

Varian Pengolahan Produk Ikan Nila Dan Pemasaran Secara Online

Suswanta¹, Ramadhani²

Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183
Email: suswanta@umy.ac.id, ramadhani.fisip17@mail.ac.id
DOI: 10.18196/ppm.44.597

Abstrak

Permasalahan ekonomi di masyarakat suatu daerah menjadi hal klasik sehingga diperlukan adanya inovasi-inovasi baru untuk menciptakan lapangan kerja baru yang bisa memberikan pendapatan yang besar kepada masyarakat di sebuah desa. Hal ini pun coba dilakukan masyarakat Dusun Cibuk Kidul yang masyarakatnya banyak yang menjadi pelaku UMKM. Salah satu jenis UMKM yang unik terdapat di Dusun Cibuk Kidul, yaitu olahan dari ikan nila. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengusul kelompok UMKM masih belum mampu memaksimalkan pemasaran melalui platform digital secara maksimal dan masih serta kurangnya inovasi olahan dari produk ikan mereka. Dengan melihat potensi UMKM yang dinilai mampu untuk menjadi pendapatan baru, potensi ini dapat dimaksimalkan dengan penggunaan teknologi yang semakin dimasifkan penggunaannya dengan mendatangkan stakeholders yang ahli dibidangnya sehingga masyarakat bisa dilatih cara pemasaran melalui media masa dan cara membangun brand yang menarik untuk konsumen. Kegiatan diharapkan ini mampu membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat dan tentunya akan meningkatkan taraf hidup masyarakat Dusun Cibuk Kidul.

Kata Kunci: pemberdayaan UMKM, inovasi produk, pemasaran online

Pendahuluan

Permasalahan dari segi ekonomi dan komunitas sosial tersebut juga dirasakan di Desa Margoluwih, Seyegan, Sleman, Yogyakarta. Kawasan ini juga ikut terdampak kehadiran covid-19 terlebih Dusun Cibuk Kidul. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM tersebut terletak pada inovasi olahan yang masih belum beragam dan pengelolaan media pemasaran online yang belum sepenuhnya maksimal dengan pemanfaatan teknologi informasi yang ada sehingga pada masa pandemi covid-19 ini pesanan ikut menurun. Kelompok pelaku usaha ini bahkan belum mengelola media sosial mereka dengan memaksimalkan kehadiran pasar online yang ada sebagai sarana untuk menarik para konsumen.



Gambar 1. Peta Lokasi Pengabdian

Tujuan kegiatan ini adalah memberdayakan masyarakat sekitar. Pemberdayaan terhadap

masyarakat sekitar diharapkan mampu memberikan manfaat secara berlanjut terhadap mitra yang terlibat dan mampu memajukan usaha yang sempat terhambat karena adanya pandemi ini. Misi untuk mewujudkan program kerja yang telah dirancang dan membantu mitra tersebut juga diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Pemberdayaan UMKM di masa pandemi covid-19 dengan pengembangan pemasaran online terhadap UMKM serta pemberdayaan dengan memanfaatkan teknologi informasi terhadap komunitas diharapkan dapat membantu beberapa mitra yang terdampak dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi saat ini.

1. Permasalahan prioritas mitra

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi yang dilakukan dengan pemerintah desa dan aparatur pedukuhan Dusun Cibuk Kidul maka permasalahan mitra, yaitu

- a. belum adanya keterampilan masyarakat yang mampu mengelola media sosial untuk proses pemasaran online produk UMKM ikan nila agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan lebih dekat dengan konsumen serta
- b. inovasi olahan ikan nila yang masih minim dan kurangnya pengetahuan akan hal tersebut.

2. Solusi permasalahan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengusul telah diidentifikasi beberapa permasalahan mitra maka solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Diadakan pelatihan inovasi produk olahan ikan nila, yaitu pertama, pelatihan olahan ikan nila menjadi nugget dan kedua, pelatihan pengemasan produk.
- b. Pelatihan kepada penduduk tentang cara membangun branding UMKM ikan nila di Dusun Cibuk Kidul (pelatihan akan tetap memperhatikan protokol kesehatan). Pelatihan ini akan dilakukan sebanyak 1-2 kali bersama stakeholder yang ahli di bidangnya dan melibatkan masyarakat setempat yang menjadi pelaku UMKM.
- c. Memberikan edukasi dan dampingan penggunaan media sosial untuk proses pemasaran olahan ikan nila. Hal ini penting dilakukan karena proses pemasaran konvensional mulai tertinggal dengan pemasaran online. Hal lain juga yang tidak bisa dilupakan adalah metode pemasaran yang tepat sehingga bisa memberikan peluang untuk mendapatkan konsumen akan jadi lebih besar.

Ketiga hal tersebut menjadi komponen penting yang akan menentukan keefektifan jasa yang ditawarkan bisa dikenal masyarakat secara lebih luas dan membuat masyarakat mau menggunakan jasa tersebut.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan di gambarkan dalam bagan alur pelaksanaan pengabdian



Gambar 2. Alur Kerja Pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Pembangunan yang dimulai dari desa terutama pada bidang ekonomi menjadi sebuah keharusan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sebuah desa. Peningkatan ekonomi masyarakat desa dengan menggunakan potensi yang dimiliki desa dapat dilakukan dengan baik apabila potensi dan keunggulan yang dimiliki desa tersebut diketahui. Model strategi pemberdayaan masyarakat mendukung kinerja agen pembaru dalam melaksanakan program kegiatan pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan potensi yang dimiliki suatu wilayah sangat penting untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Keberhasilan program pengembangan UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dipengaruhi oleh kondisi dan kearifan lokal (Pattinama, 2009; Sahudiyono, 2009; Yulianto, 2005).

Menurut Jong dan Wenekers (2008), kewirausahaan merupakan pengambilan risiko dengan melihat peluang yang ada untuk menciptakan usaha baru atau pendekatan yang inovatif sehingga menjadikan usaha lebih berkembang besar dan mandiri dalam menghadapi pesaing. Oleh karena itu, melihat potensi yang ada di Dusun Cibuk Kidul maka sangat tepat untuk dilaksanakan kegiatan pelatihan.

Untuk melaksanakan program tersebut metode yang dilakukan di Dusun Cibuk Kidul dapat dirumuskan dalam beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Observasi awal untuk memetakan permasalahan mitra

Pemetaan permasalahan mitra ini dilakukan dengan cara *focuss group discussion* (FGD) dengan tokoh masyarakat, kepala dusun, dan aparatur desa setempat. Selain itu, dilakukan wawancara secara mendalam dengan Kepala Urusan Perencanaan Dusun Cibuk Kidul serta beberapa masyarakat untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait permasalahan yang sedang dihadapi mitra. Selain pemetaan permasalahan, tim juga memetakan keunggulan dan potensi desa. Informasi-informasi yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT guna menentukan strategi dan program yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian dan pemberdayaan desa, khususnya di Dusun Cibuk Kidul.

2. Kolaborasi dengan stakeholder lain dalam kegiatan pengabdian ini adalah hal yang sangat penting dilakukan. Kolaborasi tersebut dilakukan dalam bentuk kerja sama dalam penyelenggaraan program-program pengabdian masyarakat, khususnya dalam tata kelola

administrasi. Hal ini diharapkan agar tata kelola kegiatan dan program menjadi efektif, efisien, dan sesuai dengan permasalahan lapangan. Pihak-pihak yang akan dilibatkan secara dominan adalah tim pengusul yang berlatar belakang akademis, pengusaha sebagai narasumber, mahasiswa, perangkat Dusun Cibuk Kidul, pemerintah desa, dan masyarakat Dusun Cibuk Kidul. Selain itu, tim juga melibatkan media untuk mempublikasi program-program yang telah dilaksanakan.

Adapun peran dari masing-masing stakeholder adalah sebagai berikut.

Table 1. Tugas Pokok dan Fungsi Stakeholder

Stakeholder	Peran
Tim pengusul	Tim pengusul akan bertindak sebagai koordinator yang mengarahkan jalannya program dan kegiatan masyarakat. Tim pengusul juga bertindak sebagai fasilitator dan pendampingan dari proses penyusunan program hingga tahap evaluasi program dan kegiatan pengabdian.
Pemerintah desa	Pemerintah desa yang diwakili oleh kepala desa dan perangkat desa juga bertindak sebagai fasilitator dan penyedia sumber daya pendukung untuk kelancaran program. Pemerintah desa juga bertindak sebagai mediator antara tim pengusul dan kelompok sasaran.
Stakeholder terkait	Stakeholder terkait sebagai pemberi pelatihan tentang cara memanfaatkan media sosial untuk keperluan pemasaran serta cara membangun branding yang baik dan benar.
Mahasiswa	Mahasiswa membantu dan terlibat dalam seluruh proses pelaksanaan.

- Proses pelaksanaan dilakukan oleh tim pengusul dibantu oleh aparaturnya dusun dan masyarakat setempat. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa kegiatan di antaranya melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan mengundang stakeholder ahli sebagai pemateri dan mendampingi masyarakat dalam proses pelatihan.
- Program-program yang telah dilaksanakan dalam periode waktu yang telah direncanakan akan dilakukan monitoring secara berkala. Fungsi monitoring program ini adalah untuk mengidentifikasi penyimpangan terkait jalannya program sehingga program dapat berjalan sesuai rencana semula. Selain itu, monitoring program ini dilakukan oleh tim untuk meminimalisasi resiko kegagalan program-program yang dijalankan. Tim pengusul melakukan monitoring 2 kali dalam 1 periode program pengabdian masyarakat tersebut. Selain proses monitoring, dilakukan evaluasi program-program yang telah dijalankan. Evaluasi program ini dilakukan untuk menilai capaian akhir program-program yang telah dilaksanakan. Pada proses

ini juga ditetapkan rencana tindak lanjut untuk tahun-tahun selanjutnya.

Inovasi produk merupakan salah satu strategi dalam peningkatan pemasukan untuk para UMKM. Inovasi yang dilakukan dapat membantu menambah menu produk serta ketertarikan konsumen untuk membeli. Semakin banyak menu yang ditawarkan, akan semakin banyak juga pemasukan untuk para pelaku UMKM. Oleh karena itu, seluruh pelaku UMKM perlu membuat inovasi baru untuk produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dengan melihat segala aspek ketertarikan masyarakat maka tim melakukan program pelatihan inovasi pengolahan ikan nila menjadi nugget.

Tujuan inovasi ini dilakukan adalah untuk membantu menambah varian produk ikan yang di produksi agar dapat dijadikan menu baru yang spesial dalam produk usaha UMKM. Tim mengadakan pelatihan secara offline dengan menerapkan standar protokol kesehatan yang berlaku. Tim menghadirkan pemateri yang kompeten di bidangnya untuk mengedukasi sekaligus mempraktikkan inovasi yang dilakukan.

Selanjutnya, menurut Winata Aji dan M. T. Ghazali (2019), pemasaran online atau internet secara umum mencakup semua strategi dan taktik promosi yang dijalankan secara online untuk mencapai target pasar. Saat ini, sebagian besar konsumen mencari informasi online sebelum membeli produk atau menggunakan layanan. Kegiatan online marketing dilaksanakan secara mix, online maupun offline dengan protokol kesehatan covid-19 yang berlaku. Kegiatan online marketing dilakukan selama 3 hari untuk memaksimalkan wawasan dan pengetahuan mitra sekaligus praktik penggunaan platform media. Selain itu, platform media pemasaran yang disepakati dengan mitra adalah aplikasi Instagram. Penggunaan media ini lebih efektif karena merupakan aplikasi yang mudah diakses oleh seluruh kalangan. Pembuatan akun media tersebut disertai pemberian konten-konten sehingga mitra hanya perlu melanjutkan pengembangan akun tersebut.

Simpulan

Pemberdayaan masyarakat saat kondisi pandemi seperti saat ini menjadi solusi yang positif guna meningkatkan ekonomi usaha UMKM yang sangat terdampak selama ini. Semoga kegiatan bersama mitra dapat menjadi solusi yang efektif bagi para pelaku usaha. Kegiatan ini juga diharapkan menjadi pemantik bagi stakeholder yang lain agar ikut membantu pengembangan usaha UMKM di wilayah pedesaan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan izin dan memberikan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat berjalan secara lancar. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada segenap mitra yang telah mendukung jalannya kegiatan ini, yaitu masyarakat Desa Margoluwih.

Daftar Pustaka

Winata Aji., dan M. T. Ghazali. (2019) Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul

- Yogyakarta. Seminar Nasional Abdimas II 2019, Bantul - Yogyakarta
- Jong de, J., and S. Wennekers. (2008) *Intrapreneurship: Conceptualizing Entrepreneurial Employee Behaviour*. Zoetermeer: scale Mudjiarto dan Aliaras Wahid, 2006, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, Graha Ilmu–UIEU University Press, Yogyakarta– Jakarta
- Pattinama, M. J., (2009) *Pengetasan Kemiskinan dengan Kearifan Lokal (Studi Kasus di Pulau Buru-Maluku dan Surade-Jawa Barat)*, Jurnal Makara Sosial Humaniora, 13 (1), 1-12
- Sahudiyono (2009) *Memberdayakan Masyarakat Pesisir dengan Pendekatan Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP)*, Jurnal Riset Daerah BAPEDA Bantul, 7(3), 1169-1189
- Yulianto, T., (2005), *Fenomena Program-Program Pengetasan Kemiskinan di Kabupaten Klaten (Studi Kasus di Desa Jotangan Kecamatan Bayat)*, Tesis tidak dipublikasikan, Universitas Diponegoro, Semarang