

## Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Hasil Perikanan di Desa Sigerongan

Dian Neni Naelasari<sup>1</sup>, Zulhakim<sup>1</sup>, Muhammad Syamsussabri<sup>1</sup>

1) Ilmu Gizi, Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat

Email: dian91neni@gmail.com, jzulhakim@gmail.com, syamsussabri.edu@gmail.com

### Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Hasil Perikanan di Desa Sigerongan Lombok Barat bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kreatifitas masyarakat dalam pemasaran hasil perikanan melalui media sosial sebagai sarana pengembangan usaha berbasis teknologi dan mempertahankan ketahanan pangan Indonesia. Sasaran kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial adalah 20 orang peternak ikan di Desa Sigerongan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Pengabdian kepada Masyarakat ini akan dilaksanakan di halaman kantor Desa Sigerongan, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, NTB dengan metode: ceramah, simulasi, dan diskusi.

Kata Kunci: Produk Hasil Perikanan; Media Sosial; Pemasaran

### Abstract

*The Community Service Program entitled Socialization of the Use of Social Media as a Marketing Tool for Fishery Products in Sigerongan Village, West Lombok, aims to increase community understanding and creativity in marketing fishery products through social media as a means of developing technology-based businesses and maintaining Indonesian food security. The target of the Social Media Utilization Socialization activity is 20 fish breeders in Sigerongan Village, Lingsar District, West Lombok Regency. This community service will be carried out at the office yard of Sigerongan Village, Lingsar District, West Lombok Regency, NTB using the following methods: lectures, simulations, and discussions. The output target to be achieved is the national journal article Abdinesia: Journal of Community Service.*

Keywords: Fishery Products; Social Media; Marketing

### Article History

Received: 16 Januari 2021

Revised: 18 Januari 2021

Accepted: 21 Januari 2021



Abdinesia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Semenjak pandemi COVID-19 melanda hampir seluruh dunia termasuk Indonesia, banyak sekali perubahan yang terjadi dalam setiap lini kehidupan manusia. Sektor yang sangat berpengaruh adalah sektor ekonomi. Banyak dinamika dan problematika yang timbul imbas dari pandemi COVID-19. Perekonomian

yang lesu, menyebabkan terjadinya perubahan daya beli konsumen akibat kebijakan *Social Distancing*. Tanpa kita sadari seperti sektor pertanian tetap mampu bertahan dan terus berjalan selama pandemi COVID-19 karena dalam keadaan apapun hasil dari sektor pertanian seperti kebutuhan pangan (sayuran dan buah-buahan) akan selalu menjadi kebutuhan primer yang harus dipenuhi atau tersedia setiap saat demi keberlangsungan kehidupan. Produk hasil pertanian seperti sayuran dan buah-buahan tersebut terus mengalami permintaan yang sangat signifikan sejak wabah COVID-19. Himbauan dari pemerintah untuk mencegah penyebaran COVID-19 dengan mengkonsumsi sayuran dan buah-buahan karena mengandung zat gizi mikro yang akan membantu meningkatkan sistem imun sebagai upaya pencegahan penularan virus corona.

Perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pertumbuhan sektor perikanan dan kelautan berasal dari produksi perikanan tangkap maupun budidaya perikanan. Budidaya perikanan di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) sangat potensial. Provinsi NTB sendiri memiliki perairan tawar yang sangat luas dan berpotensi besar untuk usaha budidaya berbagai macam jenis ikan air tawar bahkan ikan hias.

Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi untuk bisnis budidaya ikan hias selain karena permintaan dan minat yang cukup tinggi, budidaya ikan hias juga dapat menjadi alternatif peluang usaha yang menjanjikan selama masa pandemi COVID-19. Kegiatan budidaya ikan hias di Kabupaten Lombok Barat cukup potensial untuk terus dikembangkan karena menjanjikan dari segi ekonomis maupun dari segi daya dukung sumber daya alam. Adapun Kecamatan yang paling menonjol dalam budidaya ikan hias di Kabupaten Lombok Barat adalah desa Sigerongan Kecamatan Lingsar. Sejumlah warga peternak ikan hias di Desa Sigerongan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat memulai bisnis ikan hias (ikan cupang) saat masa pandemi COVID-19. Selain mudah dibudidayakan, budidaya ikan hias cupang ini kini menjadi suatu hobi baru dan hasil penjualan ikan yang cukup menguntungkan karena banyak digandrungi oleh masyarakat NTB pada masa pandemi COVID-19.

Ikan hias merupakan jenis ikan yang hidup di air tawar maupun laut yang mempunyai bentuk atau warna tubuh menarik dan indah. Salah satu jenis ikan hias dengan keunikan tersendiri dibandingkan ikan hias lainnya adalah ikan cupang (*Betta spp.*). Keunikan yang dimaksud adalah kegemarannya bertarung dengan sesama jenisnya, namun tidak menutup kemungkinan dengan jenis lain namun masih dalam satu suku. Daya agresifitasnya sangat tinggi sehingga sangat tidak dianjurkan untuk menempatkan atau memelihara ikan ini dalam satu wadah. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari perkelahian antar sesama individu (Dewantoro, 2017). Ikan cupang kini menjadi trend dan semakin menjamur di berbagai daerah, terlebih di masa pandemi Covid-19. Harga cupang aduan berkisar antara Rp. 25 ribu sampai Rp. 50 ribu. Sedangkan untuk aduan impor dari Singapura harganya dapat mencapai Rp. 250 sampai 300 ribu per ekornya (Dewantoro, 2017).

Ikan cupang memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan di Indonesia bahkan di NTB. Namun selama ini kegiatan budidaya ikan cupang lebih banyak dilakukan oleh peternak kecil yang belum mempunyai akses

terhadap manajemen usaha, pasar, permodalan dan pemasaran. Di desa Sigerongan terdapat banyak sekali peternak ikan hias, namun bagi sebagian penduduk lebih memilih untuk membuka usaha ikan hias cupang di rumahnya sebagai alternatif mengisi waktu bekerja dari rumah selama pandemi COVID-19. Sebagian peternak juga memiliki tingkat pendidikan yang rendah dan belum mampu memberdayakan potensi yang dimiliki untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Ikan air tawar (cupang) berukuran mini dengan motif warna warni yang indah serta tidak membutuhkan waktu lama dan lahan yang luas untuk budidaya ikan cupang. Harga ikan cupang relatif terjangkau dan digemari oleh semua kalangan masyarakat termasuk anak-anak.

Persaingan usaha ikan cupang masih bersifat tradisional hanya menjajakan usahanya di pekarangan rumah dan menjual ikan cupangnya di pasar sentra perdagangan ikan hias di desa Sigerongan. Potensi ikan cupang di desa ini cukup besar namun dari segi promosinya masih kurang dan belum terekspose sampai ke luar daerah. Para peternak ikan hias (cupang) belum memanfaatkan secara maksimal pemasaran online (digital) menggunakan sosial media. Pemanfaatan sosial media dapat berimbas positif bagi sebuah produk usaha dan bersifat langsung kepada konsumen secara meluas. Gunawan dan Huarng (2015) mengemukakan bahwa interaksi sosial dan resiko yang dipersepsikan melalui media sosial berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk ikan hias, meningkatkan image produk, dan berakhir pada peningkatan penjualan Kotler dan Keller, (2016) dalam Augustinah dan widayati, (2019). Melihat pandemi COVID-19 yang belum usai, masih diberlakukannya social distancing, kebutuhan akan minat (hobi) ikan cupang semakin meningkat dan peternak ikan cupang perlu mengembangkan wawasan dan kemampuannya dalam pemasaran ikan cupang. Maka dipandang perlu untuk melakukan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Hasil Perikanan Di Desa Sigerongan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan pada hari Jumat, 11 Desember 2020 di halaman kantor Desa Sigerongan, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, NTB. Khalayak sasaran dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah peternak yang berada di Desa Sigerongan, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, NTB. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini berupa sosialisasi langsung kepada masyarakat tani tentang cara pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran produk hasil pertanian yang dapat memudahkan dan meningkatkan hasil penjualan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Program Studi Ilmu Gizi Universitas Nahdhatul Ulama Nusa Tenggara Barat bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan

kreatifitas masyarakat peternak ikan hias (cupang) dalam memasarkan hasil perikanan melalui media sosial sebagai sarana pengembangan usaha berbasis teknologi, memperluas jangkauan pemasaran hingga menaikkan angka penjualan. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 11 Desember 2020 di Aula kantor Desa Sigerongan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat dengan tim pelaksana sebanyak 3 orang dosen dan 1 orang mahasiswa. Acara dimulai pukul 08.00 WITA sampai selesai.

Sebelum kegiatan dimulai, peserta yang hadir wajib mematuhi protokol kesehatan (COVID-19) dengan menggunakan masker, hand sanitizer atau mencuci tangan dengan sabun serta menjaga jarak saat kegiatan berlangsung. Kegiatan sosialisasi diawali dengan sambutan pembukaan dari Dian Siswandi Halisaswita, S.Pd.I., MM. selaku Kepala Desa Sigerongan, sambutan kedua oleh Muhammad Syamsussabri, M.Pd selaku sekretaris LPPM Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat dan Tim Dosen Dian Neni Naelasari, S.Pd., M.Si. Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim melakukan koordinasi awal dengan Kepala Desa dan Humas untuk membantu koordinasi dengan kader yang berada di wilayah Desa Sigerongan.

Kegiatan sosialisasi ini melibatkan peserta sebanyak 20 orang terdiri dari peternak ikan cupang. Peserta mendapatkan informasi dan pengetahuan yang berguna dari narasumber pertama oleh Dian Neni Naelasari dengan tema potensi pengembangan usaha melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, Web dll, serta strategi promosi penjualan. Narasumber kedua oleh Muhammad Syamsussabri, M.Pd selaku dosen Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat yang membahas tentang pelatihan dan pembuatan akun di media sosial. Penyampaian materi menggunakan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi pelatihan dan pembuatan akun media sosial.

Semua peserta mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir dengan antusias, dibuktikan dengan banyaknya peserta yang mengajukan pertanyaan kepada pemateri dan antusias para peternak ikan cupang dalam membuat akun media sosial sebagai alat pemasaran ikan cupang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua peserta memiliki pengetahuan setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan membuat akun media sosial untuk meningkatkan pemahaman dan kreatifitas serta sebagai sarana pengembangan usaha, memperluas jangkauan pemasaran hingga menaikkan angka penjualan ikan cupang. Hasil kegiatan lainnya dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah terbentuknya akun di media sosial sebagai alat pemasaran ikan cupang.

Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Hasil Perikanan di Desa Sigerongan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kreatifitas peternak ikan hias dalam memasarkan hasil perikanan melalui media sosial sebagai sarana pengembangan usaha berbasis teknologi, memperluas jangkauan pemasaran hingga menaikkan angka penjualan. Setelah peserta mendapatkan materi mengenai potensi media sosial dan strategi penjual, peserta menjadi lebih memahami bagaimana tips dan trik berjualan melalui media sosial, peserta juga menjadi lebih kreatif dalam memposting atau mengolah gambar ikan-ikan agar terlihat lebih menarik dan bagus saat di foto serta di posting pada akun media sosial mereka. Akun media sosial juga digunakan dalam menshare pengetahuan tentang cupang, kegiatan ikan cupang

dalam mengikuti kontes dan bazar ikan hias yang selalu ramai di kunjungi, jadi akun media sosial yang dimiliki akan selalu bermanfaat untuk mereka yang mencintai ikan hias terutama ikan cupang. Banyaknya kegiatan dan ilmu yang bermanfaat serta gambar-gambar ikan cupang yang menarik setiap kali memposting dan mempromosikan, pastinya akan meningkatkan daya saing usaha online dan berakibat pada meningkatnya angka penjualan saat pandemi COVID-19.



**Gambar 1.** Kegiatan Penyampaian Materi

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan membuat akun-akun di media sosial. Peserta sangat semangat mengikuti pelatihan pembuatan akun media sosial. Peserta dapat memahami proses demi proses saat pembuatan akun media sosial. Akun-akun media sosial Facebook, Instagram dan Blog, yang dibuat oleh masing-masing peserta dinilai sudah cukup baik. Hal ini disebabkan, selain aktif tampil di dunia maya, konten-konten promosi yang dibuat selalu disajikan dan dikemas dengan sangat menarik dan terus diperbaharui (update) tiap harinya.



**Gambar 2** Pelatihan Membuat Akun Media Sosial Dan Akun Media Sosial Peserta

Kegiatan terakhir sosialisasi ini adalah sesi tanya jawab dan pemberian doorprize sebagai reward bagi peserta yang aktif selama proses kegiatan berlangsung. Semua peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, hal ini terbukti dengan banyaknya peserta yang bertanya saat diskusi. peserta selalu aktif dalam setiap proses pelatihan pembuatan akun media sosial. Hasil dari sosialisasi yang telah dilakukan adalah mitra mengetahui cara memanfaatkan media sosial, mengerti strategi pemasaran online agar selalu tetap eksis berjualan ikan cupang saat pandemi COVID-19. Sedangkan dari pelatihan, mitra sudah dapat membuat akun media sosial sendiri. Dari penjabaran di atas membuktikan bahwa para peternak ikan cupang mampu meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan ketrampilan dalam mengelola akun media sosial mereka yang pada akhirnya telah menaikkan angka penjualan ikan cupang.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pemanfaatan media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kreatifitas peternak ikan hias dalam memasarkan hasil perikanan melalui media sosial sebagai sarana pengembangan usaha berbasis teknologi, memperluas jangkauan pemasaran hingga menaikkan angka penjualan. Usaha online menggunakan media sosial merupakan salah satu pilihan alternatif selama masa pandemi COVID-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, G. H. (2017). Analisis Perbandingan Tingkat Usabilitas Pada Website Belanja Online di Indonesia (Studi Kasus: Tokopedia, Buka Lapak, Shopee). *Prosiding Seminar Nasional Teknologi IV*. Samarinda
- Blythe, J. (2000). *Marketing Communications*. London: Pearson Education.
- Dewantoro, G.W. (2017). Mengenal Cupang (*Betta spp*) Ikan Hias Yang Gemar Bertarung. *Jurnal Warta Iktiologi*, 1(1), 28-32.
- Dewantoro, G.W. 2001. Fekunditas dan Produksi Larva pada Ikan Cupang (*Betta Splendens*Regan) yang Berbeda Umur dan Pakan Alaminya. *Jurnal Iktiologi Indonesia*, 1(2): 49-52.
- Dharmaputra, A & Persada, A. (2013). *Implementasi Media Sosial dan E-commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Sayur dan Peternakan* (Studi Kasus: Desa Sumberejo).
- Ekojono, E., Irawati, D., A. Safitri, H., K. Rahmanto, A., N. 2018. IPTEK Bagi Masyarakat Pembudidaya Ikan Hias Air Tawar Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Fedianty, A & Widaya. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2).
- Hendri, R., Yulinda, E., & Hazmi, A. (2019). Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Ikan Di Desa Hangtuah Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Marine Kreatif*, 1(1).

- Prasadi., O. (2019). Pemanfaatan Lahan Sempit sebagai Tempat Budidaya Ikan Cupang di Mertasinga, Cilacap. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1).
- Riese, M., Pennisi, L., & Major, A. (2010). *Using Social Media To Market Your Business*. Nebraska Lincoln.
- Kaplan, A. M & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kottelat, M. (2013). The Fishes Of The Inland Waters of Southeast Asia: A Catalogue And Core Bibliography of The Fishes Known To Occur In Freshwaters, Mangroves And Estuaries. *The Raffles Bulletin of Zoology*, (27), 1–663.
- Saputra, F., Febrina, C., D. Dini Islama. (2020). Manajemen Seleksi Induk Dalam Pembenihan Ikan Cupang Di SMK Negeri 1 Meureubo Aceh Barat Parent Selection Management In Cupang Fish Seedlingsin SMK Negeri 1 Meureubo Aceh Barat. *Jurnal Universitas Teuku Umar*, 4(2).
- Wahjudy, G A, D. (2016). *Pengaruh Perbedaan Umur Induk Betina Ikan Cupang (Betta splendens) Terhadap Tingkat Fekunditas Dan Produksi Larva*. Skripsi.
- Yustina, A & Darmawati. (2003). Daya Tetas dan Laju Pertumbuhan Larva Ikan Hias Betta splendens di Habitat Buatan. *Jurnal Natur Indonesia*, (2), 129-132.