

PENJUALAN ONLINE IKAN ASIN SEBAGAI SALAH SATU USAHA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT NELAYAN BAGAN DELI

¹Sri Wahyuni, ²Mesra B, ³Akhyar Lubis, ⁴Supina Batubara

^{1,2,3,4}Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: ¹sriwahyuni@pancabudi.ac.id, ²mesrab@dosen.pancabudi.ac.id, ³akhyarlbs@pancabudi.ac.id,
⁴supinabatubara@pancabudi.ac.id

Abstract. *The Target that is wanted to be achieved from the Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) is the application of the sale of salted fish online (e-commerce) at the Fisherman Society. Bagan Deli that has a search for the people of fishermen, if the fish is not sold or discharged, the wives of fishermen process it into salted fish. However, the salty fish market has constraints that are only limited to traditional markets in Bagan Deli and to brokers that are selling prices very cheap. The main Target of this program is to implement good online sales with existing applications such as Shopee, Buka Lapak and social media. Training and mentoring was directly acquired by the team to the UKM Desi group of the salty fish-making fishermen in Bagan Deli fisherman who would later become a pilot for another UKM group of salted fish processing. The result of this activity is that the group of salty fish makers know and apply the online salty fish distribution (e-commerce). Where before sales are made only limited to traditional sales in Bagan Deli market.*

Keywords: *E-Commerce, Salted Fish, UKM*

Abstrak. *Target yang ingin dicapai dari Program Pengabdian Masyarakat Stimulus (PKMS) adalah penerapan penjualan ikan asin secara online (e-commerce) pada Masyarakat Nelayan Bagan Deli. Bagan Deli yang mayoritas mata pencarian penduduknya Nelayan, jika ikan tidak laku atau habis dijual maka para istri nelayan mengolahnya menjadi ikan asin. Namun penjualan ikan asin memiliki kendala yaitu penjualan hanya sebatas pasar tradisional di Bagan Deli dan kepada tengkulak yang mengakibatkan harga yang dijual sangat murah. Target utama program ini yaitu mengimplementasikan penjualan secara online baik dengan aplikasi yang sudah ada seperti shopee, buka lapak atau pun melalui media sosial. Pelatihan dan pendampingan dilakuakn langsung oleh tim kepada UKM Desi kelompok para istri nelayan pembuat ikan asin di Bagan Deli nelayan yang nantinya akan menjadi percontohan bagi kelompok UKM lain pengolah ikan asin. Hasil dari kegiatan ini adalah para kelompok UKM pembuat ikan asin mengetahui dan menerapkan penjualan ikan asin secara online (e-commerce). Dimana sebelum penjualan dilakukan hanya sebatas penjualan tradisional di pasar bagan Deli.*

Kata kunci: *Penjualan Online, UKM, Ikan Asin*

1. Pendahuluan

Bagan Deli adalah salah satu daerah yang berada di Pesisir Timur Sumatera Utara. Karena wilayah Bagan Deli adalah pesisir pantai maka mayoritas mata pencarian penduduknya adalah Nelayan. Masyarakat Bagan Deli mendapatkan penghasilan dari menjaul hasil ikan tangkapan. Ikan yang tidak habis terjual maka oleh para istri nelayan diolah menjadi ikan asin. UMKM Desi adalah salah satu dari banyak pengolah ikan menjadi ikan asin di Bagan Deli seperti gambar 1. Hasil ikan di peroleh dari kelompok nelayan yang kemudian dibeli dari nelayan di pasar penjualan ikan seperti gambar 2. Sampai saat ini tenaga kerja yang berkerja sekitar 3-5 orang dan pelanggannya masih terbatas di sekitar desa Bagan Deli atau seputaran Belawan. Gambaran sistem penjualan saat ini hanya dari mulut ke mulut dan pasar tradisional. Untuk produksinya saat ini masih menggunakan peralatan tradisional yang jauh dari teknologi, sedangkan tidak menggunakan kemasan hanya kantong plastik biasa seperti ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 1. UMKM Desi Pembuat ikan asin



Gambar 2. Penjualan Ikan Asin di pasar tradisional

Permasalahan Kelompok Mitra

Potensi peluang bagi UKM di Bagan Deli khususnya UKM Desi sebenarnya sangat besar mengingat di Bagan Deli mayoritas berprofesi sebagai nelayan dan mudahnya mendapatkan bahan baku berupa ikan, namun beberapa kelemahan perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

1. Keterbatasan Pemasaran

Pemasaran yang umumnya dilakukan oleh pengolah ikan asin adalah sebatas hanya pemasaran lokal di Bagan Deli dan di jual ke tengkulak sehingga menyebabkan ikan asin yang dijual sangat murah, begitu juga persaingan dipasar domestik dengan produk yang serupa oleh pengusaha skala besar dan produk impor, maupun dipasar ekspor. Kurangnya pemanfaatan media internet sebagai media promosi produk.

2. Keterbatasan Pemanfaatan Teknologi.

Keterbatasan pengetahuan dan pemanfaatan teknologi masih sangat kurang mereka miliki, sehingga teknologi masih menggunakan teknologi yang sifatnya manual. Masih minimnya pengetahuan penggunaan teknologi

dan keterbatasan sumber daya manusia yang terlibat didalamnya sangat mempengaruhi, terutama dalam aspek-aspek pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk dan penjualan produk secara online atau *e-commerce*.

Penjualan Online

Penjualan *Online* atau biasa disebut *e-commerce* adalah proses jual beli yang dilakukan dengan bantuan internet kemudian website digunakan sebagai penghubung dalam melakukan transaksi tersebut. (Nurhafifah Matondang, 2018). Manfaat Penjualan online adalah sebagai berikut :

1. Dapat meningkatkan pangsa pasar menjadi lebih luas.
2. Menurunkan biaya operasional, seperti sewa toko, karyawan, biaya iklan atau promosi produk.
3. Melebarkan jangkauan penjualan.
4. Meningkatkan *Customer Loyalty*.
5. Meningkatkan *Supply Management*.

Menurut Deddy Prihadi dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kemampuan *e-commerce* dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran” pengaruh *e-commerce* dan media sosial sangat signifikan terhadap kinerja pemasaran pedagang. Dimana promosi dengan media sosial dan penjualan secara *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan dari suatu produk penjualan.

Media Sosial

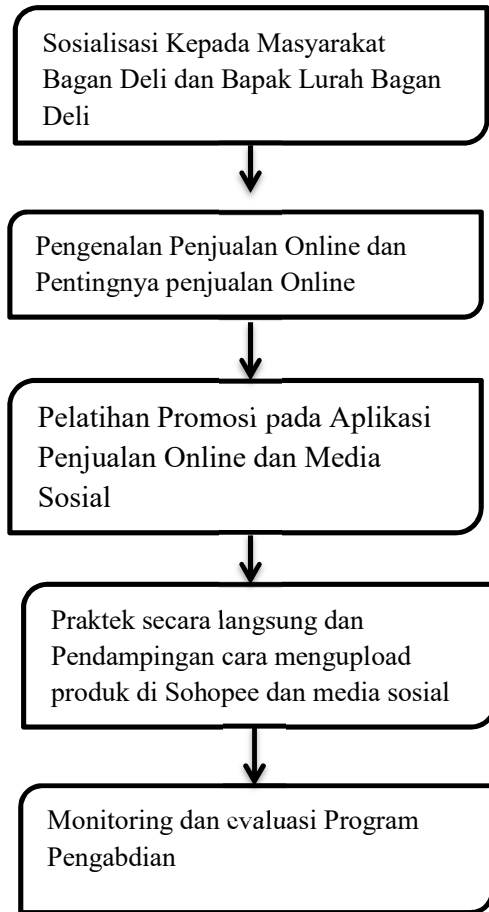
Media Sosial yaitu media berbasis *online* yang mensupport seseorang melakukan interaksi sosial.

Media sosial dibantu dengan teknologi yang berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Contoh media sosial *Whatsapp, BBM, Facebook, Youtube, Twitter, Wikipedia, Blog*.

Media Sosial memiliki peranan penting dalam menaikkan promosi dan pengenalan produk dengan biaya yang relatif hemat. Media sosial dapat dengan mudah dijadikan promosi dengan perantara internet.

2. Metode Penelitian

Dalam mewujudkan program pengabdian maka diawali dengan pendekatan kepada masyarakat Bagan Deli melalui sosialisasi, sosialisasi juga dilakukan kepada pihak pemerintahan yaitu bapak lurah Bagan Deli, Bapak Zul Ari, SP dimana pihak kelurahan berkontribusi besar dalam pelaksanaan program, kantor keluaran juga digunakan sebagai tempat pelatihan, workshop dan sekaligus pendampingan kepada para ibu rumah tangga pembuat ikan asin. Setelah sosialisasi dilakukan pelatihan penjualan ikan asin secara online kepada mitra. Pada saat kegiatan ini dilkaskan juga diskusi serta tanya jawab langsung oleh Tim Pengabdian Masyarakat Stimulus. Selanjutnya akan dilakukan simulasi terhadap penjualan ikan asin secara *online*, baik menggunakan aplikasi penjualan online seperti *sophie* dan *buka lapak* ataupun menggunakan media sosial seperti *facebook* dan *Instagram*.



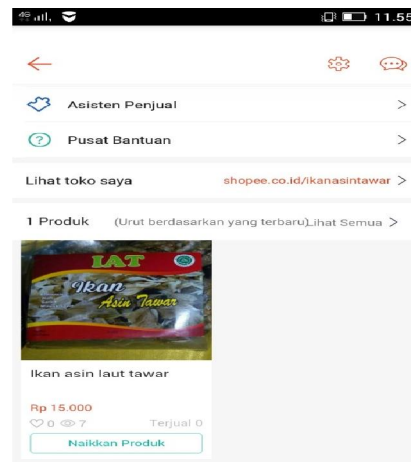
Gambar 3. Metode Pendekatan pelaksanaan PKMS

3. Hasil dan Pembahasan

Penerapan penjualan *online* ikan asin kelompok UKM Bagan Deli dalam meningkatkan penjualan ikan asin yang berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat Bagan Deli, dengan meningkatkan pendapatan juga kesejahteraan masyarakat nelayan Bagan Deli. Program diawali dengan sosialisasi kepada pelaku UKM yaitu para istri pembuat ikan asin. Persiapan dilakukan dengan pendampingan pengurusan P-IRT, mendesain brand ikan asin, pembelian alat vacum sealer, dan plastik pembungkus kemasan ikan asin yang

baik agar ikan menjadi lebih menarik dan tahan lama. Sosialisasi juga dilakukan kepada pihak kelurahan Bagan Deli dimana kantor kelurahan Bagan Deli adalah sebagai tempat *workshop* dan praktek secara langsung. Pada Kesempatan Ini dijelaskan tentang penjualan secara On-line, baik menggunakan aplikasi *e-commerce* yang sudah ada seperti shopee dan buka lapak ataupun menggunakan media sosial, tak lupa tim juga menyampaikan tentang peranan dan pentingnya media sosial dalam melakukan promosi terhadap produk ikan asin. Kegiatan ini juga dilakukan sesi tanya jawab dan praktek secara langsung mengupload produk pada aplikasi *e-commerce* shopee.

1. Tampilan Aplikasi Penjualan Di Shopee dan Pelatihan Penjualan Online



2. Pengabdian Kepada Masyarakat Penjualan Online Ikan ASin Bagan Deli



4. Kesimpulan

Kesimpulan dan saran dari kegiatan Teknik Pembuatan Desain Kemasan dan Penjualan Secara Online Ikan Asin Sebagai Salah satu Usaha Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Nelayan Bagan Deli sebagai berikut :

1. Para UKM Bagan Deli mengenal aplikasi penjualan online dan media sosila sebagai media promosi dan ikan asni Bagan Deli untuk memperluas jangkauan promosi dan penjualan.
2. Pelatihan dan Pendampingan penjualan ikan Asin kepada UKM Desi dengan pelatihan menggunakan aplikasi, menambah ataupun mengubah produk pada aplikasi penjualan online ataupun melakukan transaksi atau mengelola aplikasi sehingga mitra dapat mandiri menggunakan aplikasi penjualan online seperti shopee dan buka lapak.
3. Dengan melakukan pejualan secara online UKM Desi dapat memasarkan produk secara lebih

luas dan global serta tidak lagi terikat oleh tempat dan waktu.

Ucapan Terimakasih

1. Terimakasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) yang telah memberikan bantuan dana untuk program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) untuk pendanaan tahun 2019.
2. Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Panca Budi yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan sehingga Program ini dapat terealisasi.
3. Terimakasih kepada Kelurahan Bagan Deli dan Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan program pengabdian.

Daftar Pustaka

- Nurhafifh Matondang, "Implementasi Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Bagi Usaha Kecil Menengah Bojong Gede-Bogor". *ETHOS Jurnal Penelitian dan Pengabdian*. Vol.6 No.1 Januari 2018. Hal:30-38
- Nurprapti Wahyu Widyastuti, "Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro Melalui Desain Kemasan kelompok Usaha Produsen dan Retailer Makanan 'Kue Subuh'" *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*. Vol.4 No.1 Juni 2018. Hal 17-25

Deddy Prihadi, “Pengaruh Kemampuan *e-commerce* dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.3 No.1, Juni 2018. Hal.15-20

Heri Irawan, “Penerapan E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Penjulana Keripik UD Aduhai Gampong Karangnyar Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa” Seminar Nasional Teknik Industri, Lhokseumawe-Aceh, Agustus 2017. Hal 13-14

Marliana. 2012. Penerapan Agenda Peningkat Berbasis Aplikasi. *Prosiding SnaPP 2014 Sains, Teknologi dan Kesehatan*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2012.