



Pelatihan Inovasi dan Digitalisasi Marketing UMKM Olahan Pangan/Ikan Menuju Masyarakat Mandiri di Desa Biluango, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango

Training on Innovation and Marketing Digitalization of Processed Food/Fish MSMEs Towards an Independent Community in Biluango Village, Kabila Bone District, Bone Bolango Regency

Yuriko Boekoesoe¹⁾, Ramlan Mustafa^{2*)}, Yanti Saleh³⁾, Agustinus Moonti⁴⁾

Abstrak

¹²³⁴Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

*Corresponding Author
Email: ramlan@ung.ac.id

Desa Biluango, yang terletak di Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango, merupakan salah satu desa pesisir dengan sebagian besar penduduknya bekerja sebagai buruh tani dan nelayan. Selain memiliki potensi di bidang pertanian dan perikanan, Desa Biluango juga memiliki beragam produk olahan makanan dari UMKM setempat. Usaha ini sangat bergantung pada pesanan konsumen, sehingga produksi hanya dilakukan ketika ada permintaan. Meskipun demikian, pemilik UMKM berkeinginan menjadikan usaha ini sebagai sumber penghasilan utama. Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran sangat penting untuk pengembangan produk. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pelatihan penggunaan media digital untuk pemasaran. Teknik dan metode yang akan diterapkan dalam kegiatan pendampingan guna meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Biluango meliputi metode penyuluhan dan praktik langsung di lapangan. Kegiatan tersebut akan diawali dengan 1) Sosialisasi pemberdayaan masyarakat; 2) Pelatihan Strategi Promosi melalui media digital untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM; 3) Pelatihan Strategi pemasaran melalui *e-commerce* 4) Pelatihan manajemen usaha melalui pemasaran produk secara digital (*Digital Marketing*). Pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk seperti *idigital marketing e-commerce* dapat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produk yaitu kripik pisang, nugget ikan dan olahan ikan lainnya agar produk mereka bisa laku dipasaran. Pemasaran secara digital yaitu dengan melalui social media, facebook, instagram, tik tok, canva dan e marketing lainnya. Penggunaan e marketing dapat meningkatkan jumlah penjualan hingga 50% dari penjualan yang dilakukan secara konvensional.

Kata Kunci: olahan pangan/perikanan, UMKM, *e-commerce*, *Digital Marketing*

Abstract

Biluango Village, located in Kabila Bone District, Bone Bolango Regency, is a coastal village where the majority of the population works as agricultural laborers and fishermen. In addition to its potential in agriculture and fisheries, Biluango Village also has various processed food products produced by local small and medium enterprises (SMEs). These businesses are highly dependent on consumer orders, with production only occurring when there is demand. Despite this, the SME owners aspire to make these businesses their primary source of income. Therefore, the implementation of marketing strategies is crucial for product development. One effort that can be undertaken is training in the use of digital media for marketing purposes. The techniques and methods to be applied



This work is licensed under a
Attribution-NonCommercial 4.0
International

in the community assistance program aimed at improving the economy of Biluango Village include extension methods and hands-on field practice. This activity will begin with 1) Socialization on community empowerment; 2) Promotional Strategy Training through digital media to increase the selling value of MSME products; 3) Marketing Strategy Training through e-commerce; 4) Business management training through digital product marketing (Digital Marketing). The use of technology in marketing products such as digital marketing e-commerce can help MSMEs market products, namely banana chips, fish nuggets and other processed fish so that their products can sell on the market. Digital marketing, namely through social media, Facebook, Instagram, Tik Tok, Canva and other e-marketing. The use of e-marketing can increase the number of sales by up to 50% of sales made traditionally conventional.

Keywords: food processing/fisheries, MSMEs, e-commerce, Digital Marketing

Pendahuluan

Di era modern ini, teknologi telah berkembang pesat dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi yang cepat ini telah mengubah kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Aprillia, 2021; Werdani et al., 2020). Informasi yang diperoleh dengan cepat kini dapat segera disebarluaskan kepada publik, menciptakan peluang bagi industri untuk memasarkan produk atau jasa dengan lebih mudah. Selain itu, hal ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan, yaitu masyarakat luas, sebagai bentuk komunikasi dua arah (Bala dan Verma, 2018; Rahmawati, 2017). Selain itu, internet menjadi sangat penting dalam memfasilitasi dan menjalankan berbagai aktivitas masyarakat (Faradita dan Afiani, 2021; Javid et al., 2016).

Perkembangan teknologi digital dalam bidang bisnis telah mengubah metode komunikasi pemasaran dari yang sebelumnya konvensional menjadi digital marketing. Pemasaran berbasis digital menawarkan peluang bagi pelaku UMKM untuk berkembang dengan melakukan branding dan pemasaran secara online melalui media sosial, marketplace, dan e-commerce. Oleh karena itu, sosialisasi dan pelatihan tentang branding produk serta digital marketing sangat diperlukan.

Desa Biluango, yang terletak di Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango, adalah salah satu desa pesisir dengan banyak penduduk yang bekerja sebagai buruh tani dan nelayan. Selain memiliki potensi di bidang pertanian dan perikanan, desa ini juga memiliki berbagai produk olahan makanan dari UMKM. Model usaha yang diterapkan sangat bergantung pada pesanan, di mana produksi hanya dilakukan ketika ada permintaan dari konsumen. Di sisi lain, pemilik UMKM berkeinginan untuk menjadikan usaha ini sebagai sumber penghasilan utama, di samping pendapatan mereka sebagai buruh tani. Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran sangat penting untuk pengembangan produk.

Desa Biluango perlu melakukan perubahan system perikanan dan pertanian dalam meningkatkan pendapatan keluarga terutama pemasaran hasil perikanan yang mereka dapat selama bekerja. Dalam memasarkan hasil yang diperoleh selama melaut mereka masih menggunakan cara yang sederhana untuk itu dilakukan perubahan system pemasaran.

Upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan mengadakan pelatihan tentang penggunaan media digital dalam pemasaran produk. Konsep pemasaran digital diterapkan secara berbeda oleh setiap individu. Dalam hal ini, pemasaran web merujuk pada promosi jasa dan barang melalui internet, yang memerlukan koneksi langsung secara real-time.

Pendampingan dan pembinaan sangat penting untuk pengembangan UMKM menuju arah yang lebih baik. Ini merupakan solusi untuk beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka, seperti: 1. Kurangnya pengetahuan tentang teknologi pemasaran, 2.

Kurangnya pengetahuan mengenai desain dan inovasi produk, 3. Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran dan promosi menggunakan media digital seperti media sosial, marketplace, dan e-commerce. Perkembangan teknologi digital dalam bidang bisnis telah mengubah metode komunikasi pemasaran dari yang konvensional menjadi digital. Dalam penerapan strategi pemasaran digital, branding produk menjadi sangat penting. Branding mencakup nama, simbol, dan desain produk (Irwan & Affan, 2020). Selain itu, branding produk juga berfungsi sebagai media promosi bagi konsumen, karena produk dengan ciri khas akan lebih mudah diingat oleh mereka.

Kurangnya penggunaan teknologi dalam proses pemasaran produk berdampak pada rendahnya nilai jual produk UMKM masyarakat. Untuk mengatasi permasalahan ini, masyarakat memerlukan pelatihan mengenai penggunaan media digital marketing. Tujuan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan digital marketing.

Metode Pelaksanaan

a. Sasaran Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan di Desa Biluango, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango, yang terletak di Kawasan Teluk Tomini, berfokus pada pemberdayaan masyarakat setempat yang kaya akan hasil pertanian dan perikanan. Masyarakat Desa Biluango, terdiri dari petani dan nelayan, masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran hasil UMKM. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan memberikan pendampingan kepada kelompok masyarakat atau UMKM, terutama ibu-ibu rumah tangga yang merupakan istri petani dan nelayan, sebanyak 30 orang. Pendampingan dilakukan melalui beberapa kegiatan, yaitu: 1) penyuluhan tentang pemasaran digital yang efektif untuk usaha kecil dan menengah; 2) pemanfaatan hasil produksi dengan kegiatan pemasaran berbasis inovasi dan digitalisasi; 3) pelatihan penggunaan alat digital seperti Canva, YouTube, toko online, atau marketplace untuk mempermudah dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk.

b. Tahapan Pelaksanaan

Teknik dan metode yang akan diterapkan dalam kegiatan pendampingan untuk peningkatan ekonomi masyarakat Desa Biluango meliputi metode penyuluhan dan praktik langsung di lapangan. Kegiatan tersebut akan diawali dengan:

1. Sosialisasi pemberdayaan masyarakat, dimana dalam kegiatan ini dilakukan untuk menyebarluaskan informasi mengenai waktu pelaksanaan pelatihan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat mempersiapkan diri dengan baik.
2. Penyuluhan tentang peningkatan kapasitas diri masyarakat pesisir melalui penyuluhan strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan hasil dan nilai jual produk UMKM, penyuluhan teknik pemasaran yang mudah dan murah untuk dilakukan, serta bisa dilakukan dimana dan kapan saja.
3. Setelah dilakukan penyuluhan, dilanjutkan dengan pelatihan membuat promosi produk melalui media canva, melakukan promosi melalui media sosial, membuat konten youtube, sehingga promosi lebih menarik dan menciptakan banyak peminat akan produk UMKM olahan pangan/perikanan di Desa Biluango
4. Akhir dari kegiatan pelatihan ini adalah menggunakan digitalisasi. Di samping itu, masyarakat diajak untuk bisa membuat promosi produk UMKM yang lebih menarik, juga masyarakat di latih untuk bisa memasarkan produknya secara mandiri melalui toko online, media sosial, maupun marketplace.

5. Kegiatan pendampingan ini melibatkan dosen dan mahasiswa, serta ibu-ibu peserta pelatihan.

c. Proses Pelaksanaan

1. Observasi lokasi calon mitra untuk melakukan needs assessment terhadap mitra pelaksana kegiatan
2. Observasi lapangan dan Asesmen Kebutuhan Masyarakat
3. Penyampaian hasil asesmen dan rencana program kerja kepada Pemerintah Desa
4. Penyusunan rencana program bersama Masyarakat
5. Sosialisasi pemberdayaan Masyarakat
6. Pelatihan Strategi Promosi melalui media digital untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM
7. Pelatihan Strategi pemasaran melalui *e-commerce*
8. Pelatihan manajemen usaha melalui pemasaran produk secara digital (*Digital Marketing*)
9. Pembuatan Video setiap Kegiatan
10. Penyusunan artikel di mediamassa cetak/elektronik

d. Teknik analisis

Tabel 1. Luaran dan Target Capaian

No	Luaran	Target Capaian
1	Peningkatan level Keberdayaanmitrasasaran	100%
2	Menghasilkan artikel ilmiah dalam jurnal Nasional terindeks sinta	100 %
3	Video kegiatan	100%
4	Artikel di media massa	100%

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian ini yang dilaksanakan selama 3 Minggu di Desa Biluango Kecamatan, Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. Adapun kegiatan yang dilaksanakan ini yaitu meliputi :

1. Pelatihan Inovasi dan digitalisasi marketing pada olahan pangan dan perikanan
Pada tahapan ini dosen dan mahasiswa melakukan koordinasi dan komunikasi dengan masyarakat setempat terutama ibu-ibu dan karang taruna. Pada tahapan ini yaitu persiapan bahan baku yaitu ikan cakalang dimana bahan baku ini mudah didapatkan. Pelatihan Inovasi ini dengan melakukan pembuatan olahan ikan cakalang menjadi nugget ikan. Setelah itu mahasiswa bersama ibu-ibu terutama pelaku UMKM mengolah ikan cakalang menjadi nugget ikan. Setelah melakukan pembuatan nugget ikan maka ibu-ibu dilakukkn pelatihan bagaimana cara memasarkan nugget ikan kepada masyarakat. Hal ini bisa menambah pendapatan rumah tangga ibu ibu dan masyarakat di desa biluango. Masyarakat dilatih bagaimana memasarkan suatu produk dan berinovasi terutama pada desain produk dan kemasan supaya produk bisa laku terjual. Pemasaran dan inovasi dilakukan secara digital baik melalui media sosmed yaitu youtube, instagram,facebook dan lain-lain.



Gambar 1. Pelatihan digitalisasi Marketing di Desa Biluango



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Nugget ikan cakalang di Desa Biluango

2. Selain pelatihan digitalisasi marketing dilaksanakan pula cara pembuatan nugget dari Ikan cakalang. Dosen dan Mahasiswa bersama ibu ibu di desa Biluango membuat nugget dari Ikan cakalang. Ikan cakalang lebih banyak didapat di sekitar pantai Biluango. Kebanyak ibu ibu atau nelayan tidak memanfaatkan ikan untuk olahan lain, ikan sebagian besar dijual. Untuk membuat ikan menjadi nilai tambah bagi pendapatan mereka maka diolah menjadi makanan cemilan yaitu nugget ikan cakalang, selain membuat nugget maka di perkenalkan juga bagaimana cara memasarkan nugget tersebut secara online atau di kenal dengan digital marketing.

3. Program UMKM

Program UMKM merupakan program yang mendapat respon positif dari dari pelaku UMKM dan masyarakat, UMKM ini dapat membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya agar lebih maju. Di desa Biluango UMKM perkembangan agak lamban. Hal ini disebabkan karena perolehan modal yang terbatas, persaingan pasar yang ketat, kesulitan dalam membangun merek serta tantangan dalam hal manajemen dan sumberdaya manusia. Untuk mengatasi hal ini mahasiswa mengenalkan pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk seperti idigital marketing e-commerce. Digital marketing ini dapat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produk yaitu kripik pisang agar produk mereka bisa laku dipasaran. Digital marketing yaitu dengan melalui social media, facebook, instagram, canva, dll.



Gambar 3. Produk UMKM Berbasis Pangan

Kesimpulan

Secara Umum potensi Desa Biluango memiliki potensi yang besar terutama dalam bidang perikanan dan pertanian. Dalam bidang perikanan dimana sebagian besar penduduknya adalah nelayan. Sebagian besar hasil melaut yang didapat dijual dengan harga yang rendah. Untuk mengantisipasi hal tersebut dilakukan proses olahan ikan dengan membuat nugget ikan agar memberikan nilai tambah bagi ibu-ibu nelayan. Untuk mengembangkan produk nugget ikan dilakukan system teknologi dengan digital marketing *e-commerce*. seperti penggunaan media social yaitu facebook, instagram, tiktok, sehingga produk tidak akan dibuang justru akan memberikan nilai tambah serta meningkatkan pendapatan rumah tangga ibu-ibu nelayan. Selain bidang perikanan ada juga bidang pertanian di desa biluango seperti adanya UMKM kripik pisang dan budidaya tanaman jagung dan kemiri.

Ucapan Terima Kasih

1. Rektor Universitas Negeri Gorontalo yang telah menyediakan dana dan fasilitas pengabdian
2. Lembaga penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini
3. Kepala Desa dan Masyarakat Desa Biluango Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango yang telah bersedia bermitra dengan kami dalam pelaksanaan kegiatan ini.
4. Mahasiswa dan dosen pendamping yang telah Bersama-sama melaksanakan seluruh kegiatan.

Referensi

- Arianto, B. (2019). Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal UMKM Dewantara*, 2(1), 27–46.
- Irwan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 32–36. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Aprillia, H. (2021). Peningkatan Kapasitas Umkm Kuliner Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdimas Belanegara*, 2(2), 62–71. <https://doi.org/10.33005/jabn.v2i2.76>