

# PELATIHAN BRANDING DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PRODUK OLAHAN HASIL TANGKAPAN KELOMPOK NELAYAN, KOTA BENGKULU

Febzi Fiona<sup>1\*</sup>, Sugeng Susetyo<sup>2</sup>,  
Nasution<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Bengkulu

## Article history

Received : 11 Mei 2022

Revised : 18 Mei 2022

Accepted : 20 Juni 2022

## Corresponding author

Febzi Fiona

Email : Febzifiona04@gmail.com

## Abstrak

Kegiatan bisnis masyarakat baik skala besar maupun kecil saat ini sangat terbantu dengan kehadiran teknologi informasi yang berkembang dengan pesat. Penjualan produk dapat meningkat dengan adanya *digital marketing* sebagai alat bantu penjualan. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan Kelompok nelayan di kelurahan Malabero kota Bengkulu untuk: 1) Mendapatkan pengetahuan lebih dalam pengembangan produk olahan berdasarkan hasil; 2) Menghasilkan produk bersaing dan memasarkan dengan cara modern; 3) Pemahaman pelabelan dan pendaftaran PIRT (Produk Industri Rumah Tangga); 4) Memahami kemasan yang higienis dan memahami proses pengemasannya; 5) Kelompok nelayan dapat merintis usaha dengan cara profesional sehingga dapat bersaing pada pasar global. Pelatihan ini disajikan dengan metode *exploration, sharing of ideas, procedure give and take*. Hasil pelatihan adalah kelompok nelayan memahami pentingnya membuat produk higienis dengan kemasan dan merek yang menarik. Selain itu kelompok nelayan mengerti mengaplikasikan media sosial yang mereka miliki untuk media promosi dan menerapkan aplikasi pemasaran lainnya yang mendukung.

Kata Kunci: Perikanan, Kualitas SDM, Pengembangan Teknologi, Digital Marketing

## Abstract

Today's community business activities, both large and small, are greatly helped by the presence of information technology, which is growing at this time. Product sales can increase with digital marketing as a sales tool. Community service aims to provide fishers groups in the Malabero village of Bengkulu city to 1) Gain more knowledge in developing processed products based on results. 2) compete for products and market in a modern way. 3) Understanding of labeling and registration of PIRT (Home Industry Products). 4) Understand hygienic packaging and understand the packaging process. 5) Groups of fishermen can professionally start a business to compete in the global market. This training is presented with an explore method, sharing of ideas, and give and take procedures. Hasil is a group of fishermen who understand the importance of making hygienic training products with attractive packaging and brands. In addition, fishers groups understand how to apply their social media for promotional media and implement other supporting marketing applications

Keywords: Fisheries, Human Resources Quality, Technology Development, Digital Marketing

Copyright © 2022 Febzi Fiona, Sugeng Susetyo & Nasution

## PENDAHULUAN

Menurut Pratminingsih, (2021) tantangan terbesar dalam mengembangkan industri kelautan dan perikanan adalah mengembangkan bisnis kelautan dan perikanan yang terfokus pada pelaku utamanya. Penyebabnya adalah minim modal, kurang berinovasi, keterbatasan akses terhadap teknologi, pasar dan rendahnya sumber daya yang dimiliki, hal ini menjadi faktor rendahnya pencapaian program pembangunan masyarakat.

Selaras dengan pendapat Suryana & Komaladewi, (2018) pengoptimalan SDM dan SD perlu didukung dengan ketersediaan teknologi yang menunjang. Dengan pemberian pelatihan diharapkan dapat memfasilitasi upaya pembangunan perekonomian dan meningkatkan kualitas SDM, baik memperluas ilmu,

keterampilan dan sikap. Hal ini tidak bisa didapat dengan cepat melainkan pendidikan sepanjang hidup (*long life education*) (Trichayadinata, 2013).

Sejalan dengan pendapat Marchand et al., 2021 bahwa kegiatan bisnis masyarakat baik skala besar maupun kecil saat ini sangat terbantu dengan kehadiran teknologi informasi yang berkembang dengan pesat. Penjualan produk dapat meningkat dengan adanya *digital marketing* sebagai alat bantu penjualan. (Kader et al., 2018) Perkembangan *digital marketing* melalui *handphone*, web, media sosial dan perangkat lain menawarkan akses baru dalam periklanan. Teknologi informasi telah dikembangkan menjadi *new wave technology* (Pranoto et al., 2019). Kelompok nelayan yang ada di kelurahan Malabero saat ini belum optimal menggunakan media sosial sebagai promosi/berjualan. Mereka hanya memasarkan produk secara konvensional dan belum mengetahui secara menyeluruh tentang promosi online. Disamping itu, produk olahan hasil tangkapan kelompok nelayan seperti abon ikan memiliki kemasan yang terlihat kurang higienis & tidak memiliki merek.

Oleh sebab itu pentingnya pelatihan dalam mengembangkan produk hasil perikanan, cara pengemasan yang baik dan menarik, lalu memasarkan dalam rangka mengembangkan teknologi percontohan atau pengembangan kewirausahaan abon ikan di Kelurahan Malabero, Kota Bengkulu. Kelompok nelayan di kelurahan Malabero membutuhkan pendampingan dalam pengelolaan, pengembangan produk dan memasarkannya secara modern dengan menggunakan teknologi. Diharapkan nantinya kelompok nelayan mampu bersaing dan meningkatkan kesejahteraan anggota.

Berdasarkan masalah tersebut, maka tujuan pengabdian ini adalah: 1) Kelompok nelayan akan mendapatkan pengetahuan lebih dalam pengembangan produk olahan berdasarkan hasil tangkapan mereka; 2) Dapat menghasilkan produk bersaing dan memasarkan dengan cara milineal yaitu pemanfaatan teknologi dalam hal ini *digital marketing*; 3) Kelompok nelayan mengetahui pentingnya pelabelan kemasan dan pendaftaran PIRT; 4) Kelompok nelayan mengerti proses pengemasan produk yang higienis; 5) Kelompok nelayan paham cara membangun usaha profesional dan mampu bersaing di kancah global.

## **METODE PELAKSANAAN**

Langkah solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Meminta data kondisi mitra saat ini; menyampaikan materi "Mekanisme Strategi Pemasaran Digital Guna Peningkatan Penjualan Barang Dan Jasa"; Mengajak mitra untuk berdiskusi dan membuka tanya jawab mengenai kondisi usaha mereka saat ini; Menganalisis dan mengkoreksi kesalahan pada sistem usaha yang dijalani; Mengajak kelompok nelayan atau sumber daya untuk berkomitmen dan terus konsisten menjalankan rumusan baru; Menetapkan skala indikator dalam mengukur keberhasilan pelaksanaan rumusan masalah.
2. Meminta data program mitra saat ini; Menyampaikan materi "Pengenalan *Packaging* dan *Branding* sebagai Strategi Pemasaran dalam Kegiatan Usaha"; Mengajak mitra untuk berdiskusi dan membuka tanya jawab mengenai pengembangan usaha mereka saat ini; Menganalisis dan mengkoreksi kesalahan pada sistem usaha yang dijalani; Membuat indikator kualitas serta mutu produk; Mengajak kelompok nelayan atau sumber daya untuk berkomitmen dan terus konsisten menjalankan rumusan baru; Menetapkan skala indikator dalam mengukur keberhasilan pelaksanaan rumusan sistem.
3. Meminta data kelompok nelayan tentang program pendidikan, pelatihan dan pengembangan yang pernah mereka ikuti; Mengedukasi tentang pemahaman pentingnya mengemas produk dengan menarik dan memberikan merek; Memberikan pemahaman mengenai SOP pemasaran dan medesain kemasan kreatif dan unik sehingga terlihat berbeda dengan pesaing; Membuat indikator pendidikan, pelatihan dan pengembangan guna meningkatkan kualitas dan mutu; Menetapkan skala indikator keberhasilan dan mengevaluasi tiga bulan berikutnya setelah program berjalan.

Pelatihan disajikan dengan metode *exploration*, suatu metode yang mengupas satu/beberapa aspek khusus pada topik (Salmon, 2013). Lalu mempelajari, mendiskusikan, mencari alternatif dan mengevaluasi. Pengabdian ini juga menerapkan metode *sharing of ideas, procedure give and take*. Menurut Porwani, 2016, merupakan metode diskusi yang memperlihatkan pandangan mengenai peserta berpartisipasi secara keseluruhan di dalamnya.

## HASIL PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilaksanakan 1 hari pada tanggal, 30 Maret 2022. Sebelum kegiatan pengabdian ini dilaksanakan panitia sebelumnya telah melakukan perekrutan peserta dari kelompok Nelayan di Kelurahan Malabero kota Bengkulu. Pada hari pelaksanaan seluruh peserta telah hadir tepat waktu di lokasi dan terlihat kesigapan mereka duduk dengan persiapan yang sangat matang dan mematuhi protokol kesehatan. Pelaksanaan acara pengabdian dimulai pukul 08.30 WIB, namun sebelumnya diawali panitia dengan melakukan registrasi peserta. Selanjutnya pembukaan sambutan pukul 09.00-10.00 WIB, Pada sesi awal, pukul 10.00-11.30 WIB Febzi Fiona sebagai pemateri pertama menyampaikan materi dengan judul "Mekanisme Strategi Pemasaran Guna Peningkatan Penjualan Barang dan Jasa". Pukul 11.30-12.30 WIB dilanjutkan dengan *coffee break* dan Sholat. Sesi kedua pukul 12.30-14.00 WIB Nasution S.E.,M.D.M dan Sugeng Susetyo, S.E.,M.Ec sebagai pemateri selanjutnya menyampaikan materi dengan judul "Pengenalan *Packaging* dan *Branding* sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha".

Selama sesi tanya jawab berlangsung, kelompok nelayan sangat antusias menceritakan permasalahan/kendala yang mereka hadapi. Pada sesi ini terdapat 7 peserta yang bertanya misalkan, tentang bagaimana cara memasarkan produk secara milenial, cara mengurus perizinan terkait BPOM dan cara mendapatkan sertifikat mutu, cara mengelola keuangan, cara mengemas produk secara menarik, dan lainnya. Disini pemateri mencoba untuk mencari solusi dari permasalahan yang mereka hadapi. Kelompok nelayan merasa sangat terbantu dengan adanya program pelatihan yang telah diselenggarakan.



Gambar 1. Foto narasumber yang menyampaikan materi terkait



Gambar 2. Sambutan Bapak Agus Susanto, S.Sos. Lurah Malabero Kota Bengkulu



**Gambar 3. Kelompok nelayan sharing permasalahan/kendala yang dihadapi**



**Gambar 4. Foto bersama dengan sebagian kelompok nelayan dan mahasiswa yang turut membantu kegiatan**

Menurut pendapat Smith & Aaker, 2015 teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini telah mendorong orang dalam menciptakan peluang menguntungkan bagi para wirausaha dengan memanfaatkan kemajuan TI, terkhusus memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Tahap ini kelompok nelayan diberikan pemahaman mengenai pentingnya membuat produk dengan kemasan menarik dan pentingnya mencantumkan merek dagang. Pendekatan ini dilakukan dengan memberikan teori terkait. Pada tahap ini juga kelompok nelayan diberikan pemahaman mengenai kemasan yang memenuhi syarat keamanan dan manfaat melindungi produk agar tetap higienis.

Bagaimana membuat kemasan yang kreatif dan unik sehingga berbeda dengan produk pesaing. Membuat kemasan unik yang menarik secara visual (bentuk, warna, ilustrasi, merek, tata letak dan huruf) dan menarik secara fungsional (mudah untuk dibuka, mudah disimpan, melindungi produk, membuat dengan porsi yang sesuai, mudah dibawa, memudahkan konsumen dalam menghabiskannya, dapat digunakan kembali (*reusable*), serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Kelompok nelayan juga diajarkan untuk berpromosi melalui media sosial yang mereka miliki dan membimbing mereka untuk bisa menerapkan aplikasi pemasaran lainnya yang mendukung.

Setelah pemberian materi dan diskusi selesai, kelompok nelayan mengisi angket yang diberikan pemateri. Angket yang diberikan merupakan bentuk tolak ukur dan evaluasi dari kegiatan, apakah materi yang disampaikan terserap dengan baik. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pemateri dalam mengukur dan menentukan peringkat pemahaman dan pengetahuan peserta terhadap materi yang telah diberikan. Peserta dibagi menjadi tiga peringkat, yaitu: Peringkat 1: peserta sangat memahami materi dan memiliki pengetahuan lebih; Peringkat 2: peserta cukup memahami materi dan memiliki pengetahuan cukup; Peringkat 3: peserta kurang memahami materi dan memiliki pengetahuan yang kurang.

Hasil kuesioner sebagai berikut: Dari 27 peserta, Peringkat 1: 16 orang; Peringkat 2: 7 orang; Peringkat 3: 4 orang. Hasil tersebut terlihat mayoritas kelompok nelayan telah memahami materi yang telah diberikan.

1. Kelompok nelayan menjadi paham akan pentingnya pelabelan dan pendaftaran produk industri rumah tangga (PIRT).
2. Kelompok nelayan menjadi paham dan dapat mempraktikkan cara pengelolaan, pengaplikasian pemasaran digital dengan baik melalui media sosial yang mereka miliki dan dapat menggunakan aplikasi promosi lainnya yang diajarkan.
3. Kelompok nelayan memahami arti penting pengemasan yang higienis dan memahami proses pengemasannya.
4. Kelompok nelayan memahami cara membangun usaha dengan profesional dan mampu bersaing di kanca global.

Faktor lain yang mendukung keberhasilan pelaksanaan pengabdian ini ialah tersedia tempat fasilitas, kelompok nelayan antusias mengikuti kegiatan dan mereka memiliki rasa ingin tahu yang tingginya sehingga membuat disuksi berjalan sangat aktif. Kelompok nelayan dan pelaksana berkontribusi besar dalam terlaksananya pengabdian ini. Pihak panitia menyediakan wadah *sharing grup* melalui Whatsapp (WA) yang bertujuan untuk mempertahankan keberlanjutan program, wadah penyemangat dan menjalin tali silaturahmi, kekompakan peserta, *sharing* masalah dan mencari solusi yang dapat didiskusikan antar kelompok nelayan dan pendampingan.

## **KESIMPULAN**

Para kelompok nelayan Kelurahan Malabero Kota Bengkulu dalam menjalankan usahanya masih mengandalkan cara lama/alamiah dan naluri berdagangnya. Dari pelatihan yang telah dijalani terdapat peningkatan dan perkembangan cara berfikir dan pemahaman mereka terhadap pentingnya memberikan label dan mendaftarkan produk industri rumah tangga (PIRT); Kelompok nelayan menjadi paham dan dapat mempraktikkan cara pengelolaan, pengaplikasian pemasaran digital dengan baik melalui media sosial yang mereka miliki dan dapat menggunakan aplikasi promosi lainnya yang diajarkan; Kelompok nelayan memahami arti penting pengemasan yang higienis dan memahami proses pengemasannya; Kelompok nelayan memahami cara membangun usaha profesional dan mampu bersaing di kanca global. Hal ini terlihat dari antusias kelompok nelayan mengikuti pelatihan, ikut berpartisipasi aktif dalam sesi tanya jawab. Kelompok nelayan menyampaikan kendala/masalah yang mereka hadapi selama ini. Pemateri mencoba untuk mencarikan solusi permasalahan yang dikaitkan dengan materi yang disampaikan. Kelompok nelayan menyampaikan bahwa mereka sangat terbantu dengan diadakannya pelatihan ini. Disamping itu hasil kuesioner juga telah membuktikan mayoritas kelompok nelayan memahami akan materi yang disampaikan.

Sisi lain, pemahaman kelompok nelayan terhadap materi yang disampaikan masih relatif lambat. Kedepannya, Pelatihan perlu melibatkan semua pihak terkhusus yang telah/sedang menjalankan usaha yang lebih banyak sehingga dapat optimal dalam mengutarakan kendala/keluhan yang dihadapi pelaku usaha dalam memulai. Dari keluhan/kendala yang masuk secara optimal tersebut akan mempermudah pengimplementasian materi yang telah disampaikan dan mengetahui kebutuhan para warga dalam pembelajaran mengelola bisnis dengan memanfaatkan media digital yang mereka miliki atau mengimplementasikannya dengan beberapa media digital lainnya.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pemberi dana Jurusan Manajemen dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini.

## PUSTAKA

- Kader, M. A., Mulyatini, N., & Setianingsih, W. (2018). Model Pemasaran Digital Marketing FB\_Ads dan Email Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 299–305. DOI: <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1760>
- Marchand, A., Hennig-Thurau, T., & Flemming, J. (2021). Social media resources and capabilities as strategic determinants of social media performance. *International Journal of Research in Marketing*, 38(3), 549–571. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.09.011>
- Porwani, S. (2016). Kreativitas dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang. *Jurnal Adminika Volume*, 2(2). DOI: [https://www.academia.edu/27778875/kreativitas\\_dan\\_inovasi\\_wirausaha\\_terhadap\\_kualitas\\_produk\\_big\\_art\\_project\\_palembang](https://www.academia.edu/27778875/kreativitas_dan_inovasi_wirausaha_terhadap_kualitas_produk_big_art_project_palembang)
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. DOI: <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>
- Pratminingsih, S. A. (2021). The Influence Of Lifestyle, Hedonic Motivation, And Sales Promotion On Impulse Buying. *Review of International Geographical Education Online*, 11(6), 705–713. DOI: <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.06.87>
- Salmon, N. (2013). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6(2), 1–9. DOI: <https://onlinelibrary.wiley.com/toc/15213773a/1967/6/11>
- Smith, D. C., & Aaker, D. A. (2015). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. *Journal of Marketing*. DOI: <https://doi.org/10.2307/1252048>
- Suryana, Y., & Komaladewi, R. (2018). How Women Entrepreneurs Play a Role in Increasing Competitiveness of Micro Small and Medium Enterprises: A Case in West Java Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*. DOI: [http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber\\_7-s2\\_uk18-116\\_411-417.pdf](http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_7-s2_uk18-116_411-417.pdf)
- Tricahyadinata, I. (2013). Kapabilitas Inovasi Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Akuntabel*, 10(1), 1–18. DOI: <https://doi.org/10.29264/jakt.v10i1.49>

**Format Sitasi:** Fiona, F., Susetyo, S. & Nasution. (2022). Pelatihan Branding dan Digital Marketing Terhadap Produk Olahan Hasil Tangkapan Kelompok Nelayan, Kota Bengkulu. *Reswara. J. Pengabdian. Kpd. Masy.* 3(2): 684-689. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1965>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))