

Desain Kemasan dan Pemasaran Daring Produk Olahan Rumput Laut di Desa Aeng Dake, Kecamatan Bluto, Kabupaten Sumenep

Packaging Design and Marketing of Online Seaweed Products in Aeng Dake Village, Bluto District, Sumenep Regency

Annur Ahadi Abdillah^{1*)}, Eka Saputra¹⁾, Adriana Monica Sahidu¹⁾, Dwi Yuli Pujiastuti¹⁾
Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Airlangga, Kampus C Mulyorejo Surabaya
*e-mail: annur.ahadi@fpk.unair.ac.id

Abstrak

Pelatihan pemasaran secara daring diberikana kepada kelompok nelayan Karang Baru dan SMK Perikanan Nasyrul Ulum Aeng Dake meliputi tentang tentang teori konsep pemasaran, penggunaan media Web dan media sosial serta tata kelola pemasaran berbasis daring. Pengabdian masyarakat diharapkan dapat memberikan kemampuan mayarakat dalam mengemas produk menjadi kemasan yang menarik dan mayarakat dapat menggunakan pemasaran secara daring sehingga memperluas jangkauan pemasaran yaitu menjangkau area Regional maupun Nasional. Dengan adanya pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat pembudidaya rumput rumput laut di Desa Rumput Laut Kecamatan Aeng Dake. Kegiatan Pengabdian masyarakat dilakukan dengan berbagai metode yaitu pelatihan secara teori dan praktek serta pendampingan pelakanakaan pengelolaan media pemasaran daring. Kegiatan yang telah dilakanakan yaitu pelatihan teori dan praktek yang ditujukan kepada siswa siswi SMK Nasyul Ulum Aeng Dake jurusan Agribisnis Pengolahan Hasil Perikanan. Pelatihan yang diberikan berupa pengenalan berbagai macam bentuk kemasan yang menarik. Kegiatan pelatihan dilanjutkan pada praktek langsung pengemasan produk serta presentasi dari siswa siswa mengenai produk yang dikemas. Kegiatan yang ditujukan kepada kelompok nelayan Karang Baru yaitu berupa pendampingan pembuatan media pemasaran daring yaitu web dan media sosial.

Kata kunci : Rumput laut, Desain kemasan, Pemasaran daring

Abstract

Online marketing training is given to the fishermen groups of Karang Baru and Fisheries Vocational School Nasyrul Ulum Aeng Dake covering about the theory of marketing concepts, use of Web media and social media and online marketing-based governance. Community service is expected to be able to provide the ability of the community to package products into attractive packaging and the community can use marketing online so as to expand the reach of marketing, namely reaching regional and national areas. With the community service, it is expected to increase the economy of the seaweed grass cultivation community in Aeng Dake Subdistrict Seaweed Village. Community service activities are carried out by various methods, namely theoretical and practical training and assistance in online marketing media management activities. and practices aimed at students of the Nasyul Ulum Aeng Dake Vocational School of Fisheries Products Processing. The training provided was in the form of introducing various kinds of interesting packaging forms. The training activities continued on the direct practice of product packaging as well as presentations from student students regarding packaged products. The activity aimed at the Karang Baru fishermen group is in the form of assistance in making online marketing media, namely web and social media.

Keywords: Seaweed, Packaging design, online marketing

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki garis pantai terpanjang keempat setelah Rusia. Indonesia memiliki garis pantai sepanjang 95.181 kilometer, sehingga pakar dan praktisi kelautan dunia meyakini bahwa wilayah lautan dan pesisir pantai Indonesia mengandung potensi ekonomi kelautan yang besar (Rompas, 2009). Secara ekonomi dengan panjang garis pantai sepanjang itu maka akan memberikan banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat, baik itu dari segi penangkapan ikan, budidaya rumput laut ataupun dengan melakukan inovasi produk olahan-olahan hasil perairan sehingga dapat meningkatkan nilai jual hasil perairan.

Kabupaten Sumenep merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki tipe daerah pesisir dan kepulauan yang terbaik. Terbukti salah satu sentra perikanan yaitu produksi Rumput Laut terletak di beberapa wilayah Kabupaten Sumenep. Pada tahun 2007 Indonesia mampu mencapai urutan pertama sebagai produsen utama rumput laut (Neish, 2008).

Rumput Laut membutuhkan perairan yang bagus jauh dari pencemaran, sehingga adanya budidaya Rumput Laut mengindikasikan perairan kabupaten Sumenep masih dikategorikan daerah yang sangat layak untuk pengembangan

perikanan berbasis kelautan. Rumput Laut merupakan salah satu komoditas perikanan yang dikembangkan oleh Kementerian Perikanan dan Kelautan. Kabupaten Sumenep Merupakan salah satu penyumbang produksi Rumput Laut di Indonesia serta digolongkan menjadi salah satu lokasi minapolitan. Salah satu Kecamatan penghasil rumput laut adalah Desa Aeng dake Kecamatan Bluto.

Hasil produksi tahun 2016 di daerah Kabupaten Sumenep 624.026,3 Ton (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur, 2017). Rumput laut hasil budidaya dijual dalam bentuk basah sebagai raw material. Rumput laut dari petani rumput laut akan dijual ke perusahaan pengolah rumput laut melalui perantara pengepul ataupun tengkulak. Sistem penjualan rumput laut cenderung merugikan bagi petani. Harga ditentukan oleh pengepul dan pasar sehingga cenderung merugikan petani (Pratiwi, 2017) Rumput laut basah memiliki harga rendah berkisar Rp. 1000,- sampai Rp. 2000,- per Kg. Harga ini jauh lebih rendah dibandingkan jika rumput laut telah diolah menjadi berbagai macam makanan ataupun diekstrak menjadi karaginan.

Upaya mengatasi rendahnya pengetahuan dan kerampilan masyarakat mengenai aneka olahan-olahan produk hasil perikanan adalah kurangnya

informasi serta pelatihan tentang standart pengolahan yang baik dan layak untuk menunjang hasil dari olahan perikanan yang dihasilkan atau diproduksi agar lebih baik lagi. Dengan adanya usaha olahan-olahan perikanan sebagai diversifikasi produk olahan perikanan juga menjadi bagian dalam upaya peningkatan nilai jual olahan rumput laut. Sebagai contoh Menciptakan produk baru dengan berbahan dasar rumput laut dapat menjadikan Koperasi Anika Usaha memiliki daerah pemasaran yang lebih luas(Shodiq, 2016)

Usaha industri kecil atau industri rumah tangga ini yang meliputi pembuatan beberapa aneka olahan rumput laut seperti dodol rumput laut, manisan rumput laut sirup rumput laut merupakan alternatif yang dapat dikembangkan dalam meningkatkan nilai ekonomis produk tangkapan nelayan dan memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang dapat digunakan menjadi olahan makanan. Kegiatan ini sangat sesuai dan sejalan dengan budaya masyarakat petani rumput laut.

Pendampingan mengenai produksi olahan sudah dilakukan oleh Departemen Kelautan Fakultas Perikanan dan Kelautan pada pengabdian masyarakat tahun 2017. Namun Pengemasan dan pemasaran masih belum berkembang terbatas pada area sekitar produksi. Kemasan yang belum

terstandard masih terjadi sehingga tampilan produk belum menarik dan masih belum memenuhi aspek keamanan pangan. Sedangkan Konsumen menghendaki produk yang tepat mutu, tepat jumlah, tepat waktu, dan tepat harga(Suryawati, 2107).Keterbatasan produk dan sistem pemasaran mengakibatkan penjualan produk mengalami keterbatasan tergantung permintaan bahkan mengikuti musiman. Sehingga terkadang kelompok nelayan tidak memproduksi olahan rumput laut dikarenakan serapan tergantung dengan permintaan.

Pelatihan pemasaran secara daring diberikan kepada kelompok nelayan dan SMK Perikanan Nasyrul Ulum Aeng Dake meliputi tentang tentang teori konsep pemasaran, penggunaan media *websitedan* media sosial serta tata kelola pemasayaran berbasis daring. Sehingga diharapkan jangkauan pemasayaran dapat menjangakau area Regional maupun Nasional. Pelatihan dan pendampingan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan perekonomian masyarakat pembudidaya rumput rumput laut di Desa Rumput Laut Kecamatan Aeng Dake.

METODE

Penerapan IPTEK yang dipilih dalam implementasi program ini adalah dengan memberikan pelatihan pemasaran

berbasis daring olahan rumput laut sebagai usaha meningkatkan nilai tambah hasil perairan dan perekonomian pembudidaya dan meningkatkan penjualan olahan rumput laut. Pelatihan ini diawali dengan pemberian penjelasan tentang tata cara pengolahan yang baik dan bermutu, tata cara mengemas hasil olahan yang baik dan tata cara bagaimana menjual hasil olahan produksi mereka. Kemudian materi pemasaran diberikan meliputi bagaimana cara membuat sistem pemasaran daring berbasis website serta penguatan sosial media, mempromosikan produk secara daring serta pengelolaan komunikasi pemasaran daring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan desain kemasan dan pengemasan produk telah dilaksanakan kepada kedua mitra. Untuk mitra pertama yaitu SMK Nasyrul Ulum Aeng Dake, pelatihan ditujukan kepada siswa siswi dari kelas X dan XI. SMK Nasyrul Ulum Aeng Dake memiliki jurusan Agribisnis Pengolahan Hasil Perikanan. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari. Pelatihan hari pertama dimulai dengan pemberian materi tentang macam serta jenis kemasan dan pemilihan kemasan yang cocok untuk produk perikanan. Selanjutnya siswa/siswi diberikannya pelatihan dasar melakukan pengemasan terhadap produk yang

dihasilkan. Produk yang sudah dihasilkan SMK Nasyrul Ulum Aeng Dake berupa stick rumput laut, dodol rumput laut dan kerupuk rumput laut. Produk tersebut belum dikemas dan belum dilabel.

Siswa diberikan pelatihan mengemas produk menggunakan kemasan berbahan aluminium foil. Dalam pelatihan ini siswa/siswi bergantian berlatih mengemas menggunakan mesin sealer. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kemampuan siswa dalam mengemas produk dengan benar. Selama pengemasan berlangsung siswa siswi menggunakan alat pelindung seperti sarung tangan dan masker untuk menjaga sanitasi dan hygiene produk yang dihasilkan. Peserta dibagi menjadi empat kelompok. Setiap kelompok diwajibkan berlatih mengemas secara mandiri. Pada akhir materi untuk memacu kreatifitas dan antusiasme, setiap kelompok diwajibkan mengemas dan mempresentasikan hasil kemasannya pada hari kedua pelatihan. Kelompok terbaik dari hasil kemasan dan presentasi produk diberikan hadiah.

Pelatihan hari kedua dilaksanakan terdiri dari dua sesi. Sesi pertama yaitu pemaparan materi tentang pentingnya pemasaran secara daring. Selama ini pemasaran produk masih dilaksanakan secara konvensional dan terbatas di daerah sekitar SMK. Pada pemaparan ini disampaikan konsep rencana pemasaran produk dari SMK melalui media sosial dan



Gambar 1. Hasil Latihan Pengemasan



Gambar 2. Latihan Presentasi Produk

website. Pada kesempatan pemaparan, ditunjukkan laman web dengan alamat <http://www.smknasyrululum.sch.id> yang sedang dalam proses pengembangan. Laman web nantinya menjadi media pemasaran daring yang diharapkan akan menjangkau lebih luas untuk daerah pemasaran.

Sesi kedua dilakukan dalam format *roleplay* yang dilombakan. Setiap kelompok yang telah dibagi di hari sebelumnya, diberikan kesempatan lima belas menit untuk mengemas produk dan

memberikan label. Setelah produk sudah siap, perwakilan dari kelompok mempresentasikan dan berlatih mempromosikan produk di depan Juri yaitu dua orang dari Dosen Fakultas Perikanan dan Kelautan UNAIR dan satu orang dari Guru SMK Nasyrul Ulum. Hadiah diberikan kepada siswa siswi sebagai apresiasi mengikuti kegiatan pelatihan. Dari pelatihan siswa siswi merasa mendapatkan pengetahuan dan kemampuan pengemasan produk sehingga produk lebih menarik dan diterima

masyarakat. Dokumentasi Kegiatan dapat dilihat pada laman <https://www.youtube.com/watch?v=mOMEStzcU5E>

Kemasan produk rumput laut yang dihasilkan akan lebih higienis dan menambah nilai jual di pasaran. Hal ini sesuai dengan Mudra (2010) bahwa untuk keamanan produk yang dipasarkan produk harus dikemas. Kemasan dapat melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang ditujukan kepada mitra kedua yaitu Kelompok Karang Baru lebih pada pendampingan pengenalan teknik pemasaran secara daring. Kelompok Karang baru telah memiliki produk yang sudah dikemas menarik. Namun pemasaran masih menjadi kendala. Dari hasil wawancara, pemasaran masih dilakukan di sekitar kecamatan Bluto dan Kecamatan Kota Sumenep. Sehingga pembeli masih terbatas masyarakat lokal ataupun tamu dari luar kota yang kebetulan membeli produk. Untuk memperluas pemasaran dan memperkuat branding produk, maka dibuatkan laman website UD Karang baru dengan laman <http://karangbaru.com>.

Website nantinya akan berisi segala informasi mengenai kegiatan kelompok petani/nelayan, berisi produk produk yang telah dihasilkan dan siap dijual. Selain Website juga dikembangkan pemasaran melalui media sosial dengan membuat akun sosial media Instagram dan Facebook. Adapun alamat media sosial Instagram adalah @ud.karangbaru dan alamat face book : @udkarangbaru.

Media sosial nantinya akan disinkronisasi dengan laman *website* sehingga akan menambah jangkauan pemasaran produk di dunia maya yang nantinya meningkatkan penjualan produk. Hal ini sesuai dengan Rudyanto(2018) bahwa jejaring media sosial dapat dipergunakan sebagai alat pemasaran yang mampu meningkatkan niat beli konsumen. Pemasaran daring yang dikembangkan di UD karang Baru dan SMK Nasyrul ulum Aeng Dake tergolong dalam *e-commerce* yang dapat memperluas area pasar. konsep baru pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat dan para pedagang dapat menjangkau daerah pemasaran hingga keseluruhan dunia. *E-commerce* pada pemasaran sangat berpengaruh pada sistem pemasaran yang efisien(Lakutomo, 2014)

Dengan dilaksanakan pelatihan pengembangan dan praktek pengemasan produk hasil olahan rumput laut membuat produk lebih menarik dan memiliki daya simpan yang lebih lama. Produk yang

dikemas nantinya dapat dipasarkan melalui dua cara yaitu secara konvensional (*door to door*) dan titip jual di toko masyarakat) dan cara kedua melalui sosial media dan *website* yang dimiliki oleh kedua mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur. 2017. <https://dkp.jatimprov.go.id/index.php/2017/04/19/peningkatan-produksi-dan-olahan-rumput-laut-di-kabupaten-sumenep/>
- Ginanjar Sri Lakutomo. 2014. Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (Ecommerce) Dalam Jaringan Sosial Internet. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- I Wayan Mudra. 2010. Pelatihan Pembuatan Kemasan pada Kegiatan Pembinaan Kemampuan Teknologi Industri di Kota Denpasar. http://repo.isi-dps.ac.id/1077/1/Desain_Kemasan_Produk.pdf
- Ja'far Shodiq, Diah Yulisetiari, Sriono. 2016. Strategi Pemasaran Yang Sesuai Guna Memasarkan Rumput Laut Hasil Budidaya Kabupaten Sumenep. Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ) <http://repository.unej.ac.id>.
- Neish, C. 2008. Good Agronomy Practice for *Kappaphycus* and *Euchema*. monograph HB2F 1008 V3 GAP. <http://www.seaplan.net> .23/8/2008. Philipina. 74 page.
- Rudyanto. 2018. Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial Dan Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 11 No. 2 September 2018: 177-200.
- Rompas, R. M. 2009. Garis Pantai RI Terpanjang Keempat di Dunia. <http://www.goblue.or.id/garis-pantai-ri-terpanjang-keempat-di-dunia>.
- Siti Hajar Suryawati, Nurlaili, Cornelia M. Witomo dan Achmad Zamroni. 2017. Kemitraan Pemasaran Rumput Laut Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Lombok Timur Dan Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Buletin Ilmiah "MARINA" Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan* Vol. 3 No. 1 Tahun 2017: 29-38
- Putri Amir Pratiwi. 2017. Strategi Pemasaran Budidaya Rumput Laut Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Karaballo (Analisis Ekonomi Syariah). Skripsi. Sekolah tinggi agama islam negeri Pare Pare. 110 hal