STRATEGI PEMASARAN SECARA ONLINE PADA UMKM BUDIDAYA LELE BERBASIS TEKNOLOGI DI DESA HURUN KECAMATAN TELUK PANDAN KABUPATEN PESAWARAN

Anggalia Wibasuri[1], A.K Yohanson [2], Suci Mutiara[3], Anggawidia Wibaselppa[4], Fidha Citra Ardila[5]

Institute Informatika dan Bisnis Darmajaya
Email: anggalia.wibasuri@darmajaya.ac.id[1], akayohanson@darmajaya.ac.id[2], sucimutiara@darmajaya.ac.id[3] anggawidiawibaselppa@darmajaya.ac.id[4], fidhacitracitra@gmail.com[5]

Abstract

Online marketing has become a marketing strategy for a business that is currently developing, including small and medium enterprises in Hurun Village, which have people whose livelihoods are farmers, ranchers, traders. But most of the livelihoods of Hurun Village residents are agriculture and animal husbandry. The cultivation of catfish is one of the cultivations that are often found in the village. Hurun Village already has several micro, small and medium enterprises (MSMEs). So we only help these MSMEs in implementing online marketing strategies for technology-based products. Community service activities that have been carried out include cultivating innovations, making marketing media, coaching on making simple budgets, video editing. The target participants in the activity are MSMEs and the community and stakeholders of Hurun Teluk Pandan Village. The results of the activities that have been achieved are as follows: 1) How to develop Catfish Cultivating MSMEs in Hurun Village, namely creating creative innovations in labeling, branding and packaging so that they can help MSMEs and the community in getting to know the product, and as an additional income for the community's economy. 2) Preparation of technology-based MSME financial reports so that they can facilitate their users. 3) Provide Information Technology training for Village Officials to speed up completing administrative work for the Hurun governmen

Keywords: online marketing, MSMEs, Produck, Develop, Technology

Abstrak

Saat ini pemasaran online menjadi salah satu strategi pemasaran yang sedang berkembang yang telah banyak digunakan oleh usaha kecil menengah. Pada Desa Hurun sendiri memiliki masyarakat yang mayoritasnya bermata pencaharian sebagai peternak. Budidaya ikan lelepun menjadi salah satu budidaya yang banyak dijumpai pada Desa tersebut. Desa Hurun sudah memiliki beberapa usaha micro kecil menengah (UMKM). Desa Hurun sendiri memiliki masalah yang dimana kurangnya pengetahuan akan pemanfaatan sarana pemasarn online, kurangnya inovasi serta penerapan system manajemen administrasi yang baik sehingga menjadikan keterbatasan Desa Hurun dalam mengembangkan hasil budidayanya jadi dalam hal ini kami membantu UMKM tersebut dalam melakukan penerapan strategi pemasaran online pada produk yang berbasis teknologi serta penerapan system administrasi yang baik sebagai bekal kemajuan usaha tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan melakukan inovasi budidaya, pembuatan media pemasaran, pembinaan membuat anggaran sederhana, editing video. Target peserta dalam kegiatan tersebut UMKM dan masyarakat serta pemangku Desa Hurun Teluk Pandan. Hasil kegiatan yang telah dicapai, sebagai berikut: 1) Cara mengembangkan UMKM Budidaya Lele di Desa Hurun yaitu menciptakan Inovasi kreatif dalam pemberian label, merk, dan kemasan sehingga mambantu UMKM dan masyarakat dalam mengenal produk, dan sebagai usaha penghasilan tambahan ekonomi

Masyarakat. 2) Pembuatan Laporan keuangan UMKM Budidaya Lele berbasis teknologi sehingga dapat mempermudah penggunanya. 3) Memberikan pelatihan Teknologi Informasi bagi Perangkat Desa guna mempercepat dalam menyelesaikan pekerjaan administrasi pemerintahan Hurun.

Kata kunci: Pemasaran Online, UMKM, Produk, Pengembangan, Teknologi

I. PENDAHULUAN

Desa Hurun memiliki masyarakat yang bermata pencaharian penduduk ialah petani, peternak, pedagang. Tetapi sebagian besar mata pencaharian penduduk Desa Hurun ialah pertanian dan perternakan. Budidaya ikan lelepun menjadi salah satu budidaya yang sedang berkembang pada Desa tersebut. Dalam usaha mengembangkan potensi Pekon tersebut. PKPM IIB Darmajaya berupaya untuk mengembangkan Desa Hurun dengan cara mengimplementasikan pengetahuan dalam bidang ekonomi dan teknologi kepada masyarakat Desa Hurun. Desa Hurun sudah memiliki beberapa usaha micro kecil menengah (UMKM). Sehingga kami hanya membantu UMKM tersebut dalam melakukan penerapan strategi pemasaran online pada produk yang berbasis teknologi. Pemasaran online merupakan kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan menggunakan media internet [1]. Sesuai dengan perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan media website, tetapi juga email dan aplikasi – aplikasi yang berjalan di atas protocol internet seperti internet, iklan internet (periklanan di internet) menjadi pilihan yang menarik bagi para marketer khususnya dan dunia usaha umumnya.

Pemasaran produk secara online seperti: kerupuk ikan lele, keripik ikan lele serta berbagai macam jenis olahan ikan lele tersebut dilakukan dengan tujuan untuk dapat meningkatkan nilai ekonomi dari produk UMKM budidaya ikan lele tersebut. Kerupuk Lele ini akan dikemas dan dipasarkan menggunakan E-Commerce atau media digital marketing. Digital marketing atau pemasaran digital didefinisikan sebagai upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan bermacam cara marketing dan media digital dimana penjual dapat berkomunikasi dengan calon konsumen secara online, serta dapat meningkatkan omset usaha [2]. Adapun digital marketing ini dikenal memiliki strategi handal dalam menggabungkan teknologi digital dengan Upaya pemasaran tradisional untuk mempromosikan produk atau jasa. Ini melibatkan metode seperti SEO (search engine optimization), media sosial, email, dan iklan online [3].

Penggunaan inovasi tersebut diharapkan dapat menambah penghasilan masyarakat Desa Hurun agar lebih baik dari sebelumnya dan dapat menjadikan Desa Hurun menggerakan Ekonomi Kreatif berbasis teknologi. Akan tetapi dala menjalankan program – program yang dirancang terdapat beberapa masalah yang dihadapi, seperti: Warga masih belum bisa memanfaatkan sumber daya yang ada di Pekon Hurun dengan maksimal. Bila semua masalah yang ada dapat diatasi dengan baik. Produk UMKM budidaya lele yang ada di Desa Hurun Teluk Pandan akan sangat dikenal dan benar- benar menjadi ikon penting di di Desa tersebut, sehingga kesejahteraan warga Desa Hurun Teluk Pandan akan meningkat.

II. MASALAH

Setelah melakukan survei terhadap UMKM di Desa Hurun Teluk Pandan. Terdapat beberapa masalah yang ditemukan di lapangan diantaranya UMKM Budi daya Lele di Desa Hurun masih menggunakan kemasan yang cukup tradisional dan kurang menarik. Tata kelola keuangan juga cukup kurang, Pemilik UMKM Budidaya Lele masih menggunakan

pembukuan yang manual dan dalam pelaporan keuangannya pemilik Budidaya Lele tidak bisa membuatnya. Selain itu permasalahan yang di temukan di desa tersebut yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat Desa Hurun dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi, terutama dalam penggunaan teknologi informasi oleh perangkat desa dan UMKM, padahal saat ini teknologi informasi merupakan hal yang sangat penting dimana saat ini admininstrasi pemerintahan sudah terkomputerisasi dan proses penjualan sudah digitalisasi.

III. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Desa Hurun Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran, ada beberapa tahapan kegiatan dilakukan antara lain: melakukan inovasi budidaya, pembuatan media pemasaran, pembinaan membuat anggaran sederhana, editing video. Tahap awal adalah melakukan inovasi budidaya ikan lele menjadi olahan kerupuk ikan lele. Inovasi pada produk yang kami lakukan yaitu pengembangan kerupuk berabahan dari ikan lele yang akan menjadi cemilan yaitu kerupuk lele. Kerupuk ikan lele adalah cemilan yang berbahan dasar dari ikan lele, saya melakukan inovasi kerupuk ikan lele karena sebelumnya ikan lele yang di budidaya oleh bapak jumroni hanya dijual secara mentah nya saja oleh warga desa hurun atau kepasar, sehingga saya memiliki inovasi untuk menjadikan ikan lele yang biasanya dijual mentahnya saja menjadi kerupuk ikan lele dengan kemasan yang menarik supaya dapat menarik para konsumen untuk membeli olahan kerupuk ikan lele.

Tahap kedua adalah pembuatan media pemasaran, dimna dengan pemanfaatan internet marketing memiliki lima keuntungan besar bagi perusahaan yang menggunakannya. Pertama, baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar dapat melakukannya. Kedua, tidak terdapat batas nyata dalam ruang beriklan jika dibandingkan dengan media cetak dan media penyiaran. Ketiga, akses dan pencarian keterangan sangat cepat jika dibandingkan dengan surat kilat atau bahkan fax. Keempat, situsnya dapat dikunjungi oleh siapapun, dimanapun di dalam dunia ini,kapanpun. Kelima, belanja dapat dilakukan secara lebih cepat dan sendirian [4]. Program Pemasaran pada Media Sosial ini biasanya dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (share) konten tersebut melalui jaringan sosial mereka [5].

Tahap ketiga adalah pembinaan membuat anggaran sederhana. Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah di lakukan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya, diketahui di UMKM Budidaya Lele terdapat temuan masalah dalam pengolahan anggaran atau tata kelola keuangan. Perhitungan taksiran produksi ditentukan sesuai dengan recana penjualan dan persediaan yang diharapkan.

Tahap akhir yang dilakukan ialah dengan melakukan proses editing video. Hal ini bertujuan untuk membuat konten yang menarik di dalam memasarkan produk budidaya ikan lele tersebut melalui media online. Adapun hal – hal yang harus dilakukan di dalam melakukan editing vidio, seperti: *logging, capturing, online editing, ofline editing,sound scoring,mixing* dan *rendering*. Teknik-teknik dalam dunia editing video juga terus diciptakan untuk memenuhi tuntutan kreatifitas dalam hiburan dan penyampaian informasi [6]. Proses Editing video dilakukan untuk memilih gambar dan klip video yang terbaik, menciptakan arus, menambahkan efek, grafik, musik, mengubah gaya dan suasana hati dan langkah dari gambar dan terakhir memberikan sudut yang menarik bagi hasil rekaman [7].

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilakukan tim pelaksana di Pekon Hurun Kecamatan Teluk pandan Kabupaten Pesawaran adalah sebagai berikut:

1. Program pembuatan akun Instagram

Penggunaan media social saat ini sudah semakin marak, salah satunya adalah media social Instagram [8]. Instagram sendiri merupakan media social yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption [9]. Seiring dengan meningkatnya pengguna instagram, instagram bertambah fungsi menjadi wadah pengusaha dalam mempromosikan produk nya melalui Instagram [10]. Program pembuatan akun Instagram ini dibuat untuk mempromosikan produk di dunia maya karena dengan perkembangan teknologi di era *digital* ini sangat penting untuk memasarkan produk UMKM ke media social agar masyarakat luas lebih mudah untuk mengenali usaha tersebut.Akun Instagram dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1. Akun Instagram

.

2. Melakukan Pelatihan Komputerisasi Dasar Pemuda dan Pemudi desa hurun

Program kegiatan pelatihan komputerisasi dasar ini diberikan kepada pemuda/i Pekon Hurun, apparat desa dan UMKM. Guna untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan yang lebih jauh lagi dari sebelumnya, dengan adanya pelatihan komputerisasi dasar ini sangat di berguna untuk mereka kedepannya, dan pada saat pelatihan tersebut mereka sangat antusias dalam menerima ilmu. Program kegiatan pelatihan komputerisasi dapat dilihat pada gambar 2.

Gambar 2 Pelatihan Komputerisasi

3. Membuat Olahan Kerupuk Lele dan Kemasan

Selain dari kegiatan kegiatan diatas, kami juga tidak lupa dengan tugas utama kami yakni tentang Budidaya Lele, dimana disini kami memilih untuk mengolah lele menjadi sebuah olahan kerupuk yang lezat nan gurih serta membuat kemasan yang menarik untuk UMKM Budidaya Lele. Kemasan baru kerupuk olahan lele dapat dilihat pada gambar 3.

Gambar 3. Kemasan Kerupuk Lele

Hasil evaluasi seluruh kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah sebagai berikut:

a. Kelebihan
   1. Sumber Daya Alam di Pekon Hurun mempunyai tanah persawahan yang subur.
   2. Sumber Daya Manusia di Pekon Hurun sangat ramah tamah dan sangat peduli dengan lingkungan sekitar.
   3. Tersedianya jaringan yang sangat lancar untuk mengakses berbagai sumber informasi yang dibutuhkan.

b. Kekurangan
   1. minimnya media komputerisasi sebagai alat bantu untuk pendataan segala macam berkas.

2. Kurangnya pemahaman warga masih belum terbuka tentang pentingnya mendirikan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) guna memajukan Pekon.
3. Warga masih belum bisa memanfaatkan sumber daya yang ada di Pekon Hurun dengan maksimal.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Serangkaian Kegiatan kami sebagai Mahasiswa PKPM di Desa Hurun,Teluk Pandan,Kabupaten Pesawaran,Lampung dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Diadakannya media sosialk Instagram sebagai wadah untuk memasarkan produk hasil budidaya ikan lele tersebut. 2) Terbentuknya kemampuan Masyarakat dalam memanfaatkan tekhnologi yang berguna dalam pemanfaatan media pemasaran online. 3) Pengembagan prodak olahan hasil budidaya ikan lele, seperti: kerupuk ikan lele. .

Namun demikian ada beberapa kendala yang dihadapi sehingga saran yang bisa disampaikan khususnya kepada UMKM, Masyarakt Desa Hurun Teluk Pandan dan Perangkat Desa Hurun dan Teluk Pandan adalah: 1) Hendaknya UMKM Budidaya Lele lebih menekankan pada Inovasi produk, kemasan, dan Brand keapada masyarakat luas dan dapat menjalin hubungan relasi bisnis agar tidak kesulitan dalam proses produksi dan distribusi agar usaha dapat terjamin kedepannya, salah satu bentuknya adalah melalui promosi *online* yang dapat menambah relasi bisnis. 2) Partisipasi masyarakat hendaknya lebih ditingkatkan lagi dalam pemahaman penggunaan Teknologi Informasi dimasa yang akan dating. 3) Hendaknya perangkat pekon lebih mengoptimalkan *website* http://Hurun.desa.id sebagai sarana informasi kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A. Dianawati, 6 Rahasia Sukses Menjadi Jutawan Internet, Jakarta: Mediakita, 2007.

[2] Urmila, "Perkembangan Wisata Belanja Oleh - Oleh Makanan di kota Malang," *Jurnal Mater Pariwisata,* 2019.

[3] T. S. d. Ketrin, "Digital Marketing Stategies that Millenials find Appealing, Motivating or Just Anoying," *Journal of Strategic Marketing,* 2011.

[4] P. Kotler and G. Amstrong, Principle of Marketing, 10th Edition, Pearson Education Inc, New Jersey: Upper Sudle River, 2014.

[5] Y. Afrina, "Effectiveness of Digital Marketing in tHe Challenging Age," *International Journal of Management Science and Business Administration ,* 2015.

[6] A. Purwanto, "Teknik Editing Video Dengan Multi Kamera," *Jurnal DASI,* 2015.

[7] W. Widiarto, "Peringkasan Konten Vidio Menggunakan Metode Berbasis Frame Kunci," *Jurnal,* 2016.

[8] A. and N. , "Efektivitas Fitur Instagram Sponsored Sebagai Media Iklan/Promosi," *Jcom.Unram,* 2019.

[9] Atmoko, Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel, Jakarta: Media Kita, 2012.

[10] M. Nisrina, Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang, Yogyakarta: Kobis, 2015.