



PEMANFAATAN MEDIA ONLINE DALAM RANGKA MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN IKAN PATIN

Sunita Dasman^{1*}, Ananto Tri Sasongko²

¹Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

²Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

Article Information

Article history:

Received June 01,
2023

Approved June 06,
2023

Keywords:

UMKM, Jatibaru,
Covid-19, Digital
Marketing,

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are productive economic enterprises that stand alone and are carried out by individuals or business entities that are capable of expanding employment and providing broad economic services to the community. Jatibaru Village is a village with the majority of the population being traders, farmers and MSME actors whose family's source of income is economically derived from selling and farming activities. During the Covid-19 pandemic, MSMEs experienced a significant decrease in turnover. The lack of knowledge, especially in the field of the digital world, is still lacking, they rely more on regular customers who are limited and uncertain. In addition, there is a lack of creativity in utilizing digital tools for online social media which are moving rapidly.

ABSTRAK

Usaha mikro, kecil dan usaha menengah (UMKM) yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas ke masyarakat. Desa Jatibaru merupakan desa dengan mayoritas sebagian penduduknya merupakan pedagang, petani dan pelaku UMKM yang secara ekonomi sumber pendapatan keluarganya diperoleh dari kegiatan berjualan dan bercocok tanam. Pada saat pandemic Covid-19 UMKM mengalami penurunan omset yang signifikan. Minimnya pengetahuan khususnya dalam bidang dunia digital dirasa masih kurang, mereka lebih mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas dan tidak pasti. Selain itu, kurangnya kreatifitas dalam memanfaatkan peralatan digital media sosial online yang melaju dengan pesat.

*Corresponding author email: sunita.dasman@pelitabangsa.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan usaha menengah (UMKM) yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas ke masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008, menyatakan bahawa masyarakat yang adil dan makmur yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi.

Prinsip dan tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sesuai UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu:

Prinsip pemberdayaan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
2. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha, Mikro, kecil dan menengah.
4. Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat, harus dilakukan melalui beberapa kegiatan, pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Kedua memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Ketiga, memberdayakan mengandung pula arti melindungi (*protecting*). Disinilah letak titik tolaknya yaitu bahwa pengenalan setiap manusia, setiap anggota masyarakat, memiliki suatu pengenalan setiap manusia, setiap anggota masyarakat, memiliki suatu potensi yang selalu dapat terus dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tidak berdaya, karena kalau demikian akan mudah punah (hestanto.web.id).

Menurut Edi Suhuarto, pelaksanaan proses dan pencapaian tujuan pemberdayaan dapat dicapai melalui penerapan pendekatan pemberdayaan yang disingkat 5P, yaitu:

1. Pemungkinan: menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat dari sekat-sekat kultural dan struktural yang menghambat.
2. Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayaan harus mampu menumbuhkembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang menunjang kemandirian.
3. Perlindungan, melindungi masyarakat terutama kelompok-kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok yang kuat, dan yang lemah dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang antara eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok

hestanto.web.id lemah. Pemberdayaan harus diarahkan pada penghapusan segala jenis diskriminasi dan dominasi yang tidak menguntungkan rakyat kecil.

4. Penyokongan: memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan peranan dan tugas-tugas kehidupannya. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak terjatuh ke dalam posisi yang semakin lemah terpinggirkan.
5. Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar terhadap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.

Pemberdayaan sangatlah penting untuk integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan yang penting, sesuai amanat yang ditetapkan oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah peran serta potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya, agar dapat meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, dan dapat meningkatkan pendapatan rakyat, adanya lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan.

Usaha Kecil yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil adalah peluang usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat diklarifikasikan menjadi 4 yaitu:

1. Livelihood Activities, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai informal.
2. Micro Enterprise, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).
5. Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah suatu kegiatan ekonomi rakyat sebagai bagian integral dunia usaha yang mempunyai kedudukan, potensi dan peran yang strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian yang semakin seimbang dan pemerataan pembangunan berdasarkan demokrasi ekonomi. Usaha kecil ini sangat perlu di budidayakan atau diberdayakan dan harus diberikan

peluang supaya mampu dan sejajar dengan pelaku ekonomi lainnya. Beberapa bidang atau jenis usaha yang terkait sebagai mana di atur dalam Keppres Nomor 12 Tahun 2011, yaitu:

- a) Sektor Pertanian;
- b) Sektor Kelautan dan Perikanan;
- c) Sektor Kehutanan;
- d) Sektor Energi dan Sumber Daya Mineral;
- e) Sektor Industri dan Perdagangan;
- f) Sektor Perhubungan;
- g) Sektor Telekomunikasi;
- h) Sektor Kesehatan;

Dengan mencermati permasalahan yang ada dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka kedepannya perlu diupayakan melalui hal-hal sebagai berikut:

1. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif
Pemerintahan perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketentraman dan keamanan berusaha serta penyerderhanaan prosedur perjanjian usaha, keringanan pajak dan sebagainya.
2. Bantuan Permodalan
Pemerintahan perlu memperluas skim kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UMKM, untuk membantu peningkatan permodalannya, hestanto.web.id baik itu melalui sektor jasa finansial formal, sektor jasa finansial informal, skema penjaminan, leasing dan dana modal ventura.
3. Perlindungan Usaha
Jenis-jenis usaha, tertentu terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan.
4. Pengembangan Kemitraan
Perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara UMKM, atau antara UMKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun luar negeri, untuk menghindari terjadinya monopoli dalam usaha. Disamping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UMKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.
5. Pelatihan
Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UMKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya. Disamping itu juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan dilapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.
6. Membentuk lembaga khusus
Perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasi semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya permbuhkembangan UMKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UMKM.
7. Memantapkan Asosiasi
Asosiasi yang telah ada perlu diperkuat untuk meningkatkan perannya antara lain dalam pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.
8. Mengembangkan promosi

Guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UMK dengan usaha besar diperlukan media khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan. Disamping itu juga perlu juga diadakan talk show antara asosiasi dengan mitra usahanya.

9. Mengembangkan kerjasama yang setara

Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dunia usaha (UMKM) untuk menginventarisir berbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.

Dalam rangka pemberdayaan UMKM di Indonesia, Bank Indonesia (2011) mengembangkan filosofi lima jari/ Five finger philosophy, maksudnya setiap jari mempunyai peran masing-masing dan tidak dapat berdiri sendiri serta akan lebih kuat jika digunakan secara bersamaan.

1. Jari jempol, mewakili peran lembaga keuangan yang berperan dalam intermediasi keuangan, terutama untuk memberikan pinjaman/pembiayaan kepada nasabah mikro, kecil dan menengah serta sebagai Agents of development (agen pembangunan).
2. Jari telunjuk, mewakiliregulator yakni Pemerintah dan Bank Indonesia yang berperan dalam Regulator sektor riil dan fiskal, Menerbitkan ijin-ijin usaha, Mensertifikasi tanah sehingga dapat digunakan oleh UMKM sebagai agunan, menciptakan iklim yang kondusif dan sebagai sumber pembiayaan.
3. Jari tengah, mewakili katalisator yang berperan dalam mendukung perbankan dan UMKM, termasuk Promoting Enterprise Access to Credit (PEAC) Units, perusahaan penjamin kredit.
4. Jari manis, mewakili fasilitator yang berperan dalam mendampingi UMKM, khususnya usaha mikro, membantu UMKM untuk memperoleh pembiayaan bank, membantu bank dalam hal monitoring kredit dan konsultasi pengembangan UMKM.
5. Jari kelingking, mewakili UMKM yang berperan dalam pelaku usaha, pembayar pajak dan pembukaan tenaga kerja.

Kebersamaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan bank komersial merupakan salah satu dari sekian banyak bentuk simbiosis mutualisme dalam ekonomi. Kebersamaan tersebut bukan saja bermanfaat bagi keduanya, tetapi juga bagi masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menikmati ketersediaan lapangan kerja dan pemerintah menikmati kinerja ekonomi berupa naiknya Pendapatan Domestik Bruto (PDB), yang menyumbang lebih dari separuh PDB Indonesia. Namun demikian, kerja sama tersebut tetap perlu memegang prinsip kehati-hatian untuk memastikan terwujudnya manfaat bagi kedua pihak(hestanto.web.id).

Desa Jatibaru merupakan desa dengan mayoritas sebagian penduduknya merupakan pedagang, petani dan pelaku UMKM yang secara ekonomi sumber pendapatan keluarganya diperoleh dari kegiatan berjualan dan bercocok tanam. Pada saat pandemic Covid-19 tidak hanya industri besar yang mulai gelisah. UMKM yang bergerak di sektor produksi rumahan, mereka yang bergerak di bidang jasa, produk makanan serta pembudi daya ikan dan tanaman pun dilaporkan mengalami penurunan omset yang signifikan. Maka dari itu hal ini diperlukan pendampingan dan pemberdayaan UMKM guna meningkatkan inovasi para pelaku UMKM agar usaha mereka pada saat pandemic Covid-19 tidak mengalami kerugian.

Hasil observasi dilapangan serta mengambil referensi dari keterangan informasi yang diberikan oleh Desa, tingkat ekonomi Desa Jatibaru secara rata-rata bisa dikategorikan menengah kebawah. Ini didukung oleh data yang menunjukkan mayoritas pencaharian yang sebagian besar sebagai petani, pedagang, peternak dan karyawan swasta.

Desa Jatibaru memiliki fasilitas pendidikan yang terbilang cukup lengkap. 5 Paud, 3 SDN, 1 SMP & SMA serta 1 pesantren 2 MDA. Kondisi yang perlu lebih diperhatikan terletak pada 2 MDA yang butuh lebih dari sekedar bantuan tenaga edukasi. Satu diantaranya sudah

tidak berjalan disebabkan masih minimnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan beragama sejak usia dini. Satu lainnya masih berjalan normal dengan tenaga pengajar yang cukup namun masih perlu dukungan dan perhatian yang lebih dari masyarakat sekitar serta andil dari desa untuk membantu menumbuhkan minat belajar di madrasah.

Kehidupan sosial budaya di Desa Jatibaru masih sangat kental dengan tradisi-tradisi warga sekitar yang semakin mempererat tali silaturahmi satu sama lain. Kehidupan beragama di Desa Jatibaru sangat menjunjung toleransi. Masyarakat Desa Jatibaru sebagian besar menganut agama Islam. Mayoritas masyarakat desa Jatibaru merupakan suku sunda, kebudayaan masyarakat masih sangat kental dengan budaya sunda mulai dari Bahasa, tata cara, dan perilaku masih sangat kental dengan kebudayaan sunda. Selain itu kesenian, pernikahan, kematian dan perayaan lainnya juga masih kental dengan kebudayaan sunda. Tidak terdapat permasalahan pada bidang sosial budaya di Desa Jatibaru karena warga masyarakat Desa Jatibaru saling tolong menolong dalam pembangunan di Desa.

METODE PELAKSANAAN

a. Pemberdayaan & Pengembangan Media Promosi Stick Ikan Patin

Tujuan: Mengembangkan potensi pemasaran dan media promosi produk

Waktu: Senin, 01 Agustus 2022

Lokasi: UMKM Sri Rejeki

b. Pelatihan Inovasi UMKM Rengginang Ikan Patin

Tujuan: Memperkenalkan inovasi UMKM yang berasal dari salah satu komoditi yang ada di Desa Jatibaru yaitu ikan patin. Dengan harapan membuka referensi ide usaha kepada masyarakat sekitar yang sangat minim UMKM

Waktu: Minggu, 14 Agustus 2022

Lokasi: Kp. Cambay RW 1 Desa Jatibaru

c. Pemberdayaan Distribusi Ikan Patin

Tujuan: Mengetahui proses panen dan distribusi ikan patin serta seberapa besar potensi pengembangannya

Waktu: Jumat, 22 Juli 2022

Lokasi: Tambak Ikan Patin, Desa Jatibaru

HASIL DAN PEMBAHASAN

Para pelaku UMKM di Desa Jatibaru Kecamatan Cikarang Timur Kabupaten Bekasi, berperan dalam beberapa bidang seperti penjual makanan, mebel, buah, material dll. Meski sebelumnya mereka telah berjalan dengan cukup lancar dengan mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas, namun pemanfaatan cara promosi dengan ide-ide kreatif berbasis digital dalam bentuk video promosi tersebut masih belum maksimal. Kondisi beberapa UMKM di Desa Jatibaru Kecamatan Cikarang Timur Kabupaten Bekasi, sendiri dapat dijelaskan ke dalam dua aspek kebutuhan dari mereka, yaitu:

1. Minimnya pengetahuan khususnya dalam bidang dunia digital dirasa masih kurang, mereka lebih mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas dan tidak pasti. Selain kurangnya pengetahuan dunia digital, juga kurang kreatif dalam memanfaatkan peralatan digital seperti handphone dan juga media sosial, juga kurangnya manajemen pengolahan khususnya di bidang promosi.
2. Belum memanfaatkan potensi media sosial, dimana di masa saat ini media sosial sangat melaju dengan pesat, dimana masa serba online.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan dan pengembangan media promosi produk, kunjungan tempat UMKM di desa Jatibaru masih terus dikembangkan baik sumber daya manusia, produk, pemanfaatan teknologi maupun promosi dalam rangka meningkatkan penjualan yang pada akhirnya membantu meningkatkan pendapatan daerah.

Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi secara online mampu menjangkau pemasaran yang lebih luas di samping pemasaran konvensional yang mengandalkan masyarakat sekitarnya.

Namun demikian, perlu adanya peningkatan program kerja yang menyangkut jumlah UMKM agar meningkatkan perekonomian Masyarakat Desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Kepala Desa Jatibaru yang telah memberikan ijin untuk dapat menjalankan kegiatan pelatihan UMKM dalam rangka meningkatkan ekonomi daerah. Kami ucapkan juga terimakasih kepada pihak UMKM yaitu UMKM Sri Rejeki dan Tambak Ikan Patin serta masyarakat Kp. Cambray desa Jatibaru.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, A., et. al. (2022). EPIC Model: Efektivitas Sistem Pemasaran Melalui Sosial Media pada UMKM Produk Olahan Ikan. *Jurnal Sains Agribisnis.*, Vol 2 No 2 (2022). <https://doi.org/10.55678/jsa.v2i2.791>.
- [2] Agustin, Dwina & Amanda, Gita, *Republika.co.id*, 2013 <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rvil3u423/tingkatkan-inovasi-untuk-kembangkan-usaha-ikan-patin>.
- [3] Aprianti, E.M. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons.*, 10(1), 20-27. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2023>
- [4] Febriantoro. M.T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Masyarakat Ekonomi Asean, *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1 (2), 61-67. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- [5] Hestanto.web.id (2023). <https://www.hestanto.web.id/perencanaan-pemasaran-digital-anda-untuk-masa-depan/>
- [6] KBRN Jember, 2014, Potensi budidaya ikan patin dongkrak taraf perekonomian masyarakat Jember, *RRI.co.id*, 14 mei.
- [7] Radar Jatim, 2013, Cara budidaya ikan patin modern dan cepat panen, 26 Agustus.
- [8] Sofia, L. A. & Yunita, R. (2022), Perluasan Pasar Produk Olahan Ikan Patin Melalui Kemasan dan Promosi Daring, *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(1), 58-70. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i1.11860>.
- [9] Solichah, Z., 2015, Pemkab Jember tingkatkan budidaya ikan patin, *Antarajatim.com*, 18 April.
- [10] Suryaningrum, TD. 2008. Ikan patin: Peluang ekspor, penangan pasca panen dan diversifikasi produk olahannya. *Squalen* 3(1):16-23