

PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK KERUPUK KERANG HIJAU DI KAMPUNG KERANG HIJAU, KALIBARU BARAT, CILINCING, JAKARTA UTARA

Siska Yuningsih^{1,*}, Aminah Swarnawati², Lilik Sumarni³, Cindy Meilany Putri⁴
^{1,2,3,4}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Jakarta Selatan Kode Pos 15419

*siska.yuningsih@umj.ac.id, aminah.swarnawati@umj.ac.id, liliksumarni1@gmail.com

ABSTRAK

Mayoritas masyarakat yang tinggal di daerah pesisir Kalibaru rata-rata memiliki profesi sebagai nelayan. Pekerjaan sebagai Nelayan memiliki penghasilan yang kurang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk mendapatkan penghasilan tambahan keluarga dibutuhkan sampingan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari. Untuk mendapatkan penghasilan tambahan, ibu-ibu wilayah warga kampung kerang Hijau membantu suami dengan mendapatkan penghasilan dengan memproduksi makanan ringan berupa Kerupuk Kerang Hijau. Pengolahan yang dilakukan masih sederhana dan terbatas baik dari permodalan dan pemasarannya. Produk Kerupuk Kerang Hijau dirasa masih belum mampu mengembangkan secara pemasarannya karena keterbatasan pengetahuan. Perlu upaya meningkatkan hasil produksinya. Solusi yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat antara lain: Membantu membuat kemasan, membantu pemasaran melalui media sosial atau memanfaatkan market place dan pelatihan pengelolaan pemasaran produk, dan membuat logo pada kemasan. Rencana kegiatan akan diawali dengan membuat desain packaging dan mendesain logo, dan strategi komunikasi pemasaran kemudian diharapkan dengan dipasarkannya produk ini ke pasar online meningkatkan pendapatan atau penghasilan sehari-hari. Kegiatan yang dilakukan dengan Luring dengan memperhatikan protocol kesehatan.

Kata kunci: Pemasaran, Kerupuk Kerang Hijau, online

ABSTRACT

The majority of people living in the coastal areas of Kalibaru have a profession as fishermen. Work as a fisherman has less income to meet the needs of his life. To get additional family income needed side income to meet the daily needs of the family. To get additional income, the local women from the Green Shell Village help their husbands by earning income by producing snacks in the form of Green Shell Crackers. Processing is still simple and limited both in terms of capital and marketing. Green Shell Cracker products are still not able to develop their marketing because of limited knowledge. Efforts are needed to increase production yields. The solutions carried out in the community service program include: Helping make packaging, helping marketing through social media or utilizing market places and product marketing management training, and creating logos on packaging. The activity plan will begin with making packaging designs and designing logos, and marketing communication strategies and then it is hoped that by marketing this product to the online market it will increase daily income or income. Activities carried out offline with due observance of health protocols.

Keywords: Marketing, Green Scallop Crackers, online

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Kalibaru adalah salah satu kelurahan yang terdapat di Kecamatan Cilincing. Wilayah Kalibaru memiliki penduduk yang cukup padat yang terletak di pinggir pesisir pantai Jakarta Utara. Kondisi wilayah RW 01 Kalibaru Barat berbatasan dengan RW 04, RW 06, RW 013 dan RW 015. Untuk Penduduk wilayah Kalibaru Barat RW 01 dalam keseharian melakukan aktifitas dengan mata pencaharian sebagai nelayan dan sebagian bekerja sebagai buruh pabrik. Kegiatan aktivitas sehari-hari sebagai nelayan bergantung kepada kondisi alam, seperti iklim dan cuaca. Oleh karena itu akan sangat berpengaruh dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari apalagi ditambah adanya fenomena Covid 19. Menyebabkan banyak kegiatan ekonomi terpuak bahkan berhenti dengan cepat, sehingga berdampak kepada daya beli masyarakat menurun. Banyak perusahaan atau pabrik yang dan pelaku usaha yang bermodal besar mengalami kerugian besar dan merumahkan karyawannya.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil kesepakatan dengan pihak mitra, permasalahan utama yang akan dicarikan solusi melalui kegiatan atau program ini meliputi dua aspek, yaitu aspek pemasaran secara online dan manajemen pengelolannya. Dari pengamatan terhadap kondisi di lapangan Produksi kerupuk kerang hijau dirasa belum dilakukan dengan maksimal jika dilihat dari segi pemasarannya apalagi dalam kondisi pandemi covid 19 membuat banyaknya penurunan daya beli masyarakat untuk saling bertemu. Sehingga mempengaruhi pemasukan bagi warga yang memiliki usaha produksi kerupuk kerang Hijau. Pembuat kerupuk kerang hijau untuk pemasarannya tidak dibantu dengan sistem online, hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman tentang pemasaran secara online dan bagaimana cara melakukan transaksinya. Salah satu warga yang memproduksi kerupuk kerang hijau adalah Ibu Nana yang memiliki merk kerupuk kerang Hijau bernama "DZAKY". Ini merupakan potensi dari wilayah kalibaru RW 01 untuk dapat meningkatkan pendapatankeluarga melalui inovasi yang didukung dari sistem Digitalisasi atau sistem online dan pengemasan yang menarik dan higienis. Kerupuk Kerang Hijau Dzaki mengalami penurunan produksi disebabkan karena:

1. Mitra tidak mempunyai media pemasaran secara online. Mitra membutuhkan fasilitas untuk mensukseskan pemasaran secara mandiri. Akibat kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang pengembangan inovasi pemasaran secara online. Maka permasalahan ini mendapatkan prioritas untuk memberikan

kemudshian kepada mitra dalam melakukan pengelolaan pemasaran online secara mandiri.

2. Mitra belum mampu mengemas hasil produksi secara menarik. Pihak mitra belum mengetahui teknik pengemasan produk yang menarik yang mampu memberikan ciri khas yang dapat meyakinkan konsumen.

Maka dari itu pentingnya pendampingan dalam pemasaran produk kerupuk kerang ini sangat penting dilakukan terutama dalam era digital saat ini di masa pandemi Covid 19. Apalagi sekarang dengan maraknya e-commerce, online shop dan lainnya, tentu akan membantu dalam pemasaran secara online. Permasalahan ini memperoleh perhatian karena dapat mempengaruhi keberhasilan pemasaran produk. Melihat situasi di atas, tim Pengabdian Masyarakat membantu mencari solusi pemecahannya dengan pendampingan Pemasaran Produk Kerupuk Kerang Hijau dalam menghadapi pandemic Covid 19 meliputi:

- 1) Mitra belum paham dan terampil dalam pengemasan kerupuk kerang hijau
- 2) Mitra masih sangat awam dengan manajemen pengelolaan secara online
- 3) Mitra belum paham dan terampil dalam mengelola teknik promosi dan pemasaran produk yang akan dihasilkan. Mitra masih belum mengetahui bagaimana mempromosikan dan memasarkan produk secara baik secara online.

Permasalahan ini menjadi prioritas karena pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha.

Profil Mitra

Kerupuk Kerang Hijau "DZAKY" didirikan pada tahun 2018, yang didirikan oleh Ibu Nana. Ibu nana warga kalibaru RT 012/ RW 01. Yang memiliki suami dengan mata pencaharian sebagai nelayan, memiliki 2 orang anak, tinggal di daerah tempat pemukiman padat penduduk di pesisir pantai. Nama Dzaky diambil dari nama anaknya.



Gambar 1. Kerupuk kerang hijau tanpa sticker dan pengemasan dengan seadanya

SOLUSI PERMASALAHAN

Ikan hasil tangkap laut dan budidaya Kerang Hijau merupakan hasil mata pencaharian para nelayan yang utama, belum dapat menjadi faktor utama dalam peningkatan perekonomian. Mitra memerlukan terobosan baru untuk melakukan pengembangan secara ekonomi melalui mata pencaharian, dan tentunya dibantu dengan inovasi-inovasi agar tidak selalu mengandalkan penangkapan ikan di laut. Harus dicarikan alternatif lain untuk mendapatkan pendapatan. Hasil panen yang berlebih dari Kerang Hijau misalnya, akan membuat harga Kerang Hijau tersebut menjadi menurun jika tidak segera laku terjual. Untuk itu mitra membuat suatu olahan dari Kerang Hijau menjadi sebuah produk yang bernilai tambah, dengan mengolahnya Kerupuk Kerang Hijau yang bergizi yang dikemas secara sederhana dan dijual hanya ke warung-warung sekitar.

Solusi permasalahan yang ditawarkan untuk menyelesaikan yang dihadapi mitra pada produksi kerupuk kerang hijau "DZAKY" RT 012 RW 01 Kalibaru, Cilincing Jakarta Utara harus sesuai dengan masalah yang dihadapi. Berdasarkan analisa situasi permasalahan sebelumnya, solusi yang ditawarkan yaitu melakukan kegiatan:

- a. Pendampingan dalam pembuatan kemasan dan sticker merek. Diharapkan mitra dapat mampu mengemas produk dengan merk dan tampilan yang menarik
- b. Pendaftaran produk ke dalam pemasaran online "shopee"
- c. Pendaftaran produk ke Akun Google Bisnisku
- d. Pelatihan dalam pengelolaan pemasaran online. Hasil yang diharapkan: Mitra memiliki wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai pengelolaan produk pemasaran secara online.

Untuk merealisasikan solusi pemecahan masalah yang ditawarkan maka, kegiatan Program pengabdian masyarakat ini akan dilakukan melalui lima tahapan kegiatan sebagai berikut :

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan atau target program ini ada beberapa pendekatan yaitu melalui pelatihan dan pengelolaan

No	Program	Teknis Pelaksanaan
1	Pembuatan Sticker & Kemasan	Membuat pengemasan kerupuk kerang hijau dan desain sticker
2	Pendaftaran pemasaran ke media online	a. Pendaftaran ke dalam <i>e-commerce</i> "Shopee" b. Pendaftaran ke akun <i>google bisnis</i>
3	Pelatihan pengelolaan Pemasaran Online	Pelatihan pengelolaan pemasaran online (Cara-cara penggunaan)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Sticker untuk kemasan



Gambar 3. Kemasan Kerupuk kerang hijau dengan sticker

Pelatihan pengelolaan Pemasaran Online

Setelah membuat kemasan, desain sticker selanjutnya pemasaran secara online. Pelatihan dilakukan selama 1 bulan 2 kali melakukan pelatihan secara Luring (Luar Jaringan) karena pemahaman mitra masih dirasakan kurang saat diberikan pengarahan melalui telepon atau melalui video call. Pada kondisi pandemi saat ini, sangat

penting untuk mitra mempunyai kebiasaan untuk mengelola secara mandiri terhadap pemasaran secara online.

Lingkungan hidup dan ekonomi adalah dua aspek yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Keduanya berhubungan erat dan terus menerus dengan manusia. Hubungan yang kontinyu ini sering diterjemahkan dengan istilah “pembangunan yang berkelanjutan”. Pembangunan yang berkelanjutan memiliki konsep multi-dimensi, yaitu pola pembangunan yang mengatur integritas dan kelangsungan kehidupan lingkungan, dan juga berkelanjutan dalam dimensi ekonomi, sosial dan politik. Pemanfaatan sumber daya alam untuk meningkatkan pendapatan bukanlah suatu hal yang salah apabila kita dapat memanfaatkannya dengan baik.

Pemanfaatan media massa menjadi trobosan baru untuk inovasi dalam pengembangan pemasaran produk kerupuk kerang hijau. Penggunaan pemasaran secara online merupakan salah satu peningkatan pendapatan ekonomi keluarga ibu Nana (Mitra Kerupuk Kerang Hijau “DZAKY”).

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih ucapkan kepada Universtas Muhammadiyah Jakarta melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM-UMJ) atas pendanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Internal Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun 2021 dan selanjutnya kepada Ibu Nana Pemilik Usaha Kerupuk Kerang Hijau Kalibaru Cilincing Jakarta Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikuntoro., 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Bina Angkasa. Jakarta
- Idris HM Noor. 2011. *Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Perguruan Tinggi*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, Vol. 17 Nomor 3, Mei 2011.