

Received: November 2020

Accepted: December 2020

Published: January 2021

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/jam.v5i01.1172>

Pelatihan *E-Commerce* Produk Makanan Bandeng Duri Lunak

*A Rinto Dwiatmojo**Politeknik Negeri Samarinda*rinto_dwiatmojo@polnes.ac.id*Yusni Nyura**Politeknik Negeri Samarinda*yusninyura@polnes.ac.id*Said Keliwar**Politeknik Negeri Samarinda*saidkeliwar@polnes.ac.id

Abstrak

Kecamatan Muara Badak khususnya Desa Muara Badak Ulu mempunyai potensi hasil laut yang sangat melimpah salah satunya adalah ikan Bandeng dan Tembang yang banyak kita jumpai. Dimana hasil laut tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal oleh warga setempat yang selama ini hanya di jual di pasar atau pengepul. Oleh karena itu sangat di sayangkan apabila ikan bandeng dan tembang tersebut tidak dikembangkan kemanafaatannya menjadi produk makanan olahan, agar potensi tersebut menjadi peluang bagi masyarakat Desa Muara Badak Ulu sebagai lapangan pekerjaan yang mandiri dan kreatif. Tujuan Pelatihan ini adalah untuk memberikan wawasan ketrampilan, baik mengenai Teknik *packaging* maupun proses produksi secara mandiri, promosi dan pemasaran secara digital. Adapun metode yang digunakan dalam pelatihan ini meliputi ceramah, demonstrasi, bimbingan dan evaluasi. Sebagai tahap awal dimana hasil pelatihan tahap awal adalah sudah cukup memuaskan yang mana dari hasil desain *packaging* yang kami lakukan sudah mampu membentuk brand serta diterima dipasaran. Potensi 'Bandeng Duri Lunak' Desa Muara Badak Ulu perlu ditumbuh kembangkan menjadi produk makanan, yang akan menjadi produk unggulan daerah di Kalimantan Timur khususnya di Desa Muara Badak Ulu. Besar harapan ini tentunya sangat beralasan karena kekayaan sumber daya perairan dan sumber daya manusia yang mumpuni, dimana produk makanan ini sangat memungkinkan untuk dikembangkan di Desa Muara Badak Ulu serta mampu menembus pasar nasional.

Kata Kunci: *bandeng duri lunak; e-commerce; sosial media; produk makanan.*

Pendahuluan

Indonesia adalah negara memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah akan hasil lautnya dengan lautan yang sangat luas sehingga menjadikan Indonesia kaya akan bahari, segala kekayaan itu menjadi rahmat bagi masyarakat Indonesia untuk dimanfaatkan guna

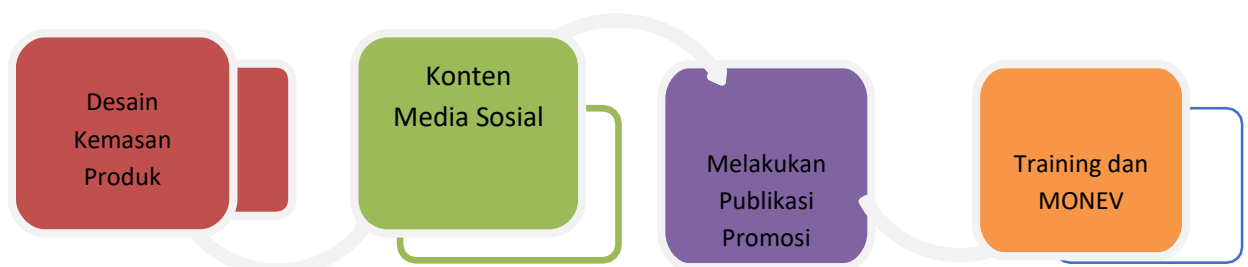
kelangsungan hidup mereka dengan tetap menjaga keseimbangan ekosistemnya (Mubarat & Patriansyah, 2020). Setiap provinsi di Indonesia memiliki kekaayan alamnya masing-masing salah satunya adalah Desa Muara Badak Ulu yang letaknya di pinggir laut dimana penduduknya bekerja sebagai nelayan (Sulistianto, 2016). Desa Muara Badak Ulu yang letaknya paling ujung di Kecamatan Muara Badak di mana diuntungkan karena dekat dengan laut dimana para nelayan serta petani tambah menjadikan ikan bandeng dan tembang sebagai salah komonditi yang ada. (BADAK & KARTANEGARA).

Ikan bandeng dan tembang banyak dijumpai di Desa Muara Badak Ulu dimana kedua ikan tersebut belum diolah secara maksimal. Dimana ide pertama kali muncul dari kelompok usaha bandeng duri lunak yang ada di Desa Muara Badak Ulu untuk mengolah menjadi produk makanan yang mampu bersaing dipasaran. “Bandeng Duri Lunak” adalah merupakan Produk makanan Unggulan yang ada di Muara Badak Ulu selain amplang, makanan rintisan usaha kecil dengan nama Kelompok” Usaha Bandeng Duri Lunak” yang beralamat di Desa Muara Badak Ulu yang dipimpin oleh Hj. Andi Kusuma . Kelompok Usaha ini bergerak di bidang usaha Abon dan Bandeng Duri Lunak pembuatan dan penjualan produk makanan berbahan Ikan Bandeng dan Ikan Tembang.

Pelatihan *E-Commerce* adalah merupakan program PKM yang di danai dari Politeknik Negeri Samarinda tahun 2020 menitik beratkan kepada cara melakukan pemasaran dengan digital, dimana diikuti oleh 20 Orang anggota kelompok usaha bandeng duri lunak yang ada di Desa Muara Badak Ulu. Pada Tahap awal dilakukan proses pembuatan *packaging* dari produk yang ada sehingga mempunyai brand dari produk tersebut. Langkah selanjutnya adalah dengan melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial dimana pada saat ini hampir semua penduduk memiliki *smartphone*. Media sosial merupakan salah satu media promosi yang paling efektif dan populer saat ini dimana menunjukkan bahwa penggunaan sosial media sangat tinggi dikalangan masyarakat . (Daeng et al., 2017) .

Metode

Metode yang digunakan yaitu Melakukan Observasi langsung serta mengidentifikasi kelemahan kelompok usaha dan memberikan Penawaran solusi serta, memberikan Pelatihan dan melakukan Monev. Dimana alur skema metode yang digunakan untuk dalam program ini adalah meliputi Desain Kemasan Produk Pembuatan Konten Media Sosial serta melakukan Publikasi di Media Sosial dan Melakukan Pelatihan dan MONEV 2 (Elfindri, 2011), pada gambar di bawah ini :



Gambar : Metode Pelaksanaan PKM

Hasil dan Pembahasan

Pada Program Pengabdian Masyarakat, pengusul bekerja sama dengan UMKM yaitu Kelompok Usaha Bandeng Duri Lunak yang beralamat di Desa Muara Badak Ulu yang dipimpin oleh Hj. Andi Kusuma . Kelompok Usaha ini bergerak di bidang usaha Abon dan Bandeng Duri Lunak pembuatan dan penjualan produk inovasi berbahan Ikan Bandeng dan Ikan Tembang, yang beroperasi sejak bulan tahun 2018 yang berawal dari hasil ikan yang ada di Muara Badak yaitu Ikan Tembang dan Ikan Bandeng yang ada di wilayahnya. Program yang dirancang lebih menekankan pada Rencana *E-Coomerce* Pelaku Usaha 3 (Medah, 2009) serta Desain Kemasan 4 (Hartanto et al., 2015) serta pelatihan. Sebagai pendapatann keluarga yang ada di sekitar dengan mengolah bahan Abon dan Bandeng Duri Lunak, adapun pembuatan dan penjualan produk inovasi berbahan Ikan Bandeng dan Ikan Tembang di wilayah Muara Badak Ulu akan menjadi produk yang layak dikonsumsi, serta menjadi sebagai salah satu mengurangi pengangguran yang ada di desa tersebut dan mampu memecahkan permasalahan ekonomi di lingkungan pelaku usaha dengan pemberdayaan masyarakat. Adapun pelatihan *E Commerce* meliputi sebagai berikut :

Pembuatan Desain Kemasan

Desain kemasan Produk makanan yang dilakukan pertama adalah membuat Desain kemasan, dikarenakan merupakan bagian dari Brand dimana tahap ini untuk memperkenalkan produk yang telah diproduksi kepada khalayak luas yaitu konsumen, dimana desain ini merupakan bagian dari ciri khas suatu produk yang akan dipasarkan kepada masyarakat melalui *E-Marketing*. Adapun kemasan produk tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kemasan Abon Tembang Duri Lunak



Gambar 2. Kemasan Produk Bandeng

Pembuatan Konten Berbasis Internet / Media Digital

Setelah Desain kemasan dibuat langkah selanjutnya adalah dengan membuat Konten Promosi di media sosial (Augustinah, 2019), dimana diperlukan kalimat atau bahasa yang mudah di pahami oleh konsumen. Dengan menggunakan beberapa media sosial dan membangun *website online* agar memudahkan konsumen dalam memesan produk makanan.

Simpulan dan rekomendasi

Kegiatan Pengabdian yang dilaksanakan di Kelompok Usaha Bandeng Duri Lunak yang beralamat di Desa Muara Badak Ulu yang dipimpin oleh Hj. Andi Kusuma mendapat respon yang baik dari kelompok usaha tersebut. Berdasarkan rangkaian kegiatan yang berjalan dengan baik dan sesuai harapan dan tujuan dari program kegiatan pengabdian kepada masyarakat, serta bertambahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha. Selanjutnya untuk rekomendasi, pertama adalah untuk meningkatkan pemasaran dengan menggunakan sosial media. Kedua, Perlu adanya kerjasama antara pelaku usaha dengan *provider* agar memudahkan pemasaran secara *online*, dengan keterbatasan dana maka tidak semua dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diinginkan.

Daftar Pustaka

- Augustinah, F (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang.
- BADAK, B. D. P. K. M., & KARTANEGARA, K. K. ANALISIS MORFOMETRIK BELANGKAS (HORSESHOE CRAB) DARI HASIL TANGKAPAN.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Elfindri, E. (2011). Beberapa Teknik Monitoring dan Evaluasi (MONEV). *Jurnal Kesehatan Komunitas*, 1(3), 106-128.
- Hartanto, S., Yuwono, E. C., & Soewito, B. M. (2015). Perancangan Desain Kemasan Produk Homemade Pie” 391” Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6), 13.
- Medah, M. (2009). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan. *Partner*, 16(1), 74-81.
- Mubarat, H., & Patriansyah, M. (2020). Pelatihan Kerajinan Bambu di Desa Keluru Kabupaten Kerinci menuju Industri Kreatif. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 4(02), 217-226.
- Sulistianto, E. (2016). Potensi Ekonomi Pengembangan Usaha Budidaya Tambak Udang Windu di Kecamatan Muara Badak Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Harpodon Borneo*, 9(1).