

Peningkatan Perekonomian Hasil Produksi Kerupuk Ikan Bandeng Melalui Pemasaran E-Commerce Di Desa Kuala Leuge Pereulak Aceh Timur

Rahmatul Fajri ^{1*}, Ulil Amna ¹, Fajriani ², Afrahun Naziah ², Fitriani ¹, Yulida Amri ¹, Rachmad Almi Putra ², dan Benni Al Fajar ³

Kata Kunci:

Ikan Bandeng
Kerupuk
Kuala Leuge
E-Commerce

Correspondensi Author

Rahmatul Fajri
Bidang Ilmu Kimia, Universitas
Samudra
Jl. Prof. Syarif Thayeb, Meurandeh,
Langsa-Aceh
Email: rahmatulfajri@unsam.ac.id

History Artikel

Received: 11-04-2023;
Reviewed: 23-04-2023
Revised: 29-04-2023
Accepted: 03-05-2023
Published: 30-06-2023

Abstrak. Pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa Kuala Leuge Pereulak Aceh Timur melalui pemasaran hasil produksi masyarakat setempat dengan Teknik pemasaran e-commerce. Metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan yaitu melalui sosialisasi atau edukasi mengenai pemanfaatan hasil laut secara efektif melalui produksi kerupuk ikan bandeng yang dipasarkan secara e-commerce. Hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan memberikan dampak positif terhadap masyarakat di desa Kuala Leuge, yaitu dapat meningkatkan kreativitas masyarakat dalam mengolah sumber daya yang ada untuk meningkatkan perekonomian, tidak hanya itu mellaui pelatihan dari kegiatan yang dilakukan masyarakat lebih mudah untuk memasarkan hasil produksi secara online secara e-commerce. Dari hasil kegiatan yang dilakukan menunjukkan terjadi peningkatan jumlah produk yang terjual setiap bulannya.

Abstract. The community service that has been carried out aims to improve the economy of the Kuala Leuge Pereulak village community in East Aceh through marketing local community products with e-commerce marketing techniques. The method of implementing the service carried out is through socialization or education regarding the effective use of marine products through the production of milkfish crackers which are marketed e-commerce. The results of the service activities that have been carried out have a positive impact on the community in Kuala Leuge village, namely being able to increase community creativity in processing existing resources to improve the economy, not only that through training from activities carried out by the community it is easier to market production results online in e-commerce. From the results of the activities carried out, it shows that there is an increase in the number of products sold every month.



Pendahuluan

Kuala Leuge merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Peureulak, Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh, Indonesia. Kuala Leuge merupakan daerah dataran rendah yang berada di daerah pesisir yang sebahagian besar mata pencaharian masyarakatnya didominasi sebagai nelayan. Desa ini memiliki berbagai potensi yang layak untuk diberi perhatian dan dikembangkan, diantaranya adalah dalam industri produksi hasil laut dan hasil tambak dikarenakan Desa Kuala Leuge memiliki TPI (Tempat penampungan ikan) dan tambak yang sangat luas.

Potensi desa Kuala Leuge saat ini tidak dikelola dengan maksimal sehingga berdampak pada perekonomian masyarakat, masyarakat menjadi kurang produktif terkhusus ibu-ibu yang ada di Desa Kuala Leuge. Desa Kuala Leuge memiliki banyak tambak produktif dimana hasil panen umumnya berupa ikan bandeng, ikan kerapu, dan udang vaname, sedangkan dari hasil laut banyak menghasilkan tangkapan ikan mening yang nantinya akan dijadikan sebagai ikan asin. Oleh sebab itu diperlukan untuk menempatkan masyarakat sebagai subyek pemberdayaan dalam rangka mengenali permasalahan dan ikut dalam perencanaan program akan menghasilkan kemandirian yang tinggi (Mubyarto, 1984; Sajogyo, 1982). Permasalahan yang sering dihadapi dalam bidang pemberdayaan dan peningkatan pendapatan masyarakat adalah dalam hal pengolahan hasil laut dan pemasaran yang belum optimal, sehingga pendapatan masih yang terbatas dan tidak stabil. Selain itu kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kandungan yang terdapat pada ikan bandeng. Ikan bandeng merupakan salah satu jenis ikan air payau yang memiliki rasa yang spesifik dan telah dikenal di Indonesia bahkan di luar negeri. Kandungan omega-3 ikan bandeng sebesar 14.2%, melebihi kandungan omega-3 pada ikan salmon (2.6%), ikan tuna (0.2%) dan ikan sardines/ mackerel (3.9%) menurut balai pengembangan dan pengujian mutu hasil perikanan (Imelda Dian Rahmawati 2014).

Ikan bandeng memiliki cita rasa khas sehingga banyak digemari masyarakat. Ikan ini disukai karena rasanya gurih, rasa dagingnya netral (tidak asin seperti ikan laut) dan tidak amis bila dibandingkan dengan jenis ikan yang lainnya, terutama ikan air tawar. Sebagai upaya pemanfaatan ikan bandeng yang jumlahnya melimpah namun belum banyak dimanfaatkan, serta untuk meningkatkan nilai ekonomisnya, maka ikan bandeng dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam pengolahan kerupuk ikan. Hal ini didukung pula dengan tulang halus yang dimiliki ikan bandeng sehingga tulang tersebut dapat ikut dimanfaatkan dalam pengolahan kerupuk ikan (Sumadi and Ansar 2021). Ikan bandeng memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan jenis ikan lainnya yaitu memiliki rasa cukup enak dan gurih, rasa daging netral (tidak asin seperti ikan laut) dan tidak mudah hancur jika dimasak. Selain itu, harganya juga terjangkau oleh segala lapisan masyarakat (Susanto 2010)

Pemasaran hasil laut saat ini masih sangat terbatas dimana pengolahan ikan asin pemasarannya saat ini hanya ke beberapa daerah saja. Hal ini karena kurangnya inovasi dan pemahaman masyarakat dalam memproduksi dan memasarkan hasil laut dan proses penjualan masih bergantung pada pemesanan offline saja yaitu ketika pembeli datang langsung ke lokasi TPI ataupun pemesanan yang melalui via telepon untuk diluar daerah Kuala Leuge, sehingga pangsa pasar masih relatif sempit. Padahal semakin luas pangsa pasar maka dimungkinkan pula terjadi peningkatan permintaan pasar, hal ini juga dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi untuk jual beli secara elektronik (online).

Metode

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan 2 tahapan kegiatan. Kegiatan pertama yaitu kegiatan utama yaitu pembuatan kerupuk dari ikan bandeng yang akan dilaksanakan oleh masyarakat setempat yaitu desa Kuala Leuge, sedangkan kegiatan kedua yaitu mengajarkan masyarakat mengenai pemasaran secara online dengan membuat *Website E-Commerce*. Kegiatan pertama pembuatan kerupuk ikan bandeng dilaksanakan dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat terutama ibu rumah tangga bagaimana pembuatan kerupuk ikan bandeng dan memberikan contoh kemasan untuk mempermudah pemasaran produk. Kegiatan ini dilakukan tepatnya pada tanggal 11 Agustus 2021 bertempat di Balai Pengajian Desa Kuala Leuge.

Pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar hal tersebut terlihat dari antusiasnya warga untuk mengikuti kegiatan pelatihan dari awal kegiatan hingga selesainya kegiatan. Proses pelatihan tahapan awal dilakukan sosialisasi mengenai manfaat dari kerupuk ikan bandeng serta bagaimana cara memanfaatkan potensi yang ada, selanjutnya tim melakukan penjelasan kepada masyarakat tentang teknik pembuatan kerupuk ikan bandeng tahap pertahap hingga proses pengemasan.



Gambar 1. Proses Pembuatan Kerupuk Ikan Bandeng Desa Kuala Leuge

Tahpan kedua dari kegiatan yaitu pembuatan website e-commerce, pada dasarnya masyarakat hamper seluruhnya telah memiliki social media dan telah mahir dalam bersosial media, namun masyarakat masi belum paham bagaimana memanfaatkan social media sebagai bentuk tempat pemasaran usaha mereka. Sehingga, pada kegiatan ini masyarakat dibimbing untuk memanfaatkan social media sebagai tempat promosi jualan atau hasil usaha kerupuk ikan bandeng yang telah diproduksi.

Hasil Dan Pembahasan

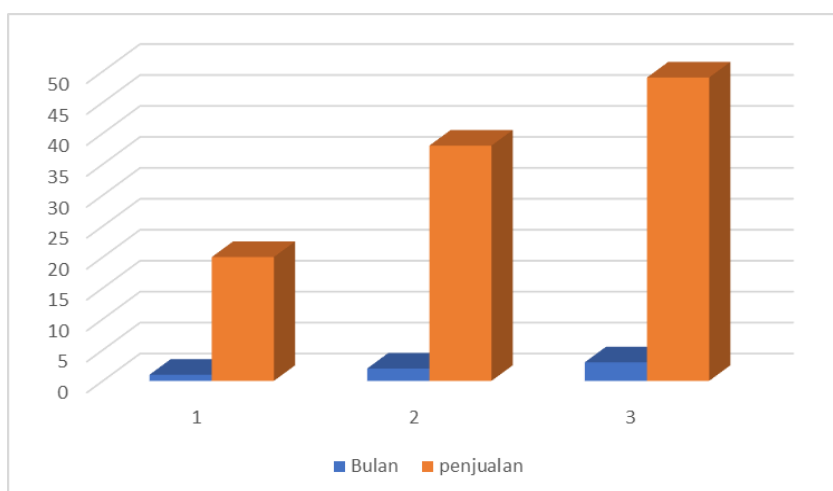
Hasil yang dicapai dari kegiatan pelatihan yang telah dilakukan di Desa Kuala Leuge Peureulak Kabupaten Aceh Timur yaitu, masyarakat dapat mengetahui potensi dalam mengelola ikan bandeng menjadi olahan praktis yang dapat diperjual belikan sehingga dapat meningkatkan ekonomi terutama bagi masyarakat ibu rumah tangga di desa tersebut. Selain itu, kegiatan yang telah dilakukan juga dapat meningkatkan keterampilan masyarakat untuk mengolah ikan bandeng menjadi kerupuk dengan kemasan yang lebih menarik, sehingga mampu meningkatkan omset penjualan. Masyarakat awalnya menganggap kemasan bukanlah hal yang penting dalam proses penjualan, setelah mengikuti pelatihan masyarakat baru menyadari bahwa kemasan merupakan salah satu hal penting dalam penjualan.

Menurut (Widiati 2020) kemasan adalah salah satu senjata dalam dunia bisnis saat ini. Melalui kemasan konsumen mampu memberikan penilaian terhadap karakter dan citra produk. Melalui kemasan produsen mampu menyampaikan nilai, isi, dan manfaat sebuah produk. Kemasan juga

mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian oleh sebab itu kemasan sering dikatakan sebagai silent salesman. Sehingga dengan kemasan yang baik dan menarik dapat menentukan omset penjualan suatu produk. Selain kemasan strategi pemasaran lainnya yaitu melalui Teknik penjualan secara online. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu, sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi (Septiana and Jumiati 2021).

Tidak dipungkiri dewasa ini masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara online dibandingkan datang langsung ke lokasi pasar atau pusat perbelanjaan. Salah satu strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh masyarakat yaitu pemasaran menggunakan media social yang ada atau yang lebih dikenal dengan sebutan E-Commerce. E-commerce (Elektronik Commerce) atau dalam bahasa Indonesia perdagangan secara elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, dan pemasaran produk (barang dan jasa) dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Secara sederhana e-commerce adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. E-Commerce sendiri semakin berkembang beberapa tahun belakangan ini. Bahkan, secara perlahan mulai menggantikan toko tradisional (Cay and Irnawati 2020). Salah satu yang menarik pembeli dengan pemasaran secara online adalah biaya atau harga suatu barang dapat dilihat langsung oleh konsumen tanpa harus bertanya kepada penjual. Harga ditetapkan berdasarkan perhitungan besarnya biaya yang dibutuhkan (biaya bahan baku, harga pokok produksi, biaya promosi) ditambah dengan presentase keuntungan yang diinginkan. Harga yang ditentukan beragam sesuai dengan desain, bahan dan tingkat kesulitan produksi produk yang diinginkan konsumen (Dimas Hendika Wibowo 2015).

Dalam menggunakan strategi E- Commerce penjual maupun perusahaan akan lebih leluasa dalam memasarkan produknya, dengan cara memasarkan produknya melalui internet yaitu bisa melalui sebuah platform, seperti Instagram dan Facebook (Fatah 2020). Berdasarkan hasil perhitungan jumlah produk yang terjual selama tiga bulan terakhir menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah produk setiap bulannya. Peningkatan jumlah produk kerupuk ikan bandeng yang terjual dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peningkatan Hasil Penjualan Masyarakat Kuala Leuge

Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh serta wawancara terhadap masyarakat Desa Kuala Leuge Peureulak Aceh Timur terkait pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh Tim pengabdian dapat disimpulkan bahwa, kegiatan yang dilakukan sangat efektif sesuai dengan tujuan dari pengabdian

Rahmatul Fajri , Ulil Amna , Fajriani, Afrahun Naziah, Fitriani , Yulida Amri, Rachmad Almi Putra, dan Benni Al Fajar

yang dilakukan yaitu untuk meningkat perekonomian masyarakat setemoat dengan memanfaatkan potensi dan sumber daya yang ada.

Daftar Rujukan

- Cay, Sam, and Jeni Irnawati. 2020. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Di Tangerang Selatan)." *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 4(2): 160–70.
- Dimas Hendika Wibowo. 2015. "Strategi Dan Program Pemasaran." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29(1): 59–66.
- Fatah, Sahirul. 2020. "Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Makan Pondok Asmara Pak Jamal." *Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial*: 1–11.
- Imelda Dian Rahmawati. 2014. "PT . Matahari Department Store Sidoarjo Imelda Dian Rahmawati, Widyah Shofianti Pengertian Penjualan Konsinyasi." *Analisa* 3: 59–71.
- Mubyarto. 1984. Strategi Pembangunan Perdesaan. Yogyakarta: P3PK UGM.
- Sajogyo. 1982. Bunga Rampai Perekonomian Desa. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Septiana, Aldila, and Siti Jumiaty. 2021. "Strategi Pemasaran Tabungan Tarbiyah Dengan Akad Mudharabah (Studi Kasus Di BPRS SPM Cabang Bangkalan)." *EcoSocio: Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial* 5(1): 1–11.
- Sumadi, I Gede Hendi, and Novalina Maya Sari Ansar. 2021. "Pengolahan Kerupuk Ikan Bandeng (Chanos Chanos Sp) Dengan Penambahan Pasta Tulang Ikan Bandeng." *Jurnal Pengolahan Pangan* 6(1): 28–34.
- Susanto, Eko. 2010. "Pengolahan Bandeng (Chanos Cha." : 1–19.
- Widiati, Ari. 2020. "Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di 'Mas Pack' Terminal Kemasan Pontianak." *JAACFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)* 8(2): 67–76.