

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
21 November 2020, Hal. 355-364
e-ISSN: 2686-2964

Pelatihan penerapan teknologi toko online dan sosial media untuk pemasaran produk olahan ikan nila bagi ibu-ibu di Pimpinan Cabang 'Aisyiyah Polanharjo Klaten

Dwi Normawati, Titisari Juwitaningtyas, Anna Hendri Soleliza Jones

Universitas Ahmad Dahlan, Kampus 4 Jl. Ringroad Selatan, Tamanan, Bantul, Yogyakarta
Email: dwi.normawati@tif.uad.ac.id

ABSTRAK

Program Pengabdian Masyarakat (PPM) dilakukan oleh Tim Dosen Prodi Teknik Informatika dan Prodi Teknologi Pangan UAD yang bekerja sama dengan Pimpinan Cabang 'Aisyiyah (PCA), Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten (mitra). Pemasaran dan promosi adalah hal terpenting dalam penjualan produk. Ibu-ibu 'Aisyiyah khususnya Cabang Polanharjo telah memiliki produk untuk dikomersilkan atau dijual, salah satunya adalah produk olahan Ikan Nila. Sebelumnya sistem penjualan produk masih dilakukan dengan cara menitipkan produk di warung-warung tetangga dan pemasaran dari mulut ke mulut, maka diperlukan inovasi dalam pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk mitra. Kegiatan PPM ini bertujuan menerapkan teknologi dengan membuat Toko Online dan sosial media untuk pemasaran online produk bagi mitra kemudian melatih mitra menggunakannya. Program yang dilaksanakan adalah melakukan pelatihan kepada para Ibu-ibu 'Aisyiyah memanfaatkan teknologi toko online dan juga sosial media sebagai media pemasaran online. Hasil dari kegiatan PPM ini adalah mitra mampu menggunakan website toko online dan sosial media untuk pemasaran produk dengan baik. Antusiasme para peserta yaitu mitra dalam mengikuti program ini serta meningkatnya keahlian peserta dalam memanfaatkan teknologi pemasaran online, menjadi tolak ukur yang baik akan keberhasilan program pengabdian ini.

Kata kunci: Polanharjo, Pengabdian Masyarakat, Pemasaran Online, Olahan Ikan Nila, Teknologi

ABSTRACT

The Community Service Program (PPM) was carried out by the Lecturer Team majoring in Informatics Engineering and Food Technology of UAD in collaboration with Pimpinan Cabang 'Aisyiyah (PCA), Kecamatan Polanharjo, Klaten as partners. Marketing and promotion is the most important thing in product sales. The mothers of 'Aisyiyah, especially those in Polanharjo, already have products to commercialize or sell, one of which is processed food products from Nila fish. The product sales system is still carried out by entrusting the product in neighboring shops and marketing from mouth to mouth, So innovation is needed in marketing to increase sales of partner products. This PPM activity aims to apply technology, by creating online stores and social media for online marketing of products, for partners and then training partners to use them. The program implemented is conducting training to the mothers of 'Aisyiyah utilize online store technology and social media as online marketing media. The result of PPM activities is that partners are able to use online shop websites and

social media for product marketing well. The enthusiasm of the participants, namely partners in participating in this program, as well as the increased skills of participants in utilizing online marketing technology, are good benchmarks for the success of this service program.

Keywords: Polanharjo, Community Service, Online Marketing, Nila Fish Processing Technology

PENDAHULUAN

Kecamatan Polanharjo merupakan daerah penghasil Ikan Nila terbesar di Klaten (Salsabila & Suprpto, 2019). Kecamatan Polanharjo memiliki luas 23,84 km² dengan kepadatan penduduk 1.535/km² yang tersebar di 18 kelurahan. Kecamatan Polanharjo memiliki banyak sumber mata air menyebabkan daerah Polanharjo menjadi daerah yang sangat cocok untuk budidaya ikan air tawar salah satu jenis ikan yang menjadi populer dibudidayakan yaitu Ikan Nila.

Ikan Nila merupakan jenis ikan yang hidup di air tawar. Ikan nila diintroduksi dari Afrika bagian timur pada tahun 1969, ikan nila saat ini menjadi ikan peliharaan kolam- kolam air tawar yang sangat populer di Indonesia. Ikan Nila merupakan ikan peliharaan yang memiliki ukuran sedang dimana panjang total (moncong sampai ekor) mencapai sekitar 30 cm, terkadang ada yang lebih dan ada yang kurang dari ukuran tersebut. Ikan Nila memiliki sirip punggung (*pinnae dorsalis*) yang memiliki duri dengan jumlah 16-17 duri (tajam) dan 11-15 jari-jari (duri lunak), dan Ikan Nila juga memiliki sirip dubur (*pinnae analis*) dengan 3 duri dan 8-11 jari-jari. Ikan Nila memiliki tubuh berwarna kehitaman/keabuan dan kemerahan dan memiliki garis gelap melintang (belang) yang semakin dewasa ikan warna akan semakin mengabur (B.P.Statistik & Ngada, 2017). Ikan Nila merupakan Ikan yang memiliki komoditas yang banyak dikembangkan karena permintaan pasar akan komoditas ini cukup tinggi, rasa daging Ikan Nila yang enak, harga yang masih relatif stabil dan sangat terjangkau (Gambar 1). Pemeliharaan serta budidaya yang sangat mudah, makanan alami Ikan Nila adalah plankton, tumbuhan air dan berbagai hewan air lainnya. Sedangkan makanan buatan untuk budidaya Ikan Nila berkadar protein sekitar 25 % sehingga biaya pakan untuk budidaya relative rendah (dr. Allert Benedicto Ieuan Noya, 2019).



Gambar 1. Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*)

Ikan Nila merupakan ikan air tawar yang tidak terlalu bau amis dan mudah untuk diolah menjadi berbagai macam makanan olahan seperti olahan makan ringan (kripik), frozen food, abon, presto dan lain-lain. Ikan Nila mengandung vitamin B12 yang merupakan salah satu

senyawa untuk tubuh dalam menjaga energi. Ikan Nila juga memiliki kandungan tinggi protein, vitamin dan mineral serta rendah lemak, baik dikonsumsi oleh orang sakit atau lanjut usia yang memiliki resiko penyakit jantung, kolesterol tinggi dan tekanan darah tinggi (dr. Allert Benedicto Ieuan Noya, 2019). Kandungan komposisi Ikan Nila berdasarkan Daftar Komposisi Bahan Makanan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Komposisi Ikan Nila per 100 gram (Nutrisindo, 2017)

Kandungan Gizi		Kandungan Gizi	
Energi (kal)	89,00	Besi (mg)	1,50
Protein (g)	18,70	Vitamin A (RE)	6,00
Lemak (g)	1,00	Vitamin C (mg)	0
Karbohidrat (g)	0	Vitamin B (mg)	0,03
Kalsium (mg)	96,00	Air (g)	79,70
Fosfor(mg)	29,00	BOD (%)	80,00

Sumber : Daftar Komposisi Bahan Makanan (2004)

Jumlah produksi Ikan Nila Pertahun mencapai lebih dari 10 ton hingga 18 ton pertahun (Nutrisindo, 2017). Para petani budidaya Ikan Nila di Kecamatan Polanharjo mengeluhkan banyaknya kendala pemasaran sehingga terjadi ketidak efektifan pemasaran hasil panen dikarenakan pemasaran Ikan Nila bergantung pada pembeli dari sektor Rumah Makan dan para pedang besar saja. Budidaya Ikan Nila bisa dipanen pada usia 4 bulan, akan tetapi pemasaran tidak maksimal maka terpaksa masa panen ditunda hingga 6 bulan, hal ini menyebabkan para petani mengeluarkan biaya lagi untuk kebutuhan pakan Ikan Nila yang semestinya sudah bisa dipanen. Untuk menanggulangi permasalahan tersebut, Ikan Nila yang telah dipanen bisa diolah menjadi produk makanan olahan yang tahan lebih lama. Sehingga rentang pemasaran produksi bisa lebih lama.

Pimpinan Daerah Aisyiyah (PDA) wilayah Kabupaten Klaten membawahi Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) di seluruh Kecamatan di Klaten. Salah satunya adalah PCA di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. PCA Polanharjo memiliki Pimpinan Ranting Aisyiah (PRA) disetiap desa. Hasil wawancara dengan Ibu Nunuk selaku sekretaris PCA Kecamatan Polanharjo menjelaskan bahwa anggota Aisyiyah di PCA Polanharjo 80% adalah ibu-ibu yang tidak mandiri secara ekonomi yang masih kurang mempunyai keterampilan khusus, dikarenakan para Ibu-ibu 'Aisyiah Polanharjo didominasi oleh para Ibu-ibu rumah tangga, janda dan pensiunan guru, dimana rata-rata hidup sehari-hari tidak didampingi oleh anak-anak mereka dikarenakan anak-anak usia produktif di Kecamatan Polanharjo sebagian besar memilih bekerja dan menetap di luar Klaten. Ada beberapa ibu-ibu Aisyiyah telah menghasilkan produk olahan ikan Nila akan tetapi pemasaran produk hanya dijual dengan menitipkan produk di toko-toko tetangga dan pemasaran serta pemesanan produk hanya dari mulut ke mulut. Pendapatan per kapita kecamatan Polanharjo relatif tinggi, namun tidak rata di setiap desa, hanya desa-desa yang memiliki objek wisata alam saja. Kecamatan Polanharjo memiliki beberapa desa yang miskin yaitu borongan, keprabon, kapungan, turus dimana tingkat pendapatan per kapita desa sangat rendah dan banyak pengangguran yang sebagian besar adalah para ibu-ibu.

Berdasarkan analisa situasi yang telah disampaikan, tim berinisiatif melakukan pemberdayaan kepada ibu-ibu Aisyiah di Kecamatan Polanharjo dengan mengadakan pelatihan pengelolaan manajemen pemasaran serta perancangan desain kemasan dan citra produk berbasis teknologi *online* berbasis *website* dan media sosial, sehingga pemasaran

produk olahan ikan Nila dapat semakin luas guna meningkatkan kemandirian ekonomi sehingga mengurangi kemiskinan dan tingkat pengangguran, serta membuka lahan pekerjaan baru di Kecamatan Polanharjo.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PPM dilaksanakan dengan beberapa tahap yaitu tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahap pertama adalah persiapan. Pada tahap ini tim melakukan survey ke lokasi mitra, melihat kondisi mitra, sharing dan diskusi tentang permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra. Kemudian melakukan koordinasi dan administrasi dan membuat rencana kegiatan tentang PPM yang akan dilakukan.

Tahap kedua adalah pelaksanaan. Pada kegiatan ini, tim membangun media pemasaran berupa web dan pengelolaan media sosial, dan mengadakan pelatihan pemasaran melalui Media Online dan Pengelolaan *e-commerce* kepada mitra. Tahapan kegiatan pembangunan media pemasaran online meliputi : melakukan analisis kebutuhan perangkat keras, perangkat lunak, sumber daya manusia, database, prosedur /SOP dan dokumentasi, memilih media web sebagai show room dan official web, mengumpulkan data sebagai konten web, berupa gambar, naskah/teks, dan video, membuat nama domain dan pendaftaran sewa domain-hosting web, membuat nama domain dan pendaftaran sewa domain-hosting web, embuat web dan memasangnya di hosting-domain, membuat dan mengelola akun media sosial, mendaftar keikutsertaan dalam media marketplace yang telah ada. Setelah website pemasaran dan media sosial online jadi, tim mengadakan Pelatihan Pemasaran melalui Media Online dan Pengelolaan *e-commerce*. Pada kegiatan ini tim mengadakan pembekalan materi pengelolaan web kepada calon admin web dari pihak mitra, kemudahan melakukan sosialisasi materi kolaborasi web dan media sosial kepada para peserta, serta pendampingan pengelolaan media pemasaran berbasis *e-commerce*.

Tahap ketiga adalah evaluasi. Pada tahap ini dilakukan setelah ibu-ibu ‘Aisyiah pelatihan dan bertujuan untuk memantau hasil pelatihan. Kegiatan diselenggarakan pada tanggal 26 September 2020 di rumah ketua ‘Aisyiah PCA Polanharjo , di Desa Wangen, Kecamatan Polanharjo, Klaten. Rangkaian kegiatan dilakukan selama 5 bulan, dari bulan Mei sampai September 2020.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa teknologi pemasaran online berupa website pemasaran online dan akun media sosial yaitu berupa Facebook serta Instagram, video tutorial penggunaan *website* dan akun media.

1. Persiapan

Kegiatan PPM pertama kali yang dilakukan adalah tahap persiapan. Pada tahap ini tim melakukan survey lapangan ke lokasi mitra, melihat kondisi mitra, sharing dan diskusi tentang permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra, dan melakukan koordinasi membuat rencana kegiatan tentang PPM yang akan dilakukan (Gambar 2). Hasil dari diskusi persiapan kegiatan menjadi acuan dalam membuat materi pelatihan dan juga membangun media pemasaran online, serta kuisisioner yang digunakan untuk pelatihan.



Gambar 2. Foto perwakilan tim setelah wawancara dan berdiskusi dengan Mitra

2. Pelaksanaan Kegiatan

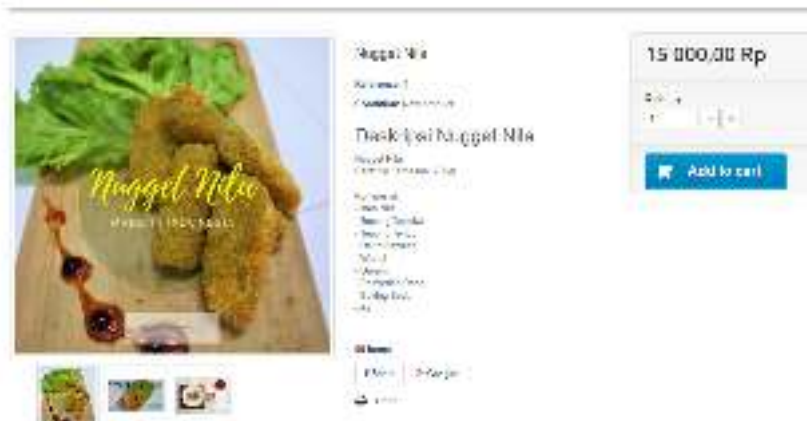
Pada tahap pelaksanaan kegiatan, ada dua kegiatan yang dilakukan yaitu membangun media pemasaran online yaitu berupa website *e-commerce* dan akun media sosial pemasaran yaitu Instagram dan Facebook, dan dilakukan Pelatihan Pemasaran melalui Media Online dan Pengelolaan *e-commerce*.

Pada kegiatan pertama adalah pembangunan media pemasaran online. Pemasaran melalui website dilakukan dengan cara membuat website dan akun media sosial sebagai sarana penjualan. Tampilan website untuk penjualan hasil olahan ikan nila dari kelompok ibu-ibu 'Aisyiyah dapat dilihat pada Gambar 3. dengan link <https://ofood.id/index.php?>.



Gambar 3. Tampilan website ofood.id

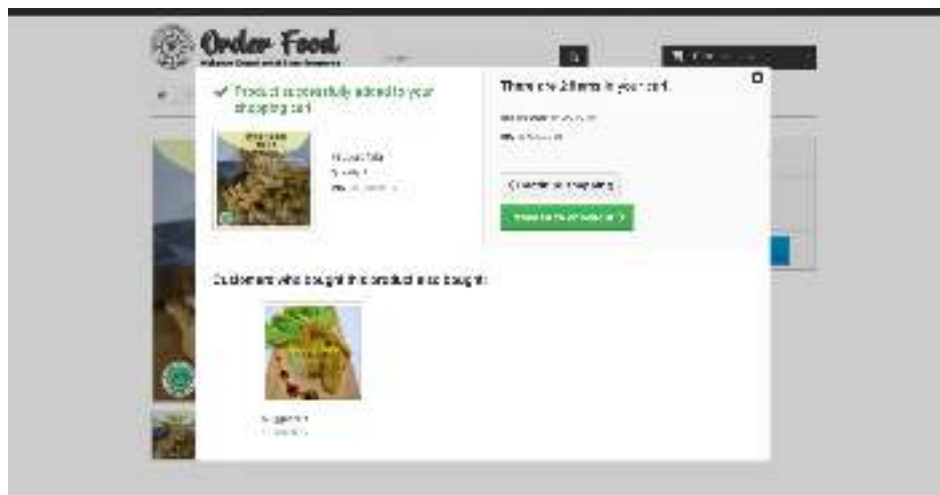
Gambar 4 dan Gambar 5 merupakan tampilan produk hasil olahan ikan Nila yaitu Nugget dan Kerupuk. Selanjutnya, Gambar 6 merupakan tampilan website untuk order produk olahan ikan Nila. Selain website, media pemasaran online menggunakan akun media sosial yaitu Instagram dan Facebook sebagai media pemasaran alternative berbasis teknologi online yang telah banyak digunakan oleh masyarakat, sehingga memudahkan dalam pemasaran dengan ruang lingkup lebih luas.



Gambar 4. Tampilan Produk Nugget

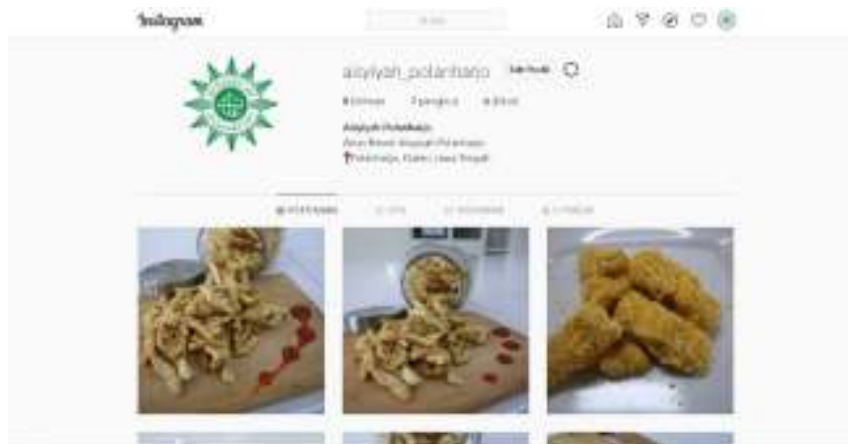


Gambar 5. Produk Kerupuk Ikan



Gambar 6. Order Produk lewat website

Pada Gambar 7 dapat dilihat tampilan akun media sosial pemasaran melalui Instagram. Sedangkan, pada Gambar 8 dapat dilihat tampilan akun Facebook sebagai media pemasaran online. Dengan Instagram dan Facebook yang merupakan media sosial yang telah digunakan oleh masyarakat luas dari berbagai lapisan, akun-akun media sosial ini sebagai media pemasaran produk olahan ikan Nila hasil produksi c, diharapkan masyarakat luas akan lebih mengenal dan tertarik untuk membeli.



Gambar 7. Media Pemasaran Melalui Instagram



Gambar 8. Media Pemasaran Melalui Facebook

Pada kegiatan kedua yaitu Pelatihan Pemasaran melalui Media Online dan Pengelolaan *e-commerce*. Pada kegiatan ini tim memberikan pelatihan dengan metode ceramah dan diskusi. Tim memberikan ceramah kepada para peserta yaitu menjelaskan bagaimana media pemasaran online bisa dijadikan media pemasaran yang mencakup lingkungan masyarakat luas seperti yang terlihat pada Gambar 9, kemudian tim berdiskusi dan praktek bersama peserta bagaimana cara menggunakan website, akun Instagram dan Facebook yang telah dibuatkan oleh tim, untuk digunakan sebagai media pemasaran hasil produk olahan ikan Nila yang dibuat oleh Ibu-ibu Aisyiyah di Polanharjo.

Hasil pelatihan diketahui para peserta sangat antusias dan bertambah meningkat pengetahuan para Ibu-ibu Aisyiyah dalam mengelola media pemasaran online, yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk yang dibuat oleh mitra.



Gambar 9. Penjelasan Website dan Akun Media Sosial pemasaran produk olahan nila



Gambar 10. Tim dan Para Peserta Pelatihan

3. Evaluasi

Pada tahap kegiatan ini dilakukan evaluasi untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan ketrampilan peserta pelatihan. Evaluasi dilakukan menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada peserta pelatihan sebelum pelatihan dan setelah pelatihan.

Hasil evaluasi sebelum pelatihan dilaksanakan, diketahui 80% dari peserta sangat tidak mengetahui cara memasarkan produk olahan ikan nila dan tidak mampu menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, serta 87% peserta sangat tidak mampu menggunakan media transaksi online (marketplace) untuk pemasaran produk ikan Nila. Hasil evaluasi kuesioner sebelum pelatihan dapat dilihat pada Gambar 11. Sedangkan hasil evaluasi setelah pelatihan dilaksanakan didapat peningkatan sebanyak 7% dari peserta sangat mampu dan 52% dari peserta mampu mengetahui cara memasarkan produk olahan ikan nila. Kemudian 11% sangat mampu dan 39 % mampu menggunakan media sosial online untuk pemasaran produk olahan ikan Nila, serta 11% sangat mampu dan 33% mampu memasarkan produk menggunakan media transaksi online (marketplace). Hasil detail kuesioner setelah pelatihan dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 11. Hasil Kuesioner Sebelum Pelatihan



Gambar 12. Hasil Kuesioner Setelah Pelatihan

Dalam melakukan pelatihan pemasaran produk dengan media online peserta merasa antusias dan mulai paham bagaimana memanfaatkan media sosial yang telah dimiliki sebelumnya untuk digunakan sebagai media penjualan online. Berdasarkan wawancara peserta sangat terbantu dengan adanya website sebagai pemasaran online dan juga akun media sosial dalam misi memperkenalkan produk olahan ikan Nila yang peserta produksi. Peserta juga diberikan buku tutorial cara menggunakan dan mengelola media website dan media sosial agar bisa dikembangkan untuk promosi dan penjualan hasil produk peserta.

Pada akhir kegiatan pengabdian, tim melakukan evaluasi diri dengan melakukan kunjungan ke peserta yang ditunjuk sebagai admin pengelola website dan akun media sosial pemasaran. Hasil diskusi, banyak peserta yang masih mengalami hambatan yaitu terkendala jangkauan internet dan juga terkendala cara memfoto produk makanan yang menarik. Namun, hal ini justru menjadi pemicu peserta untuk lebih banyak menggali ilmu pengetahuan berbasis teknologi untuk memasarkan hasil produk yang mereka buat.

SIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan pengabdian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah dan mengelola media pemasaran online yaitu berupa website dan akun media sosial Facebook dan Instagram, sehingga dapat meningkatkan penjualan hasil produk olahan ikan Nila yang dibuat oleh Aisyiyah. Harapannya website dan media sosial yang telah dibangun akan meningkatkan ekonomi masyarakat, khususnya bagi ibu-ibu di Kecamatan Polanharjo, Klaten.

DAFTAR PUSTAKA

- Astawan, M. (2008). Sehat Dengan Hidangan Hewani. In *Penebar Swadaya*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- B.P.Statistik, & Ngada, K. (2017). *Kecamatan Polanharjo Dalam Angka*.
- Brian, R. (2019). *Usaha Budidaya Ikan Nila yang Menguntungkan dan Cepat Panen*. <https://www.maxmanroe.com/budidaya-ikan-nila.html>.
- Ciptanto, S. (2017). Top 10 Ikan Air tawar. *Andy Publisher*.
- dr. Allert Benedicto Ieuan Noya. (2019). *Beragam Nutrisi dan Manfaat Ikan Air Tawar untuk Kesehatan*. <https://www.alodokter.com/tidak-ragu-lagi-makan-ik>.
- Juwitaningtyas, T. (2011). Evaluasi dan Rekomendasi Good Handling Practices Pada Ikan di Pasar Ikan Tradisional Pantai Depok, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. In *Proceeding Seminar Nasional APTA*.
- Juwitaningtyas, T. (2017). Consumer's valuation of The Traditional Fish Handling Practices Using Importance-Performance Analysis. *Prosiding ICEAT*, 1(403).
- Nutrisindo. (2017). Download DKBM (Daftar Komposisi Bahan Makanan) Indonesia dan Internasional. *Nutrisindo*, <http://giziklinikku.blogspot.com/2017/02/download->.
- PPN Sungailiat. (2018). GEMARIKAN (Gemar Memasyarakatkan Makan Ikan): Upaya Peningkatan Gizi Sejak Dini. 09 Oktober, 1. Retrieved from <https://kkp.go.id/djpt/ppnsungailiat/artikel/6676-gemarikan-gemar-memasyarakatkan-makan-ikan-upaya-peningkatan-gizi-sejak-dini>
- Salsabila, M., & Suprpto, H. (2019). TEKNIK PEMBESARAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*) DI INSTALASI BUDIDAYA AIR TAWAR PANDAAN, JAWA TIMUR. *Journal of Aquaculture and Fish Health*, 7(3), 118. <https://doi.org/10.20473/jafh.v7i3.11260>
- Wibowo, S. (2006). *Pembuatan Nugget Ikan dan Nugget Daging*. Jakarta: Penebar Swadaya.