

PENINGKATAN NILAI EKONOMI HASIL PESISIR PENDAMPINGAN PENGOLAHAN IKAN PINDANG DAN PENYULUHAN MENGENAI PENTINGNYA DIGITAL MARKETING SALAH SATU UMKM PINDANG DI DESA ADAT YEH GANGGA

**Putu Cita Ayu⁽¹⁾; Gusti Ayu Agung Anik Pramiari Dewi⁽²⁾;
I Kadek Adi Kresna Cakra Wibawa⁽²⁾; I Kadek Agus Widiatmika⁽²⁾;
I Kadek Deni Arta⁽²⁾; Ida Ayu Arik Anggari Putri⁽²⁾; Ni Made Tia Purnama Dewi⁽²⁾;
I Gede Aryana Mahayasa⁽²⁾**

⁽¹⁾Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

⁽²⁾Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

e-mail: citaayu09@unhi.ac.id; aryanamahayasa@unhi.ac.id

ABSTRACT

Business is the key to the Indonesian economy, one of which is Micro, Small and Medium Enterprises, apart from its very wide distribution throughout Indonesia, it also because of its important position due to the large number of Indonesia resident in it. The number of UMKM in Indonesia is now very argue and dominate as the front line of the economy in Indonesia. One of the UMKM in Yeh Gangga, Sudimara Village, Tabanan is the Pindang UMKM which managed by one of the local people, Mrs. Ni Wayan Sukawati or usually called Men Nurtiyani. This article was created to provide information about Pindang UMKM in Yeh Gangga, Sudimara Village, Tabanan. The research method we carried out was qualitative, using observation, method, interview method and training or practice methods. And the result of this research so that the problem faced by Mrs. Nurtiyani is that she has not been able to market her business through-out Tabanan or outside Tabanan. Or this reason, through this research, a mentoring program for Pindang production and this provision of promotional videos and digital marketing and be arrived out to increase sales for Pindang Men Nurtiyani UMKM.

Keywords: fish processing; business; development of UMKM

Pendahuluan

Usaha adalah kunci perekonomian Indonesia, salah satunya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), selain karena distribusinya yang sangat luas di seluruh wilayah Indonesia, juga karena posisinya yang menjadi krusial karena banyak penduduk Indonesia yang bekerja di dalamnya. Jumlah UMKM di Indonesia pun sekarang sangat banyak dan mendominasi sebagai garda depan perekonomian Indonesia (Alfian *et al*, 2023). Untuk membantu perkembangan

perekonomian, banyak dikembangkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia yang melibatkan masyarakat sehingga tercipta lapangan pekerjaan yang lebih luas dan berkurangnya pengangguran. Berdasarkan data pada laman resmi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2020), bahwa hingga tahun 2018 terdapat lebih dari 64 juta UMKM di Indonesia.

Pemindangan ikan adalah salah satu cara agar ikan tetap awet dan mutu kesegarannya tidak menurun (Sahubawa dan Ustadi 2014). Ikan pindang diolah dengan mengkombinasikan dua metode pengawetan, yaitu penggaraman dan perebusan. Pemindangan ikan dilakukan dengan cara merebus ikan pada larutan garam. Fungsi garam adalah untuk memperpanjang masa simpan. Tujuan pengolahan dengan pemindangan agar ikan menjadi tahan lama dan mudah didistribusikan secara merata dari pusat produksinya hingga konsumen. Jenis pengawetan ikan yang dilakukan adalah dengan cara dipindang kering. Jenis ikan pindang kering yang umum diperjualbelikan ialah ikan layang dan ikan tongkol. Kedua jenis ikan tersebut merupakan favorit dan digemari masyarakat karena harganya terjangkau di semua lapisan masyarakat (Widria, 2019).

Strategi *digital marketing* berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Strategi tersebut terdiri dari sosialisasi strategi *digital marketing* dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri (Syifa *et al*, 2021). Minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai *digital marketing* menginspirasi tim KKN kepada masyarakat desa Adat Yeh Gangga untuk mempromosikan dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini.

Jika pelaku UMKM paham akan pentingnya *digital marketing* bagi usaha yang mereka jalankan, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan promosi bagi usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial dan internet. Dari pelaksanaan kegiatan langsung kepada masyarakat ini, diperoleh wawasan bahwa sesungguhnya para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan *digital marketing* dan juga memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala. Kendala yang dihadapi contohnya adalah kurangnya pemahaman mengenai

pentingnya *digital marketing*. Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik juga menjadi kendala lainnya. Kendala selanjutnya adalah kurangnya pemahaman untuk menciptakan “postingan” produk yang menarik.

Salah seorang pembuat pindang ibu Ni Wayan Sukawati yang biasa dipanggil Men Nurtiyani berada di Banjar Adat Yeh Gangga, Desa Sudimara. Desa Adat Yeh Gangga dikenal sebagai wilayah yang dekat dengan pesisir pantai yang membuat mayoritas masyarakatnya menjual hasil laut salah satunya ikan pindang. Namun, cara pemasaran ikan pindang masih dilakukan secara tradisional yaitu dari mulut ke mulut (*word of mouth*), ikan pindang hanya disuplai pada pasar Kediri, Tabanan. Berdasarkan hal tersebut, tim pengabdian melakukan kegiatan pelatihan dan penyuluhan mengenai pentingnya *digital marketing*.

Kegiatan diawali dengan audiensi atau diskusi, penyuluhan dan pendampingan pembuatan pindang serta *digital marketing* secara gratis kepada pemilik usaha UMKM Pindang Men Nurtiyani, di Banjar Adat Yeh Gangga, Desa Sudimara. Kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengenalkan strategi *digital marketing* melalui video promosi yang bertujuan untuk memberikan suatu apresiasi atau penghargaan kepada pelaku usaha karena telah mengikuti kegiatan penyuluhan dan dapat mempraktekkannya ke dalam usahanya, selain itu, pemberian video promosi ini akan bermanfaat dalam kegiatan pemasarannya karena tempat usaha dan produknya akan lebih dikenal oleh banyak orang sehingga hal ini dapat meningkatkan pasaran, nilai tambah, profit, dan penjualan produk.

Metode Pemecahan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ditemui pada UMKM Pindang Men Nurtiyani, tim pengabdian membantu memberikan solusi yang diharapkan dapat memperkenalkan usaha tersebut serta mampu menarik perhatian masyarakat untuk membeli produk melalui video promosi serta *digital marketing* yang memiliki manfaat bagi masyarakat untuk mengunjungi atau membeli produk UMKM Pindang Men Nurtiyani. Adapun metode pemecahan masalah yang dilakukan, yaitu:

1) Metode Observasi

Metode dilakukan dengan cara datang langsung ke tempat pengolahan pindang yang bertempat langsung di tempat tinggal Men Nurtiyani.

2) Metode Wawancara

Metode dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dengan pemilik pengolahan pindang dan berdiskusi mengenai masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

3) Metode Pelatihan atau Praktek

Metode dilakukan dengan cara pendampingan pembuatan pindang yang didokumentasikan melalui *smartphone* yang selanjutnya diposting pada sosial media oleh penulis dalam bentuk video yang menarik.

Hasil dan Pembahasan

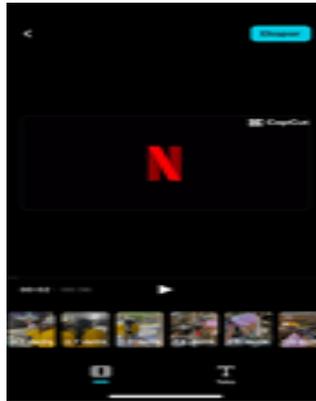
Kegiatan pelatihan dan praktek pendampingan proses pembuatan pindang dan pengenalan *digital marketing* serta pembuatan video promosi pada UMKM Pindang Men Nurtiyani dilaksanakan dalam beberapa tahap, yaitu :

- 1) Tahap pertama, tim pengabdian melakukan audensi di kediaman Ibu Nurtiyani yang diantar langsung oleh ketua sekaha taruna desa Adat Yeh Gangga. Pembahasan yang dilakukan pada audensi yaitu terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam kegiatan usahanya. Melalui audensi yang dilakukan ditemukan masalah bahwa pelaku belum bisa memasarkan usahanya hingga ke seluruh Tabanan atau keluar Tabanan. Berdasarkan hal tersebut, tim pengabdian memberikan pemecahan masalah melalui program pendampingan pembuatan pindang dan pemberian video promosi serta *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Pindang Men Nurtiyani.
- 2) Tahap kedua, tim pengabdian melakukan pendampingan pembuatan pindang yang di dampingi oleh karyawan Men Nurtiyani serta pembuatan video promosi.



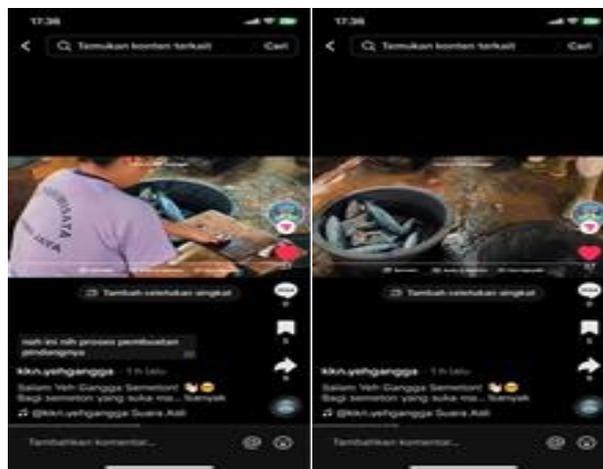
Gambar 1. Proses Pembuatan Pindang

- 3) Tahap ketiga, tim pengabdian melaksanakan pengeditan video promosi menggunakan media *smartphone* untuk membantu meningkatkan penjualan UMKM pindang Men Nurtiyani.



Gambar 2. Tampilan Proses Pengeditan Video Promosi

- 4) Tahap keempat, tim pengabdian melaksanakan tahap terakhir yaitu pemberian video promosi dan pengenalan *digital marketing* kepada pelaku UMKM Pindang Men Nurtiyani pada hari Kamis, 7 September 2023.



Gambar 3. Tampilan Video Promosi Produk UMKM Pindang Pada Media Sosial

Simpulan dan Saran

Berdasarkan kegiatan pelatihan dan praktek pendampingan proses pembuatan pindang dan pengenalan *digital marketing* serta pembuatan video promosi pada UMKM Pindang Men Nurtiyani di Desa Adat Yeh Gangga, yang telah terlaksana selama 1 minggu. Kegiatan tersebut diawali dengan audiensi pada Sabtu, 2 September 2023 terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam kegiatan usahanya dan dilanjutkan dengan melakukan pengeditan melalui provider

smartphone dan laptop. Melalui program kerja tersebut dapat memberi pemahaman informasi serta manfaat akan pentingnya video promosi dan *digital marketing* bagi UMKM Pindang Men Nurtiyanti, Desa Adat Yeh Gangga. Pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen untuk menarik minat belinya terhadap produk dengan melihat penampilan video promosi yang sangat menarik dapat menjadi pembeda atas kualitas promosi dengan usaha UMKM pindang yang lain.

UMKM Pindang Men Nurtiyani Desa Adat Yeh Gangga bisa mempertimbangkan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif agar produk yang ditawarkan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini bisa dilakukan dengan mengikuti tren terbaru dalam dunia pemasaran yaitu dengan memanfaatkan sosial media pada produk agar memberikan daya tarik bagi konsumen selain itu juga video promosi dapat menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk yang kita tawarkan dengan produk milik competitor.

Diharapkan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berkelanjutan sehingga lebih banyak dapat membantu mendukung perekonomian dalam meningkatkan penjualan produk sekaligus memberikan dampak positif bagi pelaku usaha agar ke depannya usaha tersebut dapat berkembang secara luas.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan sesuai dengan program kerja yang direncanakan. Keberhasilan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar berkat dari kekompakan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) 2023 Kelompok 14 Desa Adat Yeh Gangga. Terima kasih untuk UMKM Men Nurtiyani dan sekeluarga selaku pemilik UMKM Pindang Men Nurtiyani Desa Adat Yeh Gangga karena telah memberikan waktu bagi tim pengabdian kepada masyarakat dalam memberikan pelatihan pembuatan video promosi dalam meningkatkan penjualan dari ikan pindang yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfian, M. N., Mintawati, H., Andriani, D. D., Marsela, S., & Abdillah, M. Z. (2023). Strategi Pengembangan Umkm Ikan Pindang Dalam Rangka Optimalisasi Potensi Di Geopark Ciletuh, Pelabuhan Ratu. *Management: Journal of Global Business, Management and Economics*, 1(1), 31-38).

- Chairunnisa, A., & Arafat, Z. (2023). Pendampingan Legalitas (Sku) Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Ikan Pindang Desa Ciptamarga. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 7533-7542.
- Hawar, I. A., Arafat, Z., & Hakim, A. (2023). Pelatihan K3 Kebersihan Dan Sanitasi Pengolahan Pindang Di Pusat Pengolahan Pindang Di Desa Ciptamarga Kabupaten Karawang. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 7444-7451.
- Kusmiati, A. (2022). Pemberdayaan UMKM Olahan Ikan Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 256-264.
- Mahayasa, I. G. A., Sumadi, N. K., Swara, N. N. A. A. V., Suartina, I. W., & Ayu, P. C. (2022). Penyuluhan dan Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Dodol Rumput Laut sebagai Upaya Diversifikasi Produk Olahan dan Peningkatan Nilai Tambah Rumput Laut. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 8(1), 39-48.
- Sumadi, N. K., Mahayasa, I. G. A., Putra, P. D. S., Astina, I. K. Y. D., & Noviantari, N. K. E. (2023). Pendampingan Pemasaran Produk dan Pelatihan Penyusunan Pembukuan sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan pada Kelompok Usaha Dupa Cendana di Desa Ped, Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 9(1), 74-81.