

**PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI
PENJUALAN IKAN AIR TAWAR DI BUMDES KARYA MUDA PANDANAJENG
TUMPANG MALANG**

Afi Rachmat Slamet¹, Eka Farida², Fahrurrozi Rahman³

¹Universitas Islam Malang. Email: afirachmat_fe@unisma.ac.id

²Universitas Islam Malang. Email: arida@unisma.ac.id

³Universitas Islam Malang. Email: fahrurrozirahman@unisma.ac.id

ABSTRACT

BUMDes Karya Muda Pandanajeng is a village business unit that focuses on the cultivation and marketing of freshwater fish. The purpose of establishing BUMDes is to increase village potential, increase village income, and make it easier for the community to be able to consume fresh water fish to meet the nutritional needs of the community with the nutritional content present in fish. This service activity aims to add insight into Karya Muda Pandanajeng BUMDes regarding the importance of developing digital marketing to increase the promotion of fresh water fish sales. The method of implementing this community service is participatory, namely a method that is oriented towards efforts to increase the role of the community directly in the process and its implementation. This assistance is carried out through sharing digital marketing knowledge, preparing the formation of media used for digital marketing, as well as the realization of digital marketing, and monitoring implementation. The results of this service activity show that developing digital marketing at Karya Muda Pandanajeng BUMDes has a problem, namely, there is no workforce that can be given responsibility for implementing digital marketing. Therefore, the servant provides advice and understanding to the Karya Muda Pandanajeng BUMDes director to appoint members who have knowledge of social media and digital marketing, who can then develop online marketing through social media marketing.

Keywords: Digital Marketing, Freshwater Fish, BUMDes

ABSTRAK

BUMDes Karya Muda Pandanajeng merupakan unit usaha desa yang berfokus terhadap budidaya dan pemasaran ikan air tawar. Tujuan pendirian BUMDes ini untuk meningkatkan potensi desa, menambah pemasukan desa, serta mempermudah masyarakat untuk dapat mengonsumsi ikan air tawar guna mencukupi kebutuhan gizi masyarakat dengan kandungan gizi yang ada dalam ikan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menambah wawasan terhadap BUMDes Karya Muda Pandanajeng mengenai pentingnya melakukan pengembangan pemasaran secara digital demi meningkatkan promosi penjualan ikan air tawar. Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah partisipatif, yaitu metode yang berorientasi kepada upaya peningkatan peran masyarakat secara langsung dalam proses dan pelaksanaannya. Pendampingan ini dilakukan melalui sharing keilmuan pemasaran digital, persiapan pembentukan media yang digunakan untuk pemasaran secara digital, serta realisasi pemasaran secara digital, dan pemantauan pelaksanaan. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa melakukan pengembangan pemasaran secara digital di BUMDes Karya Muda Pandanajeng memiliki kendala yakni, belum adanya tenaga kerja

yang dapat diberi tanggung jawab dalam pelaksanaan pemasaran digital. Oleh karena itu, pengabdian memberikan saran serta pengertian terhadap direktur BUMDes Karya Muda Pandanajeng untuk menunjuk anggota yang memiliki pengetahuan mengenai media sosial dan pemasaran digital, yang selanjutnya dapat mengembangkan pemasaran secara online melalui sosial media marketing.

Kata Kunci: Pemasaran Digital;, Ikan Air Tawar, BUMDes

PENDAHULUAN

Pemasaran digital adalah suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi informasi yang diperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran tradisional. Jenis pemasaran digital antara lain *website, search engine marketing, social media marketing, online advertising, email marketing, dan video marketing*. Kotler & Keller (2016) menjelaskan promosi merupakan cara untuk memperkenalkan produk, membujuk, serta mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang akan dijual. Promosi penjualan memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis. Sebaik apapun kualitas produk, jika konsumen tidak mengenal produk tersebut, akan berdampak pada rasa ragu dan kurang berminat untuk membeli produk tersebut.

BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Karya Muda Pandanajeng merupakan usaha yang tergolong dalam sektor budidaya dan penjualan ikan air tawar. Kegiatan mengonsumsi ikan menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Mengonsumsi ikan merupakan kebutuhan pokok dalam membentuk kesehatan dan kecerdasan otak manusia, utamanya untuk pertumbuhan anak-anak. Ikan pada umumnya mengandung 20 persen protein yang mudah dicerna dengan komposisi asam amino esensial yang seimbang. Ikan juga mengandung omega-3 yang sangat penting bagi perkembangan jaringan otak, mencegah terjadinya penyakit jantung, stroke, dan darah tinggi. Lebih dari itu, omega-3 juga dapat mencegah terjadinya penyakit-penyakit inflamasi seperti arthritis, asma, colitis, dermatitis serta psoriasis, beberapa jenis penyakit ginjal, dan membantu penyembuhan penyakit depresi, skizofrenia serta gejala hiperaktif pada anak-anak (FAO & WHO, 1996). Manfaat ikan sangat banyak untuk kesehatan dan kebutuhan tubuh manusia.

BUMDes Karya Muda Pandanajeng merupakan unit usaha ikan air tawar yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hasil budidaya dan pengolahan ikan air tawar dijual kepada masyarakat. Akan tetapi, konsumen yang membeli ikan tawar maupun produk hasil olahan ikan hanya masyarakat sekitar yang tinggal disekitar BUMDes Karya Muda Pandanajeng. Hal ini dikarenakan BUMDes Karya Muda Pandanajeng belum memiliki media promosi secara digital dengan konten marketing yang menarik untuk mempromosikan ikan tawar dan hasil olahan ikan secara lebih luas. Dampak dari hal tersebut menjadikan penjualan ikan dan olahan ikan tawar di BUMDes Karya Muda Pandanajeng menjadi stagnan dan tidak mengalami peningkatan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di BUMDes Karya Muda Pandanajeng, maka kami berupaya membantu menyelesaikan permasalahan tersebut melalui pendampingan pemasaran digital untuk meningkatkan promosi penjualan ikan segar dan olahan ikan air tawar. Kegiatan pendampingan pemasaran digital dilakukan dengan

membuat akun media sosial instagram serta pengambilan foto produk yang diunggah melalui media sosial instagram sebagai upaya untuk memperluas media promosi secara online. Melalui program pendampingan pemasaran digital ini diharapkan dapat membantu meningkatkan omset penjualan ikan segar dan olahan ikan air tawar di BUMDes Karya Muda Pandanajeng. Kegiatan pendampingan ditekankan pada sistem pemasaran digital melalui media sosial yakni instagram. Kegiatan pengabdian ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat terutama generasi muda yang berperan aktif dalam mengelola usaha desa, terutama dibidang pemasaran produk.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan ini diawali dengan kegiatan observasi dan wawancara dengan pengelola BUMDes Karya Muda Pandanajeng untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi. Selanjutnya dilakukan kegiatan pendampingan mengenai pemasaran digital dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk dan permasalahan yang dihadapi dapat terselesaikan. Berikut adalah langkah dalam proses pendampingan secara detail:

1. Menunjuk penanggung jawab
Menunjuk penanggung jawab atas seluruh akun sosial media yang nantinya akan dibuat sangatlah penting agar pemasaran secara digital ini dapat terus berlangsung dan dimintai pertanggung jawabannya.
2. Mempersiapkan bahan dan alat
Dalam hal ini, memilih *platform* digital yang selanjutnya akan digunakan sebagai media promosi yakni instagram.
3. Mempersiapkan akun sosial media
Langkah selanjutnya yakni membuat akun sosial media yang telah dipilih. Pembuatan akun sosial media biasanya menggunakan email dan nomor telepon, baiknya perusahaan memiliki email dan nomor telepon sendiri.
4. Mempersiapkan konten yang menarik
Konten dalam hal ini dapat berupa poster, foto, video, dan lain sebagainya. Dalam tahap ini juga harus menyesuaikan konten yang sesuai dengan target pasar yang diharapkan.
5. Mengunggah konten
Pengunggahan konten harus diperhatikan kontinuitas, waktu unggah, dan *caption*, serta *tag* yang berkaitan dengan bisnis yang dipromosikan. Hal-hal tersebut sangat berpengaruh terhadap jangkauan penonton. Kontinuitas menunjukkan bahwa akun sosial media aktif dan memiliki niat berjualan tinggi. Waktu unggah biasanya menyesuaikan jam konsumen atau penonton yang banyak digunakan untuk bersantai dan bermain gadget. *Caption* dan *tag* memberikan informasi yang sesuai dan sebagai sarana konsumen mempermudah pencarian, dan lain sebagainya.
6. Evaluasi dan pemantauan secara berkala
Melakukan evaluasi setiap unggahan pada akun *social media* untuk melihat *feedback* yang diberikan oleh *viewer* dan *follower*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pelaksanaan pendampingan pemasaran digital BUMDes Karya Muda Pandanajeng, kami melakukan serangkaian kegiatan sebagai berikut:

1. *Sharing* keilmuan tentang pentingnya melakukan pemasaran secara digital bagi BUMDes Karya Muda Pandanajeng dan menunjuk penanggung jawab akun sosial media.



Gambar 1. *Sharing* Keilmuan dan Praktek Pemasaran Digital

2. Mempersiapkan bahan dan alat

Setelah melaksanakan diskusi, BUMDes Karya Muda Pandanajeng memutuskan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran digital melalui akun instagram dengan harapan dapat menguasai akun media sosial ini secara maksimal dan berkelanjutan sehingga akan memudahkan penanggung jawab untuk melakukan pemasaran produk secara optimal.



Gambar 4. Kios Bakoel Iwak dan Pengurus BUMDes Karya Muda Pandanajeng

3. Mempersiapkan akun sosial media

Dalam proses ini, sesuai kesepakatan antara tim pendampingan pemasaran digital dan pengurus unit perdagangan BUMDes Karya Muda Pandanajeng, maka akun instagram dibuat dengan nama @bakoel_iwakkk. Pemilihan nama akun tersebut disesuaikan dengan nama kios yang sudah ada dan telah melakukan penjualan produk secara offline.



Gambar 3. Akun Instagram bakoel_iwakkk

4. Mempersiapkan konten yang menarik

Konten yang dibuat memuat tentang informasi mengenai manfaat ikan, pentingnya makan ikan, promo ikan, dan lain sebagainya. Akun @bakoel_iwakkk juga memilih warna merah dan kuning sebagai tema akun untuk menimbulkan kesan energik dan penuh emosi dan untuk menarik perhatian karna warnanya yang mencolok.

5. Mengunggah konten

Pengunggahan konten diupayakan dilakukan minimal seminggu tiga kali dalam jam yang sama, pada jam 19.00 WIB sesuai dengan observasi yang dilakukan dan menunjukkan pada jam tersebut, banyak orang yang bermain *gadget* sehingga jangkauan konten yang diunggah semakin cepat.

6. Evaluasi dan pemantauan secara berkala.

Evaluasi dan pemantauan dilaksanakan dua minggu sekali dan menyesuaikan waktu jika diperlukan untuk melaksanakan kegiatan evaluasi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan pemasaran digital di BUMDes Karya Muda Pandanajeng Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital di BUMDes Karya Muda Pandanajeng berjalan sesuai dengan rencana, unit pemasaran dapat lebih mengetahui sistem pemasaran digital sehingga unit perdagangan mampu membuat konten yang menarik pada akun instagram bakoel_iwakkk.
2. Antusias anggota unit perdagangan sangat bagus, mereka sangat menerima dengan baik seluruh kegiatan pendampingan. Setelah kegiatan ini, unit perdagangan diharapkan mampu untuk manjalankan sistem pemasaran digital yang telah pengabdikan, sehingga pengabdian berharap promosi penjualan di BUMDes Karya Muda Pandanajeng semakin meningkat.

DAFTAR RUJUKAN

- Budyanto, N.E., & Mustagfirin. (2016). Aplikasi Gemar Memakan Ikan Dengan Android Untuk Menumbuhkan Minat Konsumsi Ikan di Universitas Wahid Hasyim Semarang. *Momentum*, 12 (1), 9-15.
- Farida, Eka., & Ramadhan, T.S. (2021). Pendampingan dan Pelatihan Digitalisasi Pin UMKM Di Google Maps Desa Andonosari. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2, 296-301. eISSN. 2808-8182. Penerbit: Universitas Islam Malang.
- Kotler dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 14 Jakarta: Erlangga.
- Yuliati, R., & Farida, Eka. Pelatihan Pengembangan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan pada Caffe Boat Nanga To'i di Desa Lasi Kilo Dompu NTB. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7 (1), 71-76.
- World Health Organization, International Atomic Energy Agency & Food and Agriculture Organization of the United Nations. (1996). Trace elements in human nutrition and health. World Health Organization.