



Optimization of Turnover Through Digital Marketing Training for Fisherman Products in Desa Pasar Sorkam District Sorkam Barat Regency Tapanuli Tengah

Amlys Syahputra Silalahi¹, Bongsu Hutagalung², Andrew Satria Lubis³, Adika Fajar Putra⁴

^{1,2,3,4}[Business and Economics Faculty, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia]

Abstract. Desa Pasar Sorkam is about 34 km from Sibolga City, and 45 km from the capital of Central Tapanuli Regency, Pandan. So far, Sorkam District has been divided into two regions, namely West Sorkam District. Pasar Sorkam Village consists of 5 hamlets and has been led by 13 previous Village Heads. The people of Pasar Sorkam Village come from various tribes and regions, namely Bataak, Java, Nias, and Padang. The majority of the people of Pasar Sorkam Village have a livelihood as fishermen who have been awarded and depend on the sea conditions that lie wide and only a small part work as farmers. The problems faced by farmers and fishermen in Pasar Sorkam village are that the utilization of fishermen's products is not optimal due to limitations regarding the use of technology such as digital marketing. So that the development of the handling of processed marine products is still running slowly and is still not in line with expectations. It is hoped that this service will be able to realize the optimization of turnover through digital marketing training for the results of fishermen's products in the Desa Pasar Sorkam, sub-district. Sorkam Barat Districts Tapanuli Tengah.

Keyword: Digital Marketing, Optimization, Branding

Abstrak. Desa Pasar Sorkam berada sekitar 34 km dari Kota Sibolga, dan berada 45 km dari ibu kota Kabupaten Tapanuli Tengah, Pandan. Hingga saat ini Kecamatan Sorkam telah mengalami pemekaran menjadi dua wilayah yaitu Kecamatan Sorkam Barat. Desa Pasar Sorkam terdiri atas 5 dusun dan sudah pernah di pimpin oleh 13 Kepala Desa sebelumnya, masyarakat Desa Pasar Sorkam berasal dari berbagai suku dan daerah, yaitu Bataak, Jawa, Nias dan Padang. Mayoritas masyarakat Desa Pasar Sorkam mempunyai mata pencarian sebagai nelayan yang sudah dianugrahi dan menggantungkan kehidupan pada keadaan laut yang terbentang luas dan hanya sebagian kecil yang bekerja sebagai petani. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh petani dan nelayan desa Pasar Sorkam yaitu belum optimal pemanfaatan hasil produk nelayan karena keterbatasan tentang penggunaan teknologi seperti digital marketing. Sehingga perkembangan penanganan pengolahan hasil olahan laut tersebut sampai saat ini masih berjalan lambat dan masih belum sesuai dengan harapan. Diharapkan pengabdian ini mampu mewujudkan optimalisasi omset melalui

*Corresponding author at: Business and Economics Faculty, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

E-mail address: amlys.silalahi@gmail.com

pelatihan digital marketing bagi hasil produk nelayan di desa pasar sorkam kec. sorkam barat kab. tapanuli tengah.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Optimisasi, Branding*

Received 10 April 2022 | Revised 15 April 2022 | Accepted 23 December 2022

1 Pendahuluan

Masyarakat kini banyak yang mulai mampu mengenali hasil produk industri pengolahan yang berasal dari nelayan. Salah satu hasil produk olahan nelayan Desa Pasar Sorkam Kec. Sorkam Barat Kabupaten Tapanuli Tengah yang cukup banyak dicari oleh masyarakat salah satunya adalah ikan teri. Namun di zaman yang serba sekarang yang serba digital, masyarakat nelayan Desa Pasar Sorkam Kec. Sorkam Barat Kabupaten Tapanuli Tengah mengalami penurunan omset akibat dari kurangnya penjualan yang dikarenakan pola pemasaran yang masih konvensional, hanya mengandalkan tengkulak tanpa langsung memasarkan produk ikan teri hasil olahan mereka sendiri secara mandiri. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi salah satu solusi bagi masyarakat nelayan Desa Pasar Sorkam Kec. Sorkam Barat Kabupaten Tapanuli Tengah untuk memasarkan secara digital dan menjangkau pasar yang lebih luas lagi, menggapai *market share* area nasional bahkan lebih jauh lagi ke mancanegara. Dan ini merupakan salah satu dari 8 tujuan SDGs yaitu Desa literasi digital yang berfokus untuk mengurangi kesenjangan arus informasi yang terjadi di desa. Konsep desa digital ini merupakan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang terintegrasi dalam kegiatan perekonomian dan pelayanan publik. Saat ini desa pasar sorkam telah banyak mempunyai produk unggulan baik dalam bentuk barang dan jasa. Dengan adanya digitalisasi di level desa, pemasaran produk unggulan tersebut bisa dilakukan dengan mudah. “Saat ini jika kita membuka market place, banyak sekali toko online BUMDes yang memasarkan produk pertanian, kerajinan hingga layanan desa wisata. Dari informasi yang telah pengusul kumpulkan, jika dilihat dari produksinya ikan teri dapat diproduksi sebanyak 50 kg sampai 100 kg perbulan dan penjualan tersebut hanya kepada masyarakat sekitar, tengkulak dan konsumen yang sudah memesan sebelumnya. Mitra berkeinginan kuat untuk mengembangkan hasil usahanya namun masih mengalami banyak permasalahan yang dihadapi mitra antara lain ketidakmampuan dalam mengembangkan pangsa pasar dan penjualan sehingga omset berkurang. Mitra hanya melakukan pemasaran ke lokasi sekitar, tengkulak dan kepada konsumen yang sudah pernah membeli ikan teri. Sementara dari sisi produksi ikan teri hanya bergantung pada bahan baku yang didapat dari hasil melaut saja. Produksi ikan teri masyarakat nelayan juga masih menggunakan cara yang alami dan sederhana yaitu dengan proses pengeringan melalui panas dari sinar matahari. Dengan bergantung kepada panas dari sinar matahari, apabila proses pengeringan maksimal, maka daya simpan produk juga bertambah. Begitupun sebaliknya apabila intensitas panas matahari sedikit maka proses pengeringan kurang maksimal sehingga daya simpan produk jadi berkurang, kurangnya pengetahuan akan pentingnya pencatatan untuk setiap transaksi yang berdampak kepada besar keuntungan yang

didapat, serta faktor produksi lainnya yaitu hal yang berkaitan mengenai perolehan legalitas formal. Masalah tersebut yang menghambat keinginan mitra untuk semakin berkembang padahal dari hasil penjualan dapat dilihat bahwa potensi mitra untuk berkembang sangat besar dan potensi untuk peningkatan SDM dalam upaya menurunkan angka pengangguran cukup besar juga.

2 Metode Pelaksanaan

Metode yang akan diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan kegiatan yang disusun dalam satu kerangka kerja, dimana kerangka kerja akan dijelaskan sebagai berikut:

2.1 Pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana

Pelatihan ditujukan kepada mitra. Materi pelatihan berupa laporan laba/rugi yang merupakan penilaian apakah usaha mengalami keuntungan atau kerugian, serta neraca yang dapat memberikan informasi tentang kekayaan yang dimiliki dan hutang/kewajiban yang harus diselesaikan dalam waktu tertentu. Adapun langkah-langkah dalam melaksanakan kegiatan tersebut diantaranya:

1. Perumusan materi pelatihan yang mudah dipahami oleh mitra.
2. Menjelaskan kepada mitra kegunaan laporan laba/rugi dan neraca bagi usaha tersebut.
3. Memberikan contoh laporan laba/rugi dan neraca kepada mitra, selain itu membantu mitra dalam menghitung laporan laba/rugi dan neraca usaha pada periode tertentu.
4. Melatih mitra dan karyawannya untuk membuat laporan laba/rugi dan neraca yang sederhana.

2.2 Pelatihan pemanfaatan media online dan branding

Pelatihan ditujukan kepada mitra dan karyawannya. Materi berupa *digital marketing* menjadi alat promosi dan penjualan yang sangat menjanjikan bagi produsen dan disukai oleh masyarakat. Selain itu penguatan merek dengan metode penciptaan merek ikan teri agar lebih dikenal masyarakat. Adapun langkah-langkah dalam melaksanakan kegiatan pelatihan tersebut diantaranya:

1. Menjelaskan kepada mitra dan karyawannya, perkembangan merek dan pemasaran *online* saat ini.
2. Melatih mitra dan karyawannya dalam mengelola akun media sosial menjadi lebih menarik.
3. Melatih mitra dalam mendesain dan menciptakan merek baru untuk produk ikan teri yang lebih menarik.

2.3 Pelatihan dalam peningkatan kualitas dan kuantitas produksi

Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi sangat penting dilakukan bagimitra dalam pemanfaatan teknologi agar dapat bersaing dan menciptakan kuantitas produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan metode memberikan alat pengering yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas produk ikan teri mitra.

2.4 Evaluasi hasil pelaksanaan program

Evaluasi dilakukan terhadap peningkatan dalam merancang pembukuan sederhana yang baik dalam pengelolaan keuangan. Selain itu mengevaluasi peningkatan kualitas dan kuantitas produksi ikan teri setelah memakai teknologi pengeringan yang baik, serta pengembangan produk melalui *branding* dan pemasaran *online*. Bahan evaluasi diperoleh dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan informasi dan data keuangan, dan saran mitra.

3 Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan diskusi yang dilakukan, kerupuk produk olahan ini, dikemas dengan merek atau label orang lain. Dan kendala lainnya yaitu dalam pengawetan produk olahan, sehingga produk tersebut tetap bisa terjaga kualitasnya. Khalayak sasaran yang mendukung kegiatan tersebut adalah kelompok pengolah ikan, ibu-ibu PKK, ibu rumah tangga, serta masyarakat calon pengusaha/UKM. Tahap sosialisasi dilakukan tim peneliti kepada masyarakat dengan memberikan informasi bahwa akan diadakan pelatihan mengenai pengolahan produk perikanan. Pada tahap sosialisasi diberikan juga pengetahuan tentang prinsip, prosedur, diversifikasi produk, cara pengawetan dengan menggunakan Teknologi Retort, dan faktor yang berpengaruh terhadap pengolahan hasil tangkapan nelayan. Disampaikan sosialisasi mengenai pentingnya penerapan sanitasi dan higienis dalam proses produksi. Masyarakat Desa Pasar Sorkam menyambut baik kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Sumatera Utara. Masyarakat tertarik dan berminat untuk ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan diversifikasi dan pengawetan produk olahan hasil tangkapan nelayan. Pelatihan ini dilaksanakan melalui pelatihan teknis dengan metode peragaan dan demonstrasi.



Gambar 1. Pembukaan dan pelatihan oleh Ketua dan Narasumber



Gambar 2. Pelatihan oleh Pembicara 2



Gambar 3. Suasana Pelatihan Kepada Para Nelayan Sorkam

Peserta kegiatan yang hadir terdiri dari 26 orang (Gambar 2). Usia peserta pelatihan berkisar antara 20-40 tahun. Pelatihan diawali dengan mentransfer pengetahuan kepada peserta mengenai produk diversifikasi hasil tangkapan

nelayan, penjelasan mengenai cara memproduksi yang baik dan benar, serta cara pengawetannya dengan Teknologi Retort menggunakan mesin autoclave seperti pada Gambar 3. Dilakukan juga diskusi dua arah sehingga peserta dapat lebih Peserta pelatihan diberikan pengetahuan mengenai teknologi retort dengan cara penggunaan mesin autoclave untuk pengawetan produk olahan hasil tangkapan nelayan. Dengan transfer ilmu mengenai diversifikasi produk olahan hasil tangkapan nelayan serta pengawetannya, masyarakat peserta pelatihan khususnya menjadi mengetahui jenis-jenis produk olahan dari ikan, udang, cumi, dan kepiting serta pengawetannya. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini diharapkan masyarakat dapat termotivasi untuk menciptakan produk olahan hasil tangkapan

nelayan yang lebih bervariasi dengan rasa yang enak dan bergizi, serta memiliki daya tahan yang lama. Sehingga produk olahan tersebut dapat dijadikan sebagai produk unggulan daerah, asli dari Desa Pasar Sorkam. Hal tersebut akan meningkatkan nilai tambah ikan, udang, kepiting, dan cumi yang berasal dari desa pasar sorkam, dan pada akhirnya dapat meningkatkan penghasilan masyarakat. Sehingga ketika masa badai, mereka tetap punya penghasilan lain selain dari

melaut, dan ketika musim hasil tangkapan nelayan melimpah, harga hasil tangkapan nelayan tadi bisa relative lebih stabil. Masyarakat Desa Pasar Sorkam memiliki potensi yang baik sebagai pelaku usaha pengolahan hasil tangkapan nelayan. Khalayak sasaran mampu membuat produk hasil olahan dengan baik sesuai dengan karakteristik produknya. Proses memproduksi produk juga dengan menerapkan sanitasi dan higienis yang baik, serta memiliki ketahanan yang cukup lama, sesuai dengan yang disampaikan pada kegiatan pelatihan. Produk yang dihasilkan disukai oleh semua kalangan (anak-anak dan dewasa), sehingga dapat meningkatkan konsumsi protein ikan dan produk lainnya di masyarakat. Pemberian peralatan berupa mesin retro autoclave untuk proses produksi juga telah dilakukan untuk menunjang diterapkannya teknologi yang telah ditransfer pada saat pelatihan. Setelah dilakukan kegiatan pelatihan, masyarakat mengetahui dan dapat membuat olahan ikan, udang, cumi, dan kepiting benar dan produk yang dihasilkan sesuai dengan Standar Nasional Indonesia. Selama kegiatan ini peserta sangat aktif dalam kegiatan diskusi dan tanya jawab interaktif pada materi yang disampaikan. Hasilnya setelah pelatihan dan diberikan bimbingan serta pendampingan:

1. Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengolahan hasil olahan laut
2. Mitra dapat menggunakan mesin retort/autoclave
3. Peserta dapat menghasilkan produk olahan ikan yang beragam, berkualitas, dan bernilai jual.

4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan program pengabdian di Desa Pasar Sorkam, Nelayan sangat antusias dalam mengikuti penyuluhan dan pelatihan serta pembentukan aplikasi digital Marketing. Pelaksanaan Pengabdian ini juga dapat meningkatkan produktivitas Masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan dalam memasarkan produk berbasis digital untuk dapat bersaing di dunia luar sesuai dengan perkembangan zaman.

5 Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih terutama ditujukan LPPM USU yang memberikan dukungan dana hibah pengabdian Kepada Masyarakat 2022. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada masyarakat Desa Pasar Sorkam yang telah memberikan kesempatan, waktu dan ruang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat. 2006
- [2] Sutojo, Siswanto. *Manajemen Penjualan yang Efektif*, PT.Darma Mulia Pustaka. 2003
- [3] Ikatan Akuntansi Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan Entitas tanpa Akuntabilitas Publik*, Jakarta. 2009
- [4] Krisdiartiwi, Mamik, *Pembukuan Sederhana untuk UKM*, Media Pressindo, Yogyakarta. 2008
- [5] Kotler, Phillip, *Marketing Management–The Millenium Edition*, Prentice Hall. 2008,