

PKM IKAN KEUMAMAH DI DEAH RAYA: PENINGKATAN PANGSA PASAR VIA MEDIA SOSIAL

Eliana¹, Nasri Zarman², Ferdi Nazirun Sijabat³, Banta Karollah⁴, Intan Novia Astuti⁵, Yusra⁶, Farah Ivana⁷

^{1,5,7}Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang
^{2,3,4,6}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang
e-mail: elianajl843@gmail.com

Abstrak

PKM Ikan Keumamah di Deah Raya Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh bertujuan untuk meningkatkan ekonomi keluarga kelompok Anugrah yang berjumlah 10 orang, melalui media sosial seperti tiktok, Instagram, fecebook, youtube dan media lainnya. Permasalahan diantaranya: kurangnya pengetahuan kelompok dalam membuat laporan keuangan, kurangnya kemampuan pemasaran produk, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan teknologi seperti penggunaan HP Android serta kurang motivasi usaha. Metode yang digunakan adalah pelatihan, sosialisasi dan pendampingan kepada anggota Anugrah. Tim PKM bertindak sebagai fasilitator dan instruktur dalam memberikan pelatihan dan pendampingan antara lain: melakukan pelatihan dan sosialisasi pembuatan laporan keuangan sederhana dan mudah dipahami, pelatihan branding produk yang menarik minat pembeli, pelatihan pemasaran online dan pendampingan pembuatan akun-akun media sosial. Hasil pelatihan diketahui bahwa adanya peningkatan pemahaman pembuatan laporan keuangan, dan peningkatan pemahaman anggota kelompok anugrah dalam mengemas produk yang baik dan menarik bagi konsumen, peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan HP android untuk pemasaran online dan adanya motivasi anggota kelompok anugrah untuk mengelola usaha.

Kata kunci: Aceh, Gampong Deah Raya, Keumamah, Pemasaran Online, Produksi

Abstract

PKM Fish Keumamah in Deah Raya Prefecture Shiah Kuala Kota Banda Aceh aims to improve the economy of the Anugrah family group of 10 people, through social media such as tiktok, Instagram, fecebook, youtube and other media. The problems include: lack of group knowledge in making financial reports, lack of product marketing capabilities, a lack of skill in using technology such as the use of Android HP as well as lack of motivation for enterprise. The methods used are training, socialization and accompaniment to members of the Anugrah. The PKM team acts as a facilitator and instructor in providing training and support among others: conducting training and socialization of simple and easy-to-understand reporting, product branding training that attracts buyers, online marketing training and accompanying creation of social media accounts. The training results are known that there is an improved understanding of financial reporting making, and an enhanced understanding of the members of the award group in packaging good and attractive products for consumers, an improvement in the ability to use the Android HP for online marketing and the motivation of award group members to manage the business.

Keywords: Aceh, Gampong Deah Raya, Popularity, Online Marketing, Production

PENDAHULUAN

Gampong Deah Raya merupakan salah satu gampong yang ada dalam kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh. Dan berada di kawasan pesisir barat kota Banda Aceh dan mengalami kerusakan terparah pada bencana tsunami dan gempa bumi pada tahun 2004. Selain itu Gampong ini lebih dikenal dengan sebutan Syiah Kuala, makam Ulama Aceh yaitu Tgk Syiah Kuala atau Tgk Syeh Abdurrauf Al Fansuri Al Singkil menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dari dalam dan luar provinsi Aceh. Program-program pemberdayaan usaha kecil menengah telah banyak dilakukan oleh pemerintah. Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan Indonesia yaitu membangun manusia Indonesia seutuhnya (Ariningrum et al., 2022; Herawati et al., 2022). Pemberdayaan usaha kecil dicanangkan agar penanggulangan pengangguran dan kemiskinan dapat diminimilisir (Krisnawati, 2016). Salah satunya dengan cara mendukung program pemerintah khususnya dalam hal pemberdayaan usaha kecil dengan mengadakan berbagai kegiatan seperti pemberian penyuluhan dan

pelatihan dikalangan pelaku usaha kecil dan menengah yang memang tidak terbantu oleh pemerintah (Isma et al., 2023).

Kelompok Anugrah merupakan kelompok usaha kecil menengah yang bergerak dalam pengolahan dalam pencatutan usaha berbasis perikanan yang ada di Desa Deah Raya Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh dan sudah berdiri sejak tahun 2010, usaha yang dilakukan oleh 2 kelompok ini adalah dengan memanfaatkan komoditi ikan tongkol dan cakalang sebagai bahan baku utama pengolahan ikan menjadi produksi ikan keumamah. Usaha ini dirintis atas inisitif pribadi dari masing-masing anggota kelompok, kalau dilihat dari segi proses produksi merupakan modal sendiri. Berawal dari permasalahan ekonomi keluarga dan melimpahnya tangkapan ikan tongkol dan cakalang yang ada di tempat penampungan Ikan (TPI) Lampulo. Namun pandemic covid-19 yang melanda dunia juga ikut berimbas kepada pelaku usaha ikan keumamah. Omset penjualan dan minat beli masyarakat menurun yang makin mempersulit perekonomian usaha ikan keumamah. 2 tahun dihantam oleh pandemic yang mengakibatkan merosotnya produksi ikan keumamah, tahun 2022 menjadi momentum kebangkitan ekonomi kembali, khususnya usaha ikan keumamah untuk bergeliat kembali.

Pemilihan kegiatan dilaksanakan di Gampong Deah Raya karena memiliki potensi digampong Deah Raya yang secara historis terletak di pesisir pantai dimana tempat penampungan Ikan (TPI) Lampulo juga terletak berbatasan dengan Gampong Deah Raya. Potensi tangkapan ikan tongkol dan ikan cakalang yang dijadikan sebagai bahan baku untuk pembuatan ikan kayu sangat memungkinkan untuk meningkatkan finansial para pelaku usaha ikan keumamah yang ada di Gampong Deah Raya kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh.

Usaha ikan keumamah yang ada di gampong Deah Raya ini sudah lama ditekuni dan geluti oleh beberapa masyarakat Gampong Deah Raya, akan tetapi pelaku usaha ikan keumamah di Deah Raya masih menggunakan cara tradisional diantara dalam proses pengolahannya, pengemasan, pemasaran maupun dalam proses penyajian laporan keuangan. Pengemasan yang dilakukan oleh pelaku usaha ikan keumamah hanya dengan packingan sederhana menggunakan keranjang besar untuk memasukan keumamah yang kering atau plastik kresek, pelaku usaha belum membuat kemasan, merk atau branding yang menarik. Pelaku kemamah deah raya juga melakukan pemasaran produk keumamah masih menggunakan cara tradisional dengan membawa keumamah yang sudah kering ke pasar tradisional yang ada di kota Banda Aceh dan Aceh Besar, sehingga jangkauan pelanggan masih sedikit dan hanya terdistribusi di area atau daerah pasar tersebut saja.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Juwitaningtyas (2020) mengenai Good Handling Practices (GHP) pada ikan segar, mengenalkan dan memberikan pelatihan pengolahan produk makanan olahan Ikan Nila kepada mitra dengan teknologi frozen food, serta memberikan pelatihan dan sosialisasi penggunaan web e-commerce, media sosial dan marketplace yang telah ada untuk meningkat pemasaran hasil produk olahan Ikan Nila. Maka penulis mencoba membuat pelatihan dan sosialisasi kepada kelompok anugrah yang ada digampong Deah Raya untuk memasarkan hasil olah ikan tongkol yang dijadikan ikan keumamah yang lebih menarik serta menggunakan media sosial sebagai sarana penjualan kelompok Anugrah, selain itu meningkatkan pendapatan kelompok Anugrah sendiri, (Juwitaningtyas, 2020).

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Syafiih et al. (2019) dengan judul peningkatan keahlian ibu PKK di Desa Karang Anyar dengan memanfaatkan sumber daya alam (SDA) melalui olahan abon ikan laut. Pelatihan di berikan adalah pengolahan ikan tongkol menjadi produk nugget dan abon dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan, kemandirian usaha dan mengurangi pengangguran bagi Masyarakat Desa Karanganyar. Selain itu juga permasalahan yang terjadi di kelompok Anugrah lambanya akses informasi yang masuk kepedesaan dan kurangnya kepedulian Masyarakat terhadap perkembangan teknologi, membuat Masyarakat ketinggalan informasi-informasi penting yang telah ada dan berkembang, termasuk informasi penting mengenai teknologi tepat guna sederhana yang dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Selain itu tingkat pendidikan juga berpengaruh terhadap pola pikir kehidupan masyarakat sehingga kreasi-kreasi baru sulit mereka ciptakan dan dikembangkan, Sarana dan prasarana yang kurang, walaupun letak yang gampong deah raya tidak jauh kota bukan suatu hambatan dalam penerimaan teknologi terbaru, Nurmiyanto et al. (2021). Kenyataan ini yang terjadi pada mayoritas masyarakat perdesaan termasuk masyarakat Gampong Deah Raya Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh.

Metode yang digunakan dalam penyelesaian masalah tersebut dengan tahapan-tahapan yaitu pertama, koordinasi dan administrasi dengan mitra, kedua, melaksanakan kegiatan inti yang terdiri dari

pelatihan dan sosialisasi. Pelatihan dan sosialisasi yang diberikan nama yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat Ikan Keumamah di Deah Raya: Peningkatan Pangsa Pasar Via Media Sosial.

Tujuan kegiatan PKM ini untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk ikan keumamah, meningkatkan mutu mitra melalui digital marketing, pengetahuan mitra mengenai pengolahan produk ikan Keumamah.



Gambar 1. Proses Pengolah Ikan Tongkol menjadi Ikan Keumamah



Gambar 2 Proses Pengeringan Ikan Keumamah

METODE

Metode yang digunakan dalam pengolah ikan keumamah di gampong Deah Raya Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh ini meliputi:

1. Melakukan kunjungan lapangan: tahapan ini melihat secara langsung kegiatan yang dilakukan mitra dari beli bahan mentah sampai proses pengasapan ikan keumamah mitra
2. Mendengarkan masalah mitra: tahapan ini mendengar kesulitan-kesulitan yang dihadapi mitra di lapangan dari tahap pengepakan sampai dengan tahap penjualan di pasar.
3. Melakukan sosialisasi: memberikan penyuluhan dalam bentuk pelatihan dan sosiliasi pembuatan merek dan pembuatan laporan keuangan serta penggunaan akun media sosial seperti Tiktok, FB, IG, Youtube pada mitra yang dilaksanakan di aula di Gampong Deah Raya dengan menghadirkan anggota kelompok mitra Anugrah yang berjumlah 10 orang peserta dan didampingi oleh keucik deah raya serta panitia dan mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang yang berjumlah 4 orang mahasiswa dari Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi.
4. Melakukan pendampingan: memberikan dampingan kepada Kelompok Anugrah dalam membuat akun media Sosial sampai selesai dan bisa diakses
5. Program penguatan kelompok: tahapan ini mengharapakan adanya peningkatan motivasi usaha kelompok sehingga anggota kelompok mempunyai semangat yang tinggi untuk menjalankan usaha dengan menggunakan media sosial sebagai jalur untuk menambah penghasilan keluarga dan kelompok.



Gambar 3. Penyerahan bantuan peralatan untuk kelompok Anugrah



Gambar 4. Pemberian Pelatihan menggunakan akun media Sosial langsung di HP Peserta



Gambar 5. Suasana Pelatihan dan Sosialisasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah adanya perubahan peningkatan pemahaman kelompok Anugrah tentang penting membuat laporan keuangan yang sederhana untuk usaha, pengemasan produk ikan keumamah, kemudian bagaimana mempromosi produk ikan keumamah menggunakan media sosial seperti TikTok, Instagram, facebook, youtube dan media lainnya yang membuat konsumen menarik untuk membeli. Begitu juga dengan kemampuan dalam memanfaatkan HP android untuk pemasaran online berbasis kebutuhan, (Respatiningsih et al., 2018). Rincian hasil pelaksanaan program pengabdian masyarakat diantaranya adalah:

1. Survey lapangan

Hasil ikan tongkol atau bahan baku yang berlimpah dan mudah didapati terutam di TPI Lampulo, tetapi kehidupan para pelaku usaha ikan keumamah perekonomian sangat miskin dan tidak bisa memenuhi kebutuhan rumah tangga. Pelaku ikan keumamah dalam memasarkan produk masih menggunakan cara tradisional dan belum beralih menggunakan media sosial seperti market place, Instagram, facebook dan Tiktok dan platform media lainnya.

2. Mendengarkan kesulitan-kesulitan yang dialami pelaku ikan keumamah

Diawal wawancara dengan pelaku ikan keumamah penulis mendapatkan kesulitan-kesulitan didapatkan dilapangan, seperti ibu Rahmani untuk memproduksi ikan keumamah menggunakan bahan baku iakan tongkol yang kualitas bagus-bagus dengan harga yang lebih sedikit mahal, tetapi

pada saat di kirim ke pemasok harga yang diambil sama dengan harga bahan baku ikan tongkol nomor 2 atau dibawah bahan baku ibu Rahmani, sehingga laba bersih ibu Rahmani peroleh lebih sedikit, malah kadang-kadang cuma pulang pokok (hpp) saja.

3. Melakukan sosialisasi, ditahap ini penulis dan tim melakukan sosialisasi dan pelatihan
 - a. Pelatihan pembuatan laporan keuangan untuk pelaku ikan keumamah, di tahap ini tim PKM memberikan materi bagaimana membuat laporan keuangan yang sederhana untuk pelaku ikan keumamah dari proses modal awal yang digunakan, pembelian bahan baku, yang semua dicatat dalam buku pemasukan dan pengeluaran kas, dari semua informasi awal pelaku ikan keumamah ditemukan bahwa ibu-ibu pelaku ikan keumamah jarang melakukan pencatatan, mereka cuma mengingat dan jarang mencatat semua transaksi yang terjadi dalam satu bulan, ini merupakan salah satu kelemahan dari kelompok pelaku ikan keumamah, padahal kalau dilihat dari penghasilan mereka sudah sangat lumayan, pelaku ikan keumamah sudah bisa menghidupi keluarga dan menyekolahkan anak-anaknya.
 - b. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan membuat branding yang menarik konsumen, di tahap ini dilakukan oleh tim PKM, menjelaskan bagaimana kemasan menarik orang membeli, menjelaskan contoh-contoh kemasan yang ada di dalam media sosial, bapak ibu pelaku ikan keumamah tinggal mendesain atau dibantu desain oleh tim untuk di cetak di tempeat percetakan dan mengemaskan dengan baik dan benar. Karena dengan pengemasan yang menarik akan membuat pembeli melirik dan membeli ikan keumamah. Walaupun begitu masih ada anggota kelompok anugrah yang belum memiliki HP android, kurangnya pengetahuan anggota kelompok dalam hal penggunaan media sosial ataupun bisa dikatakan kurang paham menggunakan Hp android.
 - c. Selanjutnya membuat akun media sosial, salah satu tim PKM memberi pelatihan bagaman membuat akun tiktok dengan conten-conten yang menarik, Instagram dan media lainnya lansung, peserta yang menggunakan HP android lansung dibuatkan akun tiktok, kemudian menambah foto-foto yang menarik yang di upload lansung di akun masing-masing, serta harga ikan keumamah yang disematkan di akun tiktok, Pelatihan ini menitik beratkan pada peran ibu rumah tangga dalam meningkatkan ekonomi keluarga dengan cara menghitung kebutuhan setiap hari. Jumlah kebutuhan setiap hari menjadi target penjualan untuk bisa closing order dengan media online dengan cara update status yang ditindak lanjuti dengan mengirimkan broadcast penawaran produk pada pasar sasaran. Target capaian dalam program ini adalah 40% anggota kelompok Anugrah berhasil melakukan closing order penjualan.
4. Setelah semua acara dilakukan dari tahap survey lapangan sampai pembuatan pelatihan dan sosialisasi pembuatan laporan keuangan, branding dan penggunaan media sebagai pemasaran barang, selanjutnya tim PKM memberikan pendampingan terhadap pelaku ikan keumamah dalam memsarkan barang dengan media sosial, baik tiktok, IG, Fb, youtube dan lainnya. Tim PKM memantau akunt tiktok dari pelaku usaha ikan keumamah dan memberikan arahan dalam mengupload semua produk ikan keumamah. Walaupun begitu banyak rindangan yang dihadapi diantaranya kesulitan bagi para pelaku usaha ikan keumamah dalam menggunakan HP android, kurangnya kedisiplin pada kelompok untuk melakukan promosi di media sosial, belum adanya konsisten produksi.
5. Penguatan kelompok: pada program terakhir ini dilaksanakan dengan memberikan motivasi usaha pada kelompok. Tim PKM memberikan pelatihan motivasi bagaimana penting motivasi dan pemahaman kepada anggota kelompok anugrah memiliki fungsi yang sangat penting dalam usaha memberdayakan perempuan dan bapak-bapak serta meningkatkan produktivitas Perempuan sebagai ibu rumah tangga membantu dan meningkatkan pendapatan keluarga sehingga perekonomian dalam keluarga lebih baik, yang selama ini menunggu dari penghasilan suami sebagai kepala keluarga.



Gambar 6. Proses Pengeringan Ikan Keumamah



Gambar 7. Proses Pengeringan dengan menggunakan Pengasapan



Gambar 8. Proses Pengiriman ke Vendor



Gambar 9. Foto Bersama Anggota Kelompok Anugrah, Tim PKM dan Mahasiswa

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan PKM ikan keumamah di Gampong Deah Raya ini dapat dijelaskan bahwa dari jumlah 10 orang pelaku ikan keumamah semua hadir dan sangat antusias untuk mengembangkan usaha mereka sehingga pendapatan keluarga lebih meningkat dan sejahtera. Pelaku ikan keumamah sudah berani membuat laporan keuangan walaupun sederhana tetapi pelaku

paham bahwa modal dan laba pelaku usaha ikan keumamah tercatat dan dapat dilihat setiap saat. Selain itu pelaksanaan pelatihan dengan materi cara pengemasan dan menggunakan media sosial sosial yang dilaksanakan mampu menghasilkan luaran-luaran yang diharapkan, walaupun dalam tingkat pemahaman pada materi yang berkaitan dengan teknologi informasi masih banyak kendala karena memerlukan banyak waktu dan ketelatenan. Demikian juga pada pembuatan akun tiktok, IG dan FB yang membutuhkan ketrampilan dan seni khusus untuk mendapatkan follower dan pembeli secara cepat. Perlu waktu dan kesabaran dalam memulai semua kegiatan.

SARAN

Kepada Pemerintah Daerah terkhusus untuk pemda Kota Banda Aceh lebih memperhatikan kelompok usaha kecil yang sudah menjalan usahanya tetapi dalam proses kegiatan masih kekurangan baik modal/pembiayaan, penjualan dan motivasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama kepada Kemendibudristek RI yang telah memberikan bantuan pendanaan PMP Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) tahun anggaran 2023. Terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang (STIES) Banda Aceh yang telah memberi support dan bantuan kepada Tim PMP PKM. Demikian juga terima kasih atas partisipasi aparatur dan Masyarakat Gampong Deah Raya Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh, serta mahasiswa/I STIES Banda Aceh yang sudah membantu di lapangan selama kegiatan PKM ini dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariningrum, H., Puspita, I. L., Nurjanah, D. S., Novitania, A., & Cahya, V. D. (2022). Sosialisasi Kewirausahaan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Bawah Di Kebun Sentiko Farm Desa Sungai Langka. *Japma: Jurnal Pengabdian Masyarakat Prodi Akuntansi*, 2(1), 101-106.
- Herawati, W., Wuryaningrum, R. S., & Zainuddin, A. (2022). Pemberdayaan Perempuan Guna Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Dan Masyarakat. *Pancasona: Pengabdian Dalam Cakupan Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 9-16.
- Isma, A., Azis, F., Alisyahbana, A. N. Q. A., Fakhri, M. M., Hasdiansa, I. W., Hasbiah, S., & Nurdin, N. (2023). Pemberdayaan Irt Berbasis Mompreneurs Melalui Pembuatan Abon Ikan Bandeng Kemasan Siap Jual. *Jurnal Kemitraan Responsif Untuk Aksi Inovatif Dan Pengabdian Masyarakat*, 15-24.
- Isma, A., Marhawati, M., Abu, I., Nurjanna, R. A., & Alisyahbana, A. N. Q. A. (2023). Mompreneurs: Pemberdayaan Ibu Pkk Melalui Inovasi Ikan Bandeng Menjadi Abon Siap Jual. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 820-826.
- Juwitaningtyas, T., Normawati, D., & Soleliza Jones, A. H. (2020). Pemberdayaan Kelompok Aisyiyah Di Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah Melalui Diversifikasi Pengolahan Ikan Nila Dan Manajemen Pemasaran. *Pkm, Polanharjo*.
- Krisnawati, K. (2016). Upaya Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Sosio Informa: Kajian Permasalahan Sosial Dan Usaha Kesejahteraan Sosial*, 2(2).
- Nurmianto, E., & Anzip, A. (2021). Pkm Usaha Aneka Olahan Ikan Dan Kerajinan Kerang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bina Darma*, 1(2), 173-179.
- Respatiningsih, H., Aditya, G., & Arini, A. (2018). Pkm Diversifikasi Pengolahan Lele Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Keluarga Pada Kwt Sugih Rejeki Desa Kesugihan Kecamatan Purwodadi Kabupaten Purworejo. *Snkppm*, 1(1), 146-149.
- Rita, J., & Eddy, P. (2014). Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Bunga "Cindy" Di Jl. Kayoon Utara No. 12 Gentengkali-Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 5(2), 155.
- Syafiih, M., Rahman, M. F., & Siyasi, F. (2020). Pkm Peningkatan Keahlian Ibu Pkk Di Desa Karanganyar Dengan Memanfaatkan Sumber Daya Alam (Sda) Melalui Olahan Abon Ikan Laut Dan Nugget. *Guyub: Journal Of Community Engagement*, 1(2), 90-102.