pelaku usaha atau UMKM yang berada di Desa Karangwangi. Pada minggu pertama dilakukan diskusi bersama mitra KKN untuk menggali dan melakukan pendataan UMKM yang ada di desa tersebut, kemudian menggali permasalahan melalui observasi dan wawancara serta mencari solusinya.

Setelah mengetahui permasalahan dari masing-masing pelaku usaha atau UMKM, kemudian memilih salah satu pelaku usaha yang menjadi daya tarik dan memiliki peluang lebih besar untuk berkembang. Selanjutnya program pelatihan dimulai pada minggu kedua, kegiatan pertama yang diberikan kepada pelaku usaha adalah materi pelatihan tentang inovasi pengembangan dan pengemasan produk, pemasaran dengan menerapkan digital marketing. Kegiatan ini mengajak pegawai dari Koperasi dan UMKM Kabupaten Garut sebagai pemateri untuk memberikan materi kepada pelaku usaha. Materi ini diberikan untuk dapat memahami para pelaku usaha agar mampu berinovasi serta memberikan pengetahuan dalam membuat kemasan yang lebih menarik sehingga dapat menarik pelanggan. Kegiatan selanjutnya yaitu membuat desain kemasan yang lebih menarik dengan bantuan dari mahasiswa KKN. Desain kemasan ini dibuat agar memberikan identitas pada produk dan memberikan beberapa informasi mengenai produk dari komposisi, manfaat dari produk tersebut, tempat produksi, serta social media usaha dari olahan abon ikan.



Gambar 8. Kemasan Sebelum dan Sesudah Seminar

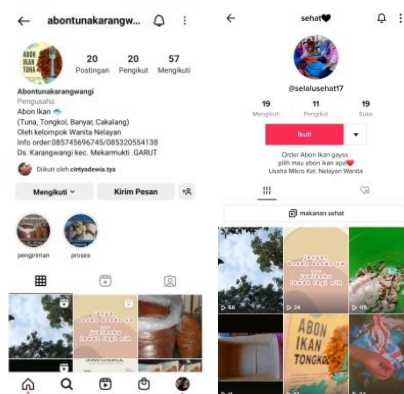
Kegiatan berikutnya yaitu pengenalan Platform E-commerce oleh mahasiswa KKN sebagai mentor untuk memperkenalkan berbagai macam platform E-Commerce serta cara penggunaannya

kepada pelaku usaha. Selain menjadi mentor, mahasiswa KKN juga mendampingi pelaku usaha dalam membuat toko di salah satu platform E-commerce yaitu Shopee. Adanya kegiatan ini diharapkan produk tersebut dapat dipasarkan melalui E-commerce sehingga dapat memperluas target pemasaran.



Gambar 9. Pemasaran Melalui Shopee

Selanjutnya adalah penerapan strategi social media marketing, kegiatan ini dilakukan untuk memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi sehingga produk dapat dikenal oleh seluruh masyarakat. Media sosial yang digunakan adalah Instagram dan tiktok, penerapan ini dimulai dari pembuatan akun dan penggunaannya sebagai media promosi serta penjualan secara online. Diharapkan hasil dari pembeli ataupun pelanggan baru bagi produk olahan Abon ikan



Gambar 10. Pemasaran Melalui Instagram dan Tiktok

Hasil evaluasi dari kegiatan ini berupa masukan terhadap promosi dalam sosial media dengan melampirkan testimoni dari pelanggan dan pengoptimalan promosi di aplikasi Shopee. Pelaksanaan kegiatan KKN dalam memberdayakan wirausaha selama 20 hari ini sudah terlaksana dengan baik dan diharapkan dapat mengimplementasikan pada pelaku usaha atau UMKM Abon Ikan secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi koperasi nelayan beserta tim usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pemberdayaan wirausaha yang dilakukan oleh mahasiswa KKN MBKM Universitas Al-Ghifari pada pelaku usaha atau UMKM Abon Ikan di Desa Karangwangi Kecamatan Mekarmukti Kabupaten Garut. bertujuan untuk mengembangkan usaha dengan pemanfaatan teknologi. Pelaksanaan kegiatan dimulai dari memperbaharui kemasan produk menjadi lebih menarik sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Kemudian pemasaran produk secara online menggunakan platform E-commerce Shopee, dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok.

Saran

Berdasarkan kegiatan KKN MBKM ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan mengimplementasikan oleh pelaku usaha secara berkelanjutan agar usaha tersebut dapat berkembang dan penjualan semakin meningkat sehingga dapat mensejahterakan koperasi nelayan dan tim usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas doa, dukungan, bantuan, arahan, bimbingan penulis sampaikan kepada :

1. Universitas Al-Ghifari yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan KKN MBKM
2. Kepala Desa Karangwangi dan seluruh perangkat desa lainnya selaku mitra kegiatan KKN ini yang telah membantu dan melancarkan kegiatan KKN ini
3. M. Ridwan Caesar, S.I.P., M.A.P selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN MBKM Universitas Al-Ghifari Kelompok 21 yang telah membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktunya dalam proses kegiatan KKN secara daring.
4. Rekan-rekan KKN MBKM Universitas Al-Ghifari Kelompok 21 yang telah bekerja sama menyelesaikan program kerja kegiatan KKN ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Sukardi, K, D. (2002). Pengantar Pelaksanaan Program Bimbingan dan Konseling di Sekolah. Jakarta: Rineka Cipta. [\[Buku Penulis Tunggal\]](#)
- Cone, J.D., & Foster, S.L. (1993). Dissertations and theses from start to finish: Psychology and related fields. Washington, DC: American Psychological Association. [\[Buku Penulis Dua\]](#)
- Darmayanti, N. W. S., & Zulkarnain, Z. (2018). Pemberian Pengayaan Materi Pelajaran Fisika Untuk Siswa Melalui Kegiatan Bimbingan Belajar di Luar Jam Sekolah di Desa Gontoran, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. 1(2) . 1-4. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v1i2.454>. [\[Jurnal dengan DOI\]](#)
- Darmayanti, N. W. S., & Zulkarnain, Z. (2018). Pemberian Pengayaan Materi Pelajaran Fisika Untuk Siswa Melalui Kegiatan Bimbingan Belajar di Luar Jam Sekolah di Desa Gontoran, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. 1(2) . 1-4. [\[Jurnal tanpa DOI\]](#)
- Syahrudin, Vera, M., and Dewi, P. (2017). Development of Matlab Based Computer Programming Modules. Proceedings of Mataram IKIP National Seminar, Mataram, Indonesia, 12-14. [\[Prosiding/ Seminar\]](#)
- Bernstein, M. (2002). 10 tips on writing the living Web. A List Apart: For People Who Make Websites, 149. Retrieved from <http://www.alistapart.com/articles> [\[Akses Internet\]](#)