

**PEMBERDAYAAN PEREMPUAN NELAYAN MELALUI
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM
PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI KRUPUK IKAN
BANDENG DI DESA KALANGANYAR, KECAMATAN SEDATI,
KABUPATEN SIDOARJO**

Yuli Candrasari^{1*}, Didiék Tranggono², Yushinta Aristina Sanjaya³, Latif Ahmad Fauzan⁴, Ratih Pandu Mustikasari⁵

^{1*,2,4,5}Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur

³Prodi Teknik Pangan Fakultas Teknik UPN Veteran Jawa Timur

Email: ¹yuli_candrasari.ilkom@upnjatim.ac.id,

²didik_tranggono.ilkom@upnjatim.ac.id, ³yushinta.a.tp@upnjatim.ac.id,

⁴latif.ahmad.ilkom@upnjatim.ac.id, ⁵ratih.pandu.ilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Desa Kalanganyar kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo memiliki lahan tambak terbesar di Sidoarjo (BPS, 2017) sebagian besar ekonomi penduduknya bergantung pada kegiatan usaha hasil tambak. Dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga nelayan antara lain adalah peran serta perempuan nelayan dalam mencari penghasilan tambahan. Krupuk Ikan Bandeng di desa ini mempunyai potensi untuk dikembangkan, namun karena keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, terutama menyangkut pengetahuan dalam menciptakan dan mengembangkan usaha home industri maupun pemasaran, akibatnya usaha home industri krupuk ikan bandeng di desa Kalanganyar kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo tidak dapat berkembang dengan baik. Tujuan program PKM adalah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada mitra kelompok tentang pembuatan krupuk ikan bandeng yang baik dan benar serta bercitra rasa, dan memberikan wawasan tentang manajemen pemasaran digital sehingga dapat meningkatkan penjualannya. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan pengolahan krupuk berbahan dasar ikan bandeng. Selain itu dilakukan pelatihan dan pendampingan Komunikasi pemasaran digital pada KUB Planet Bandeng. Pada pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pelatihan terkait pengolahan krupuk berbahan Bandeng serta pelatihan dan pendampingan Komunikasi pemasaran digital. Tim abdimas juga menyerahkan teknologi tepat guna berupa mesin pemotong lontongan krupuk dan mesin pengaduk adonan krupuk. Selain itu tim abdimas terutama mahasiswa melakukan repackaging pada produk krupuk ikan bandeng tersebut serta sudah terdapat logo baru.

Kata Kunci: *pemberdayaan perempuan, pemasaran digital, kesetaraan gender*

How to cite:	Yuli Candrasari, Didiék Tranggono, Yushinta Aristina Sanjaya, Latif Ahmad Fauzan, Ratih Pandu Mustikasari (2023), Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo, (5) 11, https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i11.2716
E-ISSN:	2684-883X
Published by:	Ridwan Institute

Abstract

Kalanganyar village, Sedati subdistrict, Sidoarjo Regency has the largest pond land in Sidoarjo (BPS, 2017). Most of the population's economy depends on business activities resulting from ponds. In an effort to increase the income of fishermen's families, among others, is the participation of fisherwomen in seeking additional income. Milkfish crackers in this village have the potential to be developed, but due to limited human resource capabilities, especially regarding knowledge in creating and developing home industry and marketing businesses, as a result the home industry of milkfish crackers in Kalanganyar village, Sedati subdistrict, Sidoarjo district cannot develop rapidly. Good. The aim of the PKM program is to provide knowledge and insight to group partners regarding making good and correct milkfish crackers with good taste, and provide insight into digital marketing management so that they can increase sales. The implementation method is carried out through training in the processing of crackers made from milkfish. In addition, training and digital marketing communication assistance were carried out at KUB Planet Bandeng. During the implementation of this activity, training was carried out regarding the processing of crackers made from milkfish as well as digital marketing communications training and assistance. The community service team also handed over appropriate technology in the form of a cracker rice cake cutting machine and a cracker dough mixing machine. Apart from that, the community service team, especially students, carried out repackaging of the milkfish cracker product and now has a new logo.

Keywords: *women's empowerment, digital marketing, gender equality*

PENDAHULUAN

Desa Kalanganyar merupakan desa yang berada di kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo (Fikri & Febriana, 2016). Secara geografis Desa Kalanganyar berbatasan dengan Desa Buncitan di sebelah barat, Selat Madura di sebelah timur, Desa Sawohan di sebelah selatan dan Desa Cemandi dan Desa Tambakcemandi sebelah utara. Luas wilayah Desa Kalanganyar 27,3Km² atau 2730 Ha (BPS Kabupaten Sidoarjo, 2021). Desa Kalanganyar memiliki jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 1851, sedangkan jumlah penduduk sebesar 5348 jiwa. Jumlah laki-laki 2635 jiwa, dan jumlah perempuan 2713 jiwa (Rizkiyah TA, 2019). Seluas 2/3 dari wilayah Desa Kalanganyar terdiri dari tambak yaitu kolam buatan untuk membudidayakan ikan. Secara historis Desa Kalanganyar sudah dikenal dengan hasil tambak dan sumber ikan bandeng yang banyak dihasilkan nelayan. Hal ini dapat dibuktikan dengan luasnya kepemilikan tambak oleh masyarakat yakni seluas 2,232 Hektar dengan 579 pemilik tambak (BPS Kabupaten Sidoarjo, 2020). Varietas ikan yang ada di tambak ikan ini adalah ikan bandeng, ikan mujaer, nila, payus, dan udang (sindu dan vanami).

Desa Kalanganyar menjadi penghasil terbesar produk perikanan terutama ikan Bandeng dan menjadi penyumbang pendapatan Kabupaten Sidoarjo pada bidang perikanan. Faktanya, hal itu kurang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa

Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo

Kalanganyar. Pemberdayaan perempuan di kawasan pesisir adalah upaya memutus mata rantai kemiskinan, menumbuhkan kekuatan ekonomi, dan membangkitkan kemandirian. Perempuan sebagai pengelola keuangan keluarga, layak mendapatkan program pemberdayaan, peran vitalnya dalam mengatur penggunaan uang keluarga untuk kebutuhan makan dan pendidikan (Kan M-Y, He G, 2021). Kemiskinan perempuan di Kawasan pesisir memiliki persoalan yang kompleks, yakni faktor miskin secara ekonomi, terpinggirkan secara sosial, dan terlupakan secara fungsi dan martabat (Tranggono et al., 2020); (Tukiman & Andarini, 2018); (Suksmawati & Kusuma, 2018); (Fadiyah & Safaruddin, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian tentang Model Pemberdayaan Perempuan Nelayan Berbasis Potensi Lokal di Kabupaten Sidoarjo pada Tahun 2017 dan 2018, menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam pendekatan pemberdayaan perempuan nelayan dapat ditempuh melalui pendekatan 6 (enam) bina yaitu: (1) bina sumberdaya manusia, (2) bina sumberdaya alam, (3) binausaha, (4) bina kelembagaan, (5) bina program dan kegiatan, dan (6) bina lingkungan (10). Untuk mensinergikan keenam bina tersebut, maka diperlukan kombinasi dari beberapa pendekatan (*mixed approach*) yaitu pendekatan kewilayahan dan pendekatan *social entrepreneurship* yang dikombinasikan dengan metode *participatory approach* (1. Tranggono D, Dwiridhotjahjono J, Andarini S, 2017); (Tranggono D, Djajati S, 2016).

Krupuk Ikan Bandeng saat ini juga menjadi andalan bagi masyarakat Kalanganyar guna meningkatkan ekonomi di desa tersebut (Wu Y-CC, Chen C-SS, 2020). Usaha pembuatan krupuk ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh perempuan nelayan yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) (Kurniawan, 2024). KUB saat ini ada 2 kelompok yang masih eksis, beranggotakan 8 orang per kelompok.

Produk-produk tersebut belum memiliki kemasan dan pasar yang baik, oleh karena itu tingkat penjualannya masih rendah kualitas produk kurang terjaga karena lambannya proses pemasaran produk. Pengelolaan produk masih manual, artinya pembuatan krupuk masih belum menggunakan teknologi sehingga produk bisa cepat dan banyak. Hal ini sangat disayangkan karena sebenarnya desa Kalanganyar tersebut juga dicanangkan menjadi salah satu desa wisata sehingga produk krupuk jika dilakukan branding yang baik dapat meningkatkan "nilai jual". Terbatasnya omzet tersebut karena penjualan produk Krupuk ikan hanya melalui pemasaran yang masih tradisional. KUB tersebut baru memasarkan produknya hanya melalui promosi dari mulut ke mulut. Selain itu produk krupuk ikan yang diproduksi tersebut masih sangat "lugu" artinya belum ada brand yang bisa digunakan untuk memudahkan mengenalkan produk tersebut ke konsumen yang lebih luas.

Berdasarkan kondisi tersebut sebenarnya pemasaran dan promosi produk Krupuk Ikan Bandeng tersebut akan bisa berkembang pesat jika branding produk dan pemasaran bisa melalui internet. Melalui internet dan media sosial akan memudahkan untuk mengenalkan produk krupuk Ikan Bandeng desa Kalanganyar kepada pasar yang lebih

luas. Diharapkan omzet krupuk Ikan bandeng akan meningkat dan penghasilan kelompok ibu desa Kalanganyar meningkat juga. Hal ini dikarenakan pasar online terbuka sangat besar, tercatat jumlah konsumen belanja online di Indonesia yang menggunakan *e-commerce* mencapai 32 juta orang pada 2021 (CNN Indonesia, 2021).

Berdasarkan pengalaman tim peneliti dalam membangkitkan pemasaran untuk usaha mikro, kecil dan menengah adalah dengan penerapan model pemasaran daring melalui media sosial (Arviani et al., 2020). Pengalaman tersebut layak ditransferkan sebagai salah satu bentuk pendampingan dibidang pemasaran.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian tentang : Pemberdayaan Perempuan Nelayan Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di desa Kalanganyar, kecamatan Sedati, kabupaten Sidoarjo; Tim Pengusul disamping berperan secara aktif dalam memberikan pelatihan dan pendampingan, juga melibatkan 2 (dua) orang mahasiswa yang akan membantu Tim Pengusul dalam aktivitas:

- (1) pembuatan konsep Branding melalui desain kemasan labelling dan packaging krupuk ikan bandeng yang lebih higienis dan menarik.
- (2) Pembekalan dan pelatihan pemahaman tentang internet, bisnis *online*, media sosial dan jenis-jenis media sosial
- (3) sebagai media promosi dan jualan serta karakteristiknya.
- (4) Pelatihan dan pendampingan pengelolaan media sosial yang diawali dengan pembuatankonsep Branding produk melalui media sosial dan promosi dalam media sosial sampai dengan manajemen konten media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat diawali dengan proses Komunikasi yang dilakukan tim abdimas dengan Kepala Desa Kalanganyar dan ketua kelompok Usaha Bersama Planet Bandeng di desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Melalui komunikasi dan diskusi yang dilakukan dengan ketua dan anggota KUB Planet Bandeng terdapat beberapa hal yang disepakati diantaranya adalah kebutuhan KUB Planet Bandeng ternyata tidak hanya mesin pemotong lontongan krupuk saja tetapi juga mesin pengaduk adonan krupuk yang selama ini dilakukan secara manual. Pertimbangan dari KUB Planet Bandeng terhadap kebutuhan mesin pengaduk adonan adalah karena saat ini dengan tenaga manual maka kapasitas produksi terbatas karena diperlukan tenaga yang lebih untuk mengaduk adonan krupuk yang agak ulet. Mengingat seluruh anggota KUB Planet Bandeng ini adalah ibu-ibu yang tenaganya untuk mengaduk adonan krupuk terbatas. Produksi krupuk bandeng ini masih manual sehingga memerlukan waktu yang lama dalam proses produksi dan terdapat jeda yang lama untuk memproduksi kembali karena keterbatasan tenaga.

Berdasarkan adanya permasalahan baru yang didapatkan tim abdimas maka tim memutuskan untuk juga membelikan dan memberikan mesin pengaduk adonan krupuk

Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo

untuk diserahkan pada KUB Planet Bandeng. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kecepatan dan kapasitas produksi krupuk berbahan dasar ikan bandeng pada KUB Bandeng Planet sehingga terdapat peningkatan ekonomi pada anggota KUB Planet Bandeng khususnya dan Masyarakat desa Kalanganyar umumnya.

Pelatihan Pengolahan Ikan Bandeng

KUB Planet Bandeng selama ini telah melakukan olahan terhadap ikan bandeng sebagai produk unggulan dari desa Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Tim Abdimas memberikan pelatihan berupa pengolahan krupuk ikan bandeng sehingga akan menghasilkan produk krupuk yang lebih renyah dan bentuk yang baik. Pelatihan pengolahan krupuk ini dilakukan oleh anggota tim Abdimas yang merupakan seorang dosen dari Program Studi Teknologi Pangan UPN “Veteran” Jawa Timur. Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada tanggal 5 Agustus 2023 mulai pukul 10.00 – 15.00. Kegiatan pengabdian Masyarakat ini diikuti oleh ibu-ibu dari kelompok KUB Planet Bandeng serta ibu-ibu warga desa Kalanganyar yang memiliki produk krupuk ikan bandeng sebanyak 15 orang. Pada pelatihan ini juga dihadiri oleh ibu Kepala Desa Kalanganyar Sedati kabupaten Sidoarjo. Dalam pelatihan tersebut dijelaskan bagaimana komposisi bahan yang tepat sehingga akan menghasilkan produk krupuk berbahan dasar ikan bandeng yang baik dan bagaimana cara penyimpanan produk yang benar sehingga kualitas produk tetap terjaga meskipun tidak menggunakan bahan pengawet. Pada pelaksanaannya dilakukan juga praktek pembuatan krupuk ikan bandeng dimulai dari bahan-bahan mentah sampai dengan melakukan pemotongan krupuk. Dalam pelatihan tersebut juga diberikan variasi produk krupuk yang berbahan dasar ikan bandeng yaitu krupuk amplang. Tim Abdimas memberikan resep-resep pembuatan krupuk amplang berbahan dasar ikan bandeng serta pengolahan dan pembuatan krupuk amplang bandeng.



Gambar 1. Suasana Pelatihan

Hasil dari kegiatan pelatihan tersebut peserta memiliki pengetahuan baru tentang prinsip mengolah krupuk ikan bandeng dan bertambahnya pengetahuan bagaimana agar produk krupuk ikan bandeng bisa bertahan lama meskipun tanpa ada tambahan bahan pengawet. Di akhir pelatihan tim Abdimas PBM UPNVJT menyerahkan teknologi tepat guna kepada KUB Planet Bandeng. Teknologi Tepat Guna tersebut berupa 1 (satu) buah mesin pemotong lontongan krupuk dan 1 (satu) buah mesin pengaduk adonan krupuk. Tim Abdimas PBM juga memberikan pelatihan untuk penggunaan kedua mesin tersebut dengan menggunakan adona yang sudah dibuat pada praktik sebelumnya cara membuat adonan krupuk ikan bandeng. Setelah proses praktek penggunaan kedua mesin tersebut dan ibu-ibu anggota Planet Bandeng bisa menggunakan kedua mesin tersebut maka kegiatan pelatihan diakhiri dengan penandatanganan berita acara serah terima barang dari ketua tim Abdimas PBM kepada ketua KUB Planet Bandeng .



Gambar 2. Pelatihan Penggunaan Mesin Pemotong Lontongan krupuk

Pelatihan Komunikasi Pemasaran Digital

Pelatihan Komunikasi pemasaran digital ini dilakukan pada tanggal 6 Agustus 2023 yang diikuti oleh seluruh anggota KUB Planet Bandeng serta beberapa ibu-ibu yang memiliki usaha yang sama tetapi bersifat individual di desa Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Pada hari kedua kegiatan tersebut diikuti oleh 15 orang yang memiliki usaha produksi krupuk berbasis ikan bandeng di desa Kalanganyar. Peserta yang hadir sama dengan peserta yang hadir pada tanggal 5 Agustus 2023 yaitu anggota KUB Planet Bandeng ditambah dengan ibu-ibu yang memiliki usaha yang sama. Kegiatan dilakukan pada pendopo balai desa Kalanganyar Sedati Kabupaten Sidoarjo.

Menurut pengakuan para peserta pelatihan tersebut sebagian besar di antara mereka selama ini belum menggunakan media sosial sebagai sarana atau media untuk memasarkan dan mengenalkan produk krupuk mereka. Hanya satu aplikasi yang digunakan yaitu *Whatsapp* tetapi bukan yang bisnis. Peserta sudah mengenal beberapa aplikasi media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, maupun *TikTok* tetapi mereka tidak

Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo

pernah menggunakan media sosial baik untuk mendisplay produk maupun untuk berpromosi. Peserta juga belum pernah menggunakan marketplace untuk memasarkan dan mengenalkan produk krupuk ikan bandeng tersebut.

Sebagaimana yang telah diuraikan di depan, produk krupuk bandeng dari KUB Planet Bandeng masih dikemas dengan sederhana karena anggota KUB Planet Bandeng tidak memiliki pengetahuan tentang branding maupun tentang pentingnya kemasan dalam memasarkan produk.

Berdasarkan kondisi tersebut tim PBM UPNVJT akhirnya sepakat untuk pada hari pertama memberikan materi-materi dasar tentang Internet marketing terutama yang berkaitan dengan konsep dasar internet marketing dan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dan branding pada produk. Selain itu tim PBM yang juga beranggotakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UPNVJT akan memberikan materi tentang branding.

Pelatihan yang kedua ini dilakukan tim PBM selama 7 jam, dimulai pukul 09.00 pagi sampai dengan pukul 15.00. Tim PBM UPNVJT memberikan beberapa materi yaitu pertama materi yang menjelaskan tentang internet marketing dan kegunaan internet marketing dalam membangun “*branding*” produk dan mengenalkan produk (krupuk bandeng) melalui internet.

Kegiatan pelatihan Internet Marketing tersebut dilakukan dalam tiga tahap yakni: (a) pra-kegiatan yang dilakukan dengan melakukan pretest terhadap peserta tentang sejauhmana pengetahuan dan pemahaman peserta tentang internet marketing dan media sosial.; (b) tahap kedua dilakukan pelatihan tingkat dasar tentang bagaimana Perencanaan Pemasaran *Online*, bagaimana menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran online, dan strategi pemasaran di media sosial; (c) tahap ketiga dilakukan evaluasi guna mengukur keberhasilan dari pelatihan tersebut.

Dalam pelatihan tersebut disampaikan materi internet marketing terutama tentang pentingnya media sosial sebagai pendukung usaha. Dalam materi ini dikenalkan tentang bentuk media sosial dan memilih media sosial yang tepat untuk usaha. Serta disampaikan juga tentang jenis konten media sosial dan kekuatannya. Selain itu disampaikan juga tentang strategi pemasaran di media sosial diantaranya diberikan materi tentang melakukan riset khalayak, bagaimana menentukan tujuan bisnis dan membangun “*brand awareness*”, menentukan metrik yang jelas, serta melakukan riset terhadap kompetitor.

Hasil pelatihan Internet marketing pada KUB Planet Bandengan menunjukkan pemahaman yang baik dan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya media sosial dalam mendukung pemasaran produk. Sebelum diberikan materi lebih jauh dilakukan terlebih dahulu pendaftaran dan mendata akun media sosial yang sudah dimiliki oleh peserta pelatihan ini. Selanjutnya peserta tersebut dapat melakukan riset khalayak di media sosial dan dapat mengisi akun media sosial masing-masing dengan konten yang mampu menunjukkan edukasi tentang merk produk krupuk bandeng. Selain itu peserta dapat melakukan riset kompetitor di media sosial serta melakukan hashtag

dan keyword yang bisa mendukung “naiknya” akun media sosial mereka.

Desain pelatihan dengan metode ceramah, diskusi dan praktek bagaimana cara meriset pelanggan, meriset kompetitor, membuat nama akun di media sosial yang tepat untuk mendukung pemasaran produk serta mencari dan membuat hashtag dan keyword yang dapat meningkatkan rating produk batik bondowoso di dunia maya. Selain itu peserta juga mempraktekkan bagaimana membangun “brand” (Branding) yang tepat melalui konten-konten di media sosialnya.

Dalam pelaksanaannya pelatihan Komunikasi pemasaran digital, mahasiswa juga memberikan materi terkait media sosial dan bagaimana mengelola media sosial untuk melakukan edukasi pada calon pelanggan. Selanjutnya mahasiswa juga memaparkan beberapa desain kemasan yang sudah dirancang mahasiswa sebelum pelaksanaan kegiatan. Anggota KUB Planet Bandeng diminta untuk memilih desain kemasan untuk dipakai nantinya pada produk krupuk Ikan Bandeng. Di samping desain tim mahasiswa juga sudah mendesain logo dan filosofi logo untuk produk krupuk ikan bandeng KUB Planet Bandeng (gambar 3). Di akhir paparan para anggota KUB Planet Bandeng merasa puas dan menerima desain kemasan dan logo yang ditawarkan oleh tim mahasiswa.



Gambar 3. Logo Produk Krupuk Ikan Bandeng

Sebagaimana yang tergambar di atas bahwa terdapat tiga elemen dalam logo produk Krupuk Planet Bandeng yaitu gambar planet (lingkaran), gambar peta pulau Jawa yang mencerminkan produk Planet Bandeng ini diproduksi di Sidoarjo yang berada di pulau Jawa tepatnya Jawa Timur, serta gambar ikan bandeng sebagai gambaran dari bahan baku dasar krupuk tersebut.

Hasil dari kegiatan ini adalah sudah terdapat produk krupuk Planet Bandeng dengan kemasan dan logo baru. Terlihat dalam gambar 4 di bawah ini kemasan sudah baru dan menarik sehingga untuk bisa terlihat tampil menarik di ruang Instagram. Sesuai dengan standar kemasan, maka tim BPM UPNVJT sudah menambahkan

Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo

informasi komposisi bahan serta tanggal kadaluwarsa dari produk.



Gambar 4. Kemasan Baru Kerupuk Ikan Bandeng

Selain itu juga diberikan informasi tentang izin produk dan produsen dari pembuat produk krupuk Planet Bandeng. Kemasan baru dengan warna orange diharapkan memberikan kesan produk yang “fresh” mengingat ini merupakan produk krupuk sehingga “kebaruan” dari produk menjadi kesan yang menonjol.

Pendampingan Melakukan Promosi melalui Media Sosial

Kegiatan berikutnya masih dilakukan terhadap KUB Planet Bandeng ddesa Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 31 Agustus 2023 yaitu berupa pendampingan terkait proses Komunikasi pemasaran digital. Kegiatan lebih memfokuskan pada pengenalan akun Instagram yang sudah dibuat dan dirancang oleh tim PBM UPNVJT khususnya para mahasiswa. Karena dalam kegiatan pengabdian ini diakui sebagai kegiatan MBKM yang dikonversi dengan beberapa mata kuliah terkait Komunikasi pemasaran digital dan manajemen branding. Oleh karena itu kegiatan mahasiswa lebih focus pada pengelolaan branding produk mulai dari merancang logo dan kemasan produk sampai dengan merancang konten dan mengelola akun Instagram yang diperuntukkan untuk mengenalkan dan mendisplay produk krupuk planet bandeng. Mengingat sebagian besar ibu-ibu belum terlalu familiar dengan Instagram maka proses pendampingan dan pembelajaran harus mulai dari dasar dan “*step by step*”.

Pada kegiatan pendampingan mahasiswa akan melakukan manajemen konten dari akun Instagram Planet Bandeng sampai pada saatnya nanti KUB Planet Bandeng akan memiliki tim yang mampu mengelola media sosial tersebut dan melakukan promosi di media sosial. Sehingga diharapkan setelah pelatihan dan pendampingan tersebut para

pembatik sudah langsung dapat membuat konten untuk Instagram langsung mengunggahnya. Pada pelatihan dan pendampingan ini materi yang diberikan meliputi a) Pembuatan dan Penyusunan Konten Promosi di akun Media Sosial; b) Membuat dan menentukan Hashtag dan Keyword; c) Cara Beriklan di Instagram dan *Facebook*; d) Cara Membuat konten di Instagram.

Tim PBM UPNVJT juga telah membuat beberapa foto-foto produk untuk digunakan sebagai sarana promosi di media sosial terutama di Instagram. Sebagaimana karakteristik dari Instagram adalah media sosial yang lebih berfokus pada gambar atau foto sehingga untuk membangun branding sebuah produk sangat sesuai.



Gambar 5. Foto Produk

Pada kegiatan pendampingan ini beberapa kendala dihadapi oleh Tim PBM, diantaranya adalah beberapa Ibu-Ibu dengan usia di atas 40 tahun merasa kesulitan untuk membuat caption promosi sehingga Tim PBM yang harus turun tangan untuk membuat contoh promosi dan kalimat-kalimat yang bisa diunggah sebagai caption atau unggahan status pada Instagram Planet Bandeng. Selain itu beberapa peserta ternyata masih “asing” dengan Instagram. Selebihnya pelatihan berjalan dengan baik terutama pada peserta yang berusia masih muda, mereka dengan cepat menyesuaikan dan langsung bisa menyusun konten yang pas untuk digunakan sebagai *caption* di Instagram.

Desain pelatihan pada hari kedua ini tidak digunakan lagi metode ceramah tetapi sudah langsung praktek, artinya masing-masing peserta wajib membawa *Smartphone* kemudian setiap peserta harus sudah bisa masuk pada akun Instagram Planet Bandeng. Peserta dikenalkan kegunaan masing-masing Fitur yang bisa membantu peserta dalam melakukan pemasaran. Termasuk juga setiap peserta dilatih untuk memanfaatkan iklan

Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo

atau beriklan melalui *Facebook* maupun Instagram. Terakhir, beberapa peserta juga diwajibkan untuk rajin posting di akun masing-masing setiap hari pada jam-jam efektif penggunaan media sosial sebagaimana yang telah diinformasikan pada pelatihan di hari pertama.

Kegiatan pelatihan Melakukan Promosi di Media Sosial pada kelompok pembatik ini juga dilakukan dalam tiga tahap yakni: (a) pra-kegiatan yang dilakukan dengan mengukur kemampuan peserta dalam mengoptimalkan gadget; (b) tahap pelaksanaan dilakukan pelatihan tentang bagaimana menyusun promosi di media sosial; (c) tahap ketiga dilakukan evaluasi guna mengukur keberhasilan dari pelatihan tersebut.

Hasil dari pelatihan Pembuatan promosi di media sosial ini adalah peserta sudah berhasil menemukan keyword dan hashtag yang tepat untuk dituliskan setiap mereka mengunggah status baru atau caption. Selanjutnya peserta juga sudah bisa menyusun beberapa bentuk promosi yang tepat bagi produk mereka ketika diunggah di akun media sosial mereka. Terakhir peserta sudah bisa melakukan promosi dengan beriklan pada Instagram.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang diawali dengan pelatihan pengolahan dan pemasaran digital berlangsung dengan baik. Hal ini bisa dilihat semangatnya peserta untuk hadir dalam kegiatan pelatihan tersebut. Pelatihan dilaksanakan dua hari pada tanggal 5-6 Agustus 2023 bertempat di Balai Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Peserta yang semuanya adalah ibu-ibu anggota KUB Planet Bandeng ditambah dengan ibu-ibu dari anggota KUB lainnya di desa Kalanganyar. Pelatihan diawali dengan pemberian materi terkait pengolahan bahan baku berbau dasar ikan bandeng dan proses membuat produk krupuk bertahan lama meskipun tanpa bahan pengawet. Hasil pelatihan peserta sudah memiliki pengetahuan yang lebih baik bagaimana mengolah dan memproduksi krupuk ikan bandeng. Kegiatan pelatihan diakhiri dengan penyerahan Teknologi Tepat Guna berupa mesin pemotong lontongan krupuk dan mesin pengaduk adonan krupuk.

Pelatihan pada hari kedua adalah pelatihan tentang pemasaran digital. Peserta sama dengan peserta di hari pertama yaitu ibu-ibu anggota KUB Planet Bandeng dan KUB lain di desa Kalanganyar. Pada hari kedua pelatihan berjalan dengan sangat baik. Terlihat antusiasme peserta dari awal pelatihan sampai dengan akhir pelatihan peserta mengikuti dengan semangat, meskipun beberapa ibu-ibu mengaku tidak pernah melakukan pemasaran di dunia maya bahkan belum mengenal aplikasi Instagram. Hasil pelatihan peserta sudah memahami bagaimana proses pemasaran dan promosi di dunia maya. Bahkan peserta langsung meminta mahasiswa yang mendampingi untuk membuat foto-foto produk yang akan diunggah di Instagram.

Pendampingan dilakukan oleh Tim Abdimas UPNVJT terutama pada bagaimana membuat konten untuk Instagram setelah sebelumnya mahasiswa sudah membuat akun di Instagram sebagai media display produk krupuk ikan bandeng.

Yuli Candrasari, Didiék Tranggono, Yushinta Aristina Sanjaya, Latif Ahmad Fauzan, Ratih Pandu Mustikasari

Termasuk bagaimana melakukan promosi di media sosial. Sampai dengan saat ini mahasiswa masih berkegiatan melakukan pendampingan dan pengelolaan media sosial Instagram krupuk Ikan Bandeng sebelum nantinya akan diserahkan sepenuhnya pada KUB Planet Bandeng.

Terdapat peningkatan pengetahuan dan ketrampilan anggota KUB Planet Bandeng terkait pemasaran digital diantaranya adalah melakukan posting pada Instagram, membuat foto unggahan serta melakukan promosi di media sosial khususnya di Instagram dan pada akun bisnis Whatsapp.

BIBLIOGRAFI

- Tranggono D, Dwiridhotjahjono J, Andarini S, R. R. (2017). Women Fisherman Empowerment Based on Local Potential in Sidoarjo: Social Entrepreneurship Approach. *Nusantara Science and Technology Proceedings [Internet]*, 1–5.
- BPS Kabupaten Sidoarjo. (2021). *3. Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2021*.
- Rizkiyah TA. (2019). *Pemberdayaan Perempuan Buruh Tambak di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo*.
- BPS Kabupaten Sidoarjo. (2020). *Kecamatan Sedati dalam Angka 2020. Sidoarjo: BPS Kabupaten Sidoarjo*.
- Arviani, H., Candrasari, Y., Nibtia, O., & Aditya Ilham. (2020). Instabranding Kepribadian di Lima Brand UKM Kuliner. *Warta ISKI*, 3(2), 112–122.
- CNN Indonesia. (2021). "Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021". *CNN Indonesia*.
- Fadiah, F., & Safaruddin, S. (2022). Partisipasi Perempuan Pesisir Pantai Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Nelayan Di Desa Tamarupa Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2), 247–256.
- Fikri, M. A., & Febriana, P. (2016). Branding Desa Kalanganyar sebagai Ekowisata Bahari di Kabupaten Sidoarjo. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 61–74.
- Kan M-Y, He G, W. X. (2021). *Satisfaction with Family Status and Housework Participation in Modern China. In: Chinese Families: Tradition, Modernisation, and Change*. Emerald Publishing Limited.
- Kurniawan, F. (2024). Analysis of Institutional Ownership, Audit Committee, Investment Opportunity Set, on Accounting Conservatism with Capital Intensity as Variable Moderation. *Journal of Business Social and Technology*, 5(2), 336–345.
- Suismawati, H., & Kusuma, A. (2018). Pendampingan Masyarakat Dalam Pengembangan Produk Inovatif Olahan Kerang Di Desa Bluru Kidul Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo. *Senadimas*.

Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Home Industri Krupuk Ikan Bandeng di Desa Kalanganyar, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo

Tranggono D, Djajati S, A. S. (2016). Empowering Fisherwoman in Business Development Meatballs Mussels in Bluru Kidul Village, Sub-District Sidoarjo Residence Sidoarjo. *ICRM*, 326–330.

Tranggono, D., Nuryananda, P. F., Yusuf, A., & Putra, T. (2020). Pemberdayaan Perempuan Nelayan Dalam Peningkatan Produksi Krupuk Kerang di Desa Bluru Kidul, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Abdimas Bela Negara*, 1(1), 20–28.

Tukiman, R., & Andarini, S. (2018). Pemberdayaan Perempuan Nelayan dalam Pengembangan Usaha Nugget Kerang di desa Bluru Kidul Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo. *SENADIMAS*.

Wu Y-CC, Chen C-SS, C. Y.-J. (2020). The outbreak of COVID-19: An overview. *J Chinese Med Assoc*, 83(3), 217–220.

Copyright Holder:

Yuli Candrasari, Didiek Tranggono, Yushinta Aristina Sanjaya, Latif Ahmad Fauzan, Ratih Pandu Mustikasari (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

