

Pelatihan Pembuatan Lele Kering dan Pemasaran Daring pada Sektor Agrobisnis Perikanan di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kelurahan Bugih, Kabupaten Pamekasan)

¹Putri Noviana T, ²Masyithah Mardhatillah

Institut Agama Islam Negeri Madura

¹putrinovianatantri@gmail.com, ²masyithah.mirza@gmail.com

Abstract

This article observes training on producing dried catfish and selling them online among catfish business owners at Bugih Village, Pamekasan Regency. Catfish cultivation in the area has been running so good that it is also processed into the dried catfish. Catfish cultivation and its processed products can be highly potential goods to sell amid the community's economic difficulties due to the COVID-19 pandemic. Catfish, which has been so far known only as fish eaten with rice in a meal, can be further processed such as becoming dried fish. The dried fish can increase public interest due to its durability. Those who don't eat catfish in any common way can also be interested to taste the dried one. However, its market target is still limited to Pamekasan local area so that PKM (*Pengabdian kepada Masyarakat*) participants in the area initiated to train the catfish sellers to dry the catfish and use online selling to enlarge potential customers and selling. We use SWOT analysis to capture the community service agenda after explaining the program quite detail. It reveals that catfish businessmen in the area are interested in processing dried catfish due to easy making process and economic potential of the product. They are also enthusiast to use online marketing wishing that it can increase income and help them dealing with economic difficulties during Covid-19 pandemic.

Keywords: Dried Catfish; Online Selling; Training; Covid-19

Abstrak

Artikel ini menyoroti pelatihan pembuatan lele kering dan pemasaran daring di kalangan para pebisnis lele di Kelurahan Bugih, Kabupaten Pamekasan. Budidaya lele di Kelurahan Bugih Kabupaten Pamekasan berjalan cukup baik, bahkan ada yang sudah membuat lele kering. Budidaya lele dan olahan produknya sangatlah potensial untuk dijual di tengah kesulitan ekonomi karena pandemi Covid-19. Lele yang selama ini hanya dikenal sebagai lauk yang biasa dimakan bersama nasi dapat dikembangkan menjadi produk olahan seperti ikan kering. Lele kering berpotensi meningkatkan minat beli masyarakat karena sifatnya yang tahan lama. Mereka yang tidak mau mengonsumsi lele seperti biasa juga mungkin tertarik mencicipi lele kering. Akan tetapi, pemasaran lele kering ini masih terbatas di wilayah lokal Pamekasan saja sehingga peserta PKM daerah setempat berinisiatif mengadakan pelatihan pembuatan lele kering dan pemasarannya secara daring untuk menambah pembeli potensial dan jumlah

penjualan. Kami menggunakan analisis SWOT untuk memotret pengabdian masyarakat tersebut setelah menjelaskannya cukup detail.

Kata Kunci: Lele Kering; Penjualan Daring; Pelatihan; Covid-19

Article Info:

<https://doi.org/10.19105/pjce.v3i1.4946>

Received 30 July 2021; **Received in revised form** 11 August 2021; **Accepted** 11 August 2021

2684-9615/ ©2021 *Perdikan: Journal of Community Engagement*. This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

1. Pendahuluan

Perkembangan usaha budidaya lele di Pamekasan, khususnya di Kelurahan Bugih, terbilang cukup menjanjikan. Setiap tahunnya, permintaan lele semakin meningkat. Ini merupakan hasil nyata dari komitmen Pemerintah Kabupaten Pamekasan dalam menggalakkan budidaya lele. Pada 2015, produksi lele di Kabupaten Pamekasan meningkat hingga 85%. Saat ini, produksi lele di Kabupaten Pamekasan tercatat di angka 715,6 ton dengan kenaikan tipis dibanding tahun lalu di angka 601,5 ton. Respon masyarakat terhadap usaha dan budidaya lele juga meningkat seperti tampak dengan semakin banyaknya pembudidaya baru yang mulai merintis usaha.

Pada tahun 2015, ada 501 pembudidaya lele di seantero Kabupaten Pamekasan. Sayangnya, 90% dari pembudidaya tersebut masih menerapkan sistem budidaya tradisional. Pemasaran juga masih dibatasi di wilayah lokal Pamekasan dan hanya sedikit yang dipasarkan hingga ke kabupaten terdekat (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pamekasan, 2016).

Dalam konteks yang lebih umum, sektor perikanan adalah salah satu pendukung perekonomian. Pengembangan sektor budidaya ikan menjadi salah satu program unggulan Kementerian Kelautan dan Perikanan. Karenanya, sejak 10 tahun terakhir, pemerintah memiliki kontrak kerja produksi dengan kabupaten atau kota yang memiliki potensi budidaya. Salah satunya yang berkomitmen dalam kontrak tersebut ialah Kabupaten Pamekasan. Dengan bersinergi dalam pengembangan budidaya, Kabupaten Pamekasan mengacu pada penyediaan, peningkatan dan pemberdayaan produk-produk budidaya.

Ironisnya, sebagian besar pembudidaya lele di Kelurahan Bugih justru mengeluh karena hasil panen yang tidak maksimal sehingga keuntungan yang didapat tidak sebanding dengan tenaga yang dikeluarkan dan modal yang diinvestasikan. Kendala utamanya adalah kurangnya wawasan dan keterampilan dalam pengolahan lele, utamanya dalam memaksimalkan hasil produksi.

Di sisi lain, semakin meningkat dan banyaknya pembudidaya lele juga mempersengit persaingan merebut pasar. Karena itu, dibutuhkan inovasi-inovasi baru dalam mengolah lele melalui berbagai ide usaha, seperti halnya pengolahan lele menjadi lele kering yang sangat potensial untuk mengembangkan UMKM atau membuka lapangan kerja.

Lebih jauh, pengolahan lele tidak hanya dapat memberi manfaat finansial, tetapi juga kesehatan. Lele mengandung protein tinggi dan asam amino esensial yang diperlukan oleh tubuh, Di samping itu, nilai biologisnya mencapai 90% dengan sedikit jaringan pengikat sehingga mudah dicerna dan menjadi bahan pangan karena cita rasanya mudah diterima semua kalangan masyarakat (Patra & Sabani, 2017).

Sementara itu, ikan kering merupakan olahan makanan dari daging ikan yang diawetkan dengan menambahkan banyak garam agar tidak membusuk dalam waktu singkat, tahan lama dan dapat disimpan di suhu kamar sampai berbulan-bulan. Ada beberapa varian ikan yang sudah biasa dijadikan bahan dasar ikan kering, namun pengolahan lele kering relatif belum banyak--untuk tidak mengatakan belum ada--ditemukan.

Seperti halnya varian ikan lain, pengolahan menjadi lele kering ini merupakan salah satu cara memperpanjang daya simpan lele, mempertahankan kualitas ikan dan menambah nilai ekonomisnya sehingga meningkatkan harga jual ikan. Pengolahan lele kering terbilang menjanjikan dan cocok diterapkan dalam bentuk UMKM demi mempertahankan perekonomian di era pandemi saat ini. Harganya yang terjangkau dan rasa yang relatif cocok dengan selera masyarakat adalah kelebihan utamanya.

2. Metode

Kegiatan dalam rangkaian KPM-MDR 2021 IAIN Madura ini dilaksanakan di Kelurahan Bugih, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan yang dimulai pada Rabu, 9 Juni 2021 hingga 17 Juli 2021. Waktu pelaksanaan kegiatan adalah di siang hari pada jam 08.00–12.00 WIB. KPM-MDR membidik berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, yakni pendidikan, keagamaan, sosial dan ekonomi.

Artikel ini fokus pada program di bidang ekonomi yang mulai dilaksanakan pada 9 hingga 13 Juli 2021. Kegiatan ini dilakukan secara tatap muka dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yakni menjaga jarak, memakai masker, dan memakai *hand-sanitizer*.

Karena pelaksanaannya yang berbarengan dengan PPKM sehingga cukup sulit menyelenggarakan program secara mandiri, program ini pada awalnya 'diikutkan' pada rutinitas yang sudah berlangsung lama di Kelurahan Bugih, yakni forum dasawisma warga. Forum tersebut dihadiri sekitar 40-an ibu-ibu dari Kelurahan Bugih dan sekitarnya. Adapun fasilitator serta pemateri dalam program ini adalah 7 (tujuh) peserta KPM MDR yang merupakan warga Bugih sendiri.

Berikut adalah *rundown* pelaksanaan kegiatan selama empat hari tersebut:

Tabel 1. Program Kerja KPM-MDR dalam Bidang Ekonomi

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	Tujuan dan Sasaran
1.	Jumat, 9 Juli 2021	Sosialisasi Teknik Pengolahan Lele Menjadi Lele Kering Tahap 1	<p><i>Tujuan:</i> Mengedukasi dan memotivasi masyarakat tentang cara menambah nilai ekonomis dalam bahan baku lele dengan mengolahnya menjadi lele kering.</p> <p><i>Sasaran:</i> Masyarakat sekitar, khususnya pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering.</p>
2.	Sabtu, 10 Juli 2021	Sosialisasi Teknik Pengolahan Lele Menjadi Lele Kering Tahap 2	<p><i>Tujuan:</i> Mengedukasi dan memotivasi masyarakat tentang cara menambah nilai ekonomis dalam bahan baku lele dengan mengolahnya menjadi lele kering.</p> <p><i>Sasaran:</i> Masyarakat sekitar, khususnya pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering.</p>
3.	Minggu, 11 Juli 2021	Sosialisasi Teknik Pemasaran Daring Tahap 1	<p><i>Tujuan:</i> Mengedukasi dan memberi pemahaman serta pengetahuan perihal cara pemasaran produk secara daring dengan menggunakan media sosial seperti <i>WhatsApp</i>, <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i> kepada masyarakat terutama kepada pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering.</p> <p><i>Sasaran:</i> Masyarakat sekitar, khususnya pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering.</p>
4.	Senin, 12 Juli 2021	Sosialisasi Teknik Pemasaran Daring Tahap 2	<p><i>Tujuan:</i> Mengedukasi dan memberi pemahaman serta pengetahuan perihal cara pemasaran produk secara daring dengan menggunakan</p>

			media sosial seperti <i>WhatsApp</i> , <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i> kepada masyarakat terutama kepada pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering. Sasaran: Masyarakat sekitar, khususnya pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering.
5.	Selasa, 13 Juli 2021	Sosialisasi Teknik Pemasaran Daring via <i>Marketplace</i> (<i>Shopee</i>)	<i>Tujuan:</i> Mengedukasi dan memberi pemahaman serta pengetahuan tentang cara menggunakan <i>marketplace Shopee</i> sebagai aplikasi pemasaran produk secara daring <i>Sasaran:</i> Masyarakat sekitar, khususnya pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering.

Proses pelaksanaan program ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi di kelurahan Bugih serta arahan dari Dosen Pembimbing Lapangan. Sebelum pelaksanaan, peserta KPM juga mengurus perizinan kepada pihak terkait. Selain itu, pelaksanaan program kerja ini juga menggunakan beberapa alat dan perangkat. Untuk pembuatan lele kering, perangkat yang dibutuhkan di antaranya adalah ember, timbangan, tong, pin penjemur, plastik penjemur, keranjang, serta tempat penjemuran. Sementara itu, alat yang dibutuhkan untuk sosialisasi perihal teknik pemasaran daring adalah *handphone*, *charger*, stop kontak, buku/kertas dan bolpoint.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program ini di antaranya adalah sosialisasi yang diikuti dengan simulasi berupa praktik atau pelatihan pembuatan lele kering dan praktik instalasi serta penggunaan beberapa *platform* media sosial dan *e-Commerce*. Diharapkan, kegiatan ini dapat menginspirasi masyarakat untuk menggali ide-ide lain dalam mengolah lele serta melebarkan sayap pemasaran produknya pada jalur daring.

Program ini terlaksana dengan baik sesuai dengan rencana serta tujuan awal. Meskipun terdapat beberapa rintangan saat pelaksanaan sosialisasi karena kuota internet tiba-tiba habis, secara umum acara berjalan lancar.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Paparan Kondisi Desa

Desa merupakan kesatuan masyarakat hukum dengan batas wilayah dan kewenangan mengatur serta mengurus kepentingan masyarakat setempat (Republik Indonesia, 2014). Sementara itu, kelurahan adalah wilayah administratif di Indonesia di bawah kecamatan. Kelurahan merupakan wilayah kerja lurah sebagai perangkat daerah kabupaten atau kota. Pengertian di atas memberikan gambaran perbedaan antara desa dan kelurahan (Kaja, 2019).

Bugih merupakan salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kelurahan Bugih merupakan salah satu wilayah yang cukup luas dan padat dengan jumlah penduduk kurang lebih 14.630 jiwa. Jumlah tersebut terdiri dari 14.630 keluarga dengan jumlah anak-anak sebanyak 2.214 jiwa, remaja sebanyak 2.540 jiwa, dewasa 5.657 jiwa dan tua atau lansia sebanyak 4.219 jiwa. Adapun luas wilayahnya adalah 310.304 m² ("Bugih, Pamekasan," 2020).

Di Kelurahan Bugih, terdapat sedikitnya 3 kultur, yakni kultur perkotaan, kultur pedesaan dan kultur setengah desa dan setengah kota. Namun demikian secara umum, tradisi gotong royong tetap terlaksana dengan baik di Kelurahan Bugih.

Adapun beberapa titik yang termasuk daerah Bugih ialah Jalan Dirgahayu, Jalan Pintu Gerbang dan sebagian Jalan Basar. Beberapa wilayah dari Kelurahan Bugih merupakan lokasi berbagai pusat pemerintahan di Kabupaten Pamekasan, seperti Kantor Bupati Pamekasan, Pendopo Ronggosukowati dan Taman Aspirasi Rakyat.

Selain itu, *Campor* merupakan makanan khas Bugih dengan beberapa variannya seperti *Campor Tolang*, *Campor Kikil* dan *Campor Kokot*. Titik kuliner yang cukup terkenal di daerah Bugih adalah sepanjang Jalan Dirgahayu di mana pada malam hari, terdapat banyak makanan khas Madura seperti sate Madura.

Di Jalan Dirgahayu jugalah, terdapat beberapa titik budidaya lele. Dua di antaranya adalah milik Bapak Gunawan Rasma dan Ibu Ju. Pusat budidaya pertama terdapat di Jl. Dirgahayu Gang IX yang sudah cukup lama beroperasi. Pak Gunawan membudidayakan bibit lele kemudian menjual lele yang sudah siap kepada para pelanggannya. Selain itu, ia juga mengolah produk lele berupa dengdeng lele serta membangun semacam kafe budidaya alam di lokasi usahanya. Adapun lokasi kedua, milik Ibu Ju, belum sebesar usaha Bapak Gunawan karena memang baru muncul belakangan.

b. Kuliah Pengabdian Masyarakat di Tengah Pandemi Covid-19

Mahasiswa diartikan sebagai individu yang menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi baik negeri, swasta atau lembaga lain yang setingkat

dengan perguruan tinggi (Siswoyo, 2007). Mereka adalah tumpuan harapan bangsa dan negara untuk mewujudkan masa depan yang lebih baik. Dalam konteks ini, KPM (Kuliah Pengabdian Masyarakat) merupakan salah satu program kampus yang wajib diikuti mahasiswa.

Melalui KPM, mahasiswa dapat terjun langsung dan berhadapan dengan masyarakat untuk mengetahui kondisi di lapangan sekaligus memberi dampak positif dan peran yang nyata. KPM memfasilitasi mahasiswa untuk menuangkan semua yang mereka dapat dari bangku perkuliahan dalam berbagai bidang disiplin ilmu pengetahuan dari teori-teori ke dunia nyata.

Dewasa ini, salah satu permasalahan yang berdampak pada nyaris seluruh lapisan masyarakat di dunia adalah pandemi COVID-19. Akibat pandemi ini, semua kegiatan masyarakat dibatasi termasuk dalam sektor ekonomi. Hal ini cukup meresahkan masyarakat sebab pendapatan mereka menurun drastis. Ini dialami para pelaku UMKM, karyawan, penjaga toko dan sebagainya. Apalagi belakangan, pemerintah memberlakukan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang menyebabkan berbagai kegiatan masyarakat terhambat, makin ketat hingga dibatasi, tak terkecuali kegiatan yang dilakukan UMKM budidaya lele ini di Kelurahan Bugih.

Lain dari itu, protokol kesehatan untuk menekan angka penyebaran Covid-19 yang mengharuskan masyarakat menjaga jarak dan berdiam di rumah mau tak mau berdampak pada daya beli masyarakat. Mereka membatasi interaksi di luar rumah termasuk dalam berbelanja kebutuhan-kebutuhan dasar. Salah satu akibatnya adalah angka penjualan lele yang menurun tajam, sementara pemasaran hanya dilakukan secara luring.

Karena itu, muncul inisiatif untuk menggalakkan pemasaran lele dan produk olahannya ke jalur daring sehingga distribusi produk tetap stabil bahkan meningkat meski masyarakat membatasi ruang gerak dan interaksinya. Lain dari itu, produk olahan lele yang lebih tahan lama, awet, dan ramah untuk semua selera dapat menambah nilai ekonomi lele sehingga tidak hanya disajikan sebagai lauk dalam sajian makan besar.

Di sisi lain, situasi pandemi COVID-19 memberi tantangan bagi pemerintah untuk menjaga eksistensi UMKM. Artinya, diperlukan solusi dan langkah strategis dari pemerintah untuk membantu UMKM dan para pekerja yang tergabung di dalamnya. Adapun beberapa alternatif solusi yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kepatuhan akan protokol kesehatan dalam menjalankan aktivitas ekonomi UMKM dengan cara membolehkan masyarakat tetap beraktivitas dengan mengenakan masker dan mematuhi prokes lain.
 - 2) Penundaan pembayaran hutang atau kredit untuk menjaga likuiditas keuangan UMKM
 - 3) Pemberian bantuan keuangan bagi UMKM dan kebijakan struktural.
- Agar berbagai kebijakan ini tepat sasaran dan sesuai harapan,

diperlukan pengawasan dan kerjasama dari pelaku UMKM dengan instansi yang berwenang. Pemerintah dapat melibatkan aparat sipil atau pembina keamanan dan ketertiban masyarakat (Babinkamtibmas/Polisi) dalam pengawasan implementasi protokol kesehatan bagi UMKM yang diizinkan menjalankan aktivitasnya (Pakpahan, 2020).

c. Fokus dan Pelaksanaan Program

Pemilihan tema dan sasaran dalam kegiatan KPM-MDR ini bertujuan agar program serupa dapat ditindaklanjuti pada program kerja KPM di tahun-tahun mendatang atau program pengabdian masyarakat lain. Skema keberlanjutan ini kurang lebih dapat memastikan efektivitas dan efisiensi program.

Lebih jauh, ia dianggap penting karena pada hakikatnya, untuk menjaga kesinambungan dan keberdayaan masyarakat, diperlukan pendampingan berkelanjutan. Lain dari itu, program kerja yang penulis laksanakan di Kelurahan Bugih, Kecamatan Pamekasan ini sudah melewati berbagai pertimbangan berdasarkan kondisi, situasi dan potensi yang ada di Bugih pada saat masa pandemi ini.

Fungsi keterlibatan mitra, yakni para pembudidaya lele yang telah berkomitmen untuk terus mengembangkan unit usaha mandiri, adalah memastikan terus berdayanya UMKM budidaya lele di daerah Dirgahayu, Bugih, Pamekasan. Ini tidak hanya dapat mendatangkan keuntungan ekonomi untuk masing-masing pemilik UMKM, tetapi juga menambah satu lagi ciri khas dan keunggulan daerah Dirgahayu sebagai salah satu sentra UMKM dengan spesifikasi budidaya lele.

Adapun sasaran dan tujuan dari kegiatan program kerja KPM-MDR ini adalah sebagai berikut:

Memotivasi masyarakat Kelurahan Bugih untuk berwirausaha dan menciptakan produk-produk baru dengan sumber bahan baku yang tersedia, seperti mengolah lele menjadi olahan kering.

- 1) Meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kreativitas tentang pemanfaatan bahan baku yang tersedia dengan meningkatkan nilai ekonomisnya.
- 2) Mengurangi pengangguran dan menyerap tenaga kerja baru, khususnya di daerah Bugih.
- 3) Memfasilitasi terjadinya alih teknologi, yakni teknik pemasaran daring melalui media sosial dan atau *e-commerce* yang sangat potensial memperluas pemasaran terlebih dalam situasi pandemi.
- 4) Menopang dan meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat Bugih Pamekasan.

Sementara itu, dua materi yang disampaikan dalam program ini adalah sebagai berikut;

1) Sosialisasi Pengolahan Lele Kering

Dalam materi ini, dijelaskan proses pengolahan lele kering dan manfaatnya kepada masyarakat. Tujuannya adalah agar masyarakat lebih produktif selama pandemi dan mau mengembangkan ide usaha, termasuk memanfaatkan lele sebagai olahan pangan agar dapat menopang perekonomian di masa pandemi.

Pembicara dalam acara tersebut menjelaskan bahwa dalam proses pengolahan, ada beberapa aspek yang penting yaitu alat dan bahan baku. Alat atau perangkat yang digunakan ialah ember, timbangan, tong, pin penjemur, plastik penjemur, keranjang, dan tempat penjemuran. Adapun bahan bakunya adalah lele segar yang belum dimasak atau diolah dan berukuran besar. Tak hanya itu, pembicara juga melakukan praktik atau simulasi pengolahan lele menjadi lele kering dari tahap awal hingga sebelum sebelum proses penjemuran dan penggorengan.

Proses pengolahan lele kering dimulai dengan menguliti kulit lele lalu mengiris dagingnya setipis mungkin. Setelah itu, dilakukan metode penggaraman basah, yaitu penggaraman lele dengan larutan garam jenuh dengan kadar garam 30% dari berat lele sebagai media perendamannya. Selain garam, ditambahkan juga bumbu untuk melezatkan rasa yang terdiri dari bawang merah, bawang putih, dan merica. Ini terjadi selama 12-24 jam dan biasa dilakukan pada malam hari sehingga penjemuran dapat dilakukan pada pagi harinya.

Lele kemudian akan dijemur hingga kering selama 1.5 hari kemudian digoreng dengan api sedang. Adapun standar kadar air pada ikan yang dikeringkan yaitu berkadar air paling tinggi 25% (Standar Industri Indonesia). Namun pada praktiknya, kadar air pada ikan yang dikeringkan seringkali melebihi 25%. Kemudian, setelah lele kering, dilakukan pengemasan untuk selanjutnya dipasarkan. Di akhir acara, peserta yang datang berkesempatan mencicipi lele kering yang sudah dibungkus dalam kemasan menarik dan siap dipasarkan.

2) Sosialisasi Cara Pemasaran Daring

Dalam menyampaikan materi ini, dijelaskan kelebihan dan kekurangan berbagai aplikasi, *platform* media sosial dan e-Commerce yang populer di masyarakat seperti *WhatsApp*, *Facebook* dan *Instagram*.

WhatsApp, misalnya, dijelaskan sebagai aplikasi pengiriman pesan, gambar, suara dan bahkan video yang *compatible* dipakai untuk *smartphone*. Aplikasi ini bisa beroperasi dengan sambungan internet baik dari paket data, *wi-fi*, maupun sambungan lain. (Gani, Lolytasari, & Wardah, 2020). *WhatsApp* yang diperkenalkan dalam sosialisasi ini adalah varian *WhatsApp Business* mengingat target atau peserta sosialisasi adalah pelaku usaha lele dan atau lele kering di Kelurahan Bugih.

WhatsApp Business adalah aplikasi yang digunakan para pemilik usaha. Pada aplikasi ini, pengusaha dapat menampilkan produk berikut

spesifikasi, deskripsi dan harganya, melakukan sortir serta menjawab pesan secara cepat. Aplikasi tersebut juga memiliki fitur-fitur yang mendukung penjualan daring, seperti katalog yang memudahkan para (calon) pembeli melihat dan memilih-memilih jenis produk yang akan diambil.

Aplikasi lain yang tak kalah populer adalah *Facebook*. *Facebook* merupakan salah satu situs jejaring sosial yang sudah cukup dikenal karena sudah lama malang-melintang di dunia maya. Ia bahkan menjadi sosial media yang terbesar untuk saat ini karena hampir semua pengguna internet mengetahui atau bahkan memiliki akun *Facebook* (Mangkulo, 2010).

Facebook juga potensial menjadi media untuk pemasaran daring dengan cara mengunggah (upload) produk dan menjelaskan spesifikasi dan deskripsinya secara detail. Penggunaan bahasa *marketing* yang sopan dan penawaran yang baik serta menarik adalah cara lain untuk menarik minat konsumen.

Selanjutnya adalah aplikasi *Instagram* yang umum digunakan untuk memotret dan mengolah foto agar terkesan estetik kemudian menyebarkannya melalui postingan atau *history* yang akan lenyap dalam 24 jam. Dalam aplikasi *Instagram* ini, komunitas bisa saling berbagi foto antara satu anggota dengan anggota lain dari seluruh dunia (Enterprise, 2012). *Instagram* juga menyediakan fitur belanja *online* disertai katalog dan cara pemesanan. Dengan menggunakan *Instagram*, seorang pebisnis dapat memfoto produknya dan menampilkannya sebagus mungkin agar memiliki daya jangkau (calon) konsumen semakin luas.

Aplikasi yang terakhir ialah ruang khusus untuk berjualan secara daring atau *online shopping*, yakni *Shopee*. *Shopee* merupakan aplikasi yang sudah tidak asing lagi dikenal apalagi bagi masyarakat yang sering berbelanja *online*. *Shopee* adalah aplikasi *market place online* yang memfasilitas transaksi jual beli yang efektif dan efisien serta aman. Produknya beragam mulai dari produk *fashion* sampai kebutuhan sehari-hari. Aplikasi ini hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunadalam melakukan transaksi belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat computer (Zulaikha, 2020).

Shopee menawarkan fitur-fitur yang mendukung transaksi daring yang dapat dioperasikan dengan mudah. Beberapa di antaranya adalah membuat profil toko, menampilkan produk dengan berbagai atribut dan deskripsi, menggelar percakapan (*chat*) antara penjual dan pembeli, menawar harga yang diberi penjual, hingga melakukan retur atau pengembalian jika produk yang dibeli tidak sesuai dengan deskripsi dan atau keinginan konsumen. Lebih dari itu, *Shopee* juga menyediakan alur pembayaran yang aman dan transparan.

Pemateri menjelaskan materi tersebut di atas sambil lalu menunjukkan teknik operasi masing-masing *platform* mulai dari porses instalasi hingga

langkah-langkah selanjutnya. Tanya-jawab antar pemateri dan peserta juga berlangsung bebas dan terbuka selama penyampaian materi sehingga diharapkan setelah sosialisasi, peserta dapat mempraktikkannya langsung di rumah dan mulai beralih pada pemasaran daring tanpa meninggalkan pemasaran dan promosi jalur luring.

d. Analisis SWOT

Dari awal rangkaian kegiatan KPM, dilakukan analisis hasil kegiatan program kerja yang telah dilaksanakan secara rutin. Analisis dilakukan berdasarkan hasil *pretest* dan *post test* dengan tingkat analisis SWOT yaitu *Strength, Weakness, Opportunity and Threat*. Tujuannya adalah untuk mengetahui perkembangan dan trend perubahan sebelum dan setelah program (sosialisasi) dan hal-hal yang perlu dievaluasi, dikembangkan, atau dipertahankan.

a. Pretest

Pertama-tama, dilakukan *pretest* atau uji awal dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada masyarakat sekitar dan pelaku UMKM budidaya lele dan lele kering. Pertanyaan pertama bertujuan mengetahui seberapa jauh pelaku UMKM budidaya lele dan lele kering mengenal dan menggunakan berbagai *platform* media sosial dan *e-commerce*. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Penggunaan Media Sosial dan *E-Commerce* di Kalangan Pemilik UMKM Budidaya Lele dan Lele Kering di Kelurahan Bugih Pamekasan

No	Aplikasi	Jumlah Pengguna	Presentase Pemanfaatan
1.	<i>WhatsApp</i>	5	20%
2.	<i>Facebook</i>	3	15%
3.	<i>Instagram</i>	3	15%
4.	<i>Shopee</i>	1	10%
5.	<i>Tokopedia</i>	1	10%
6.	Tidak Tahu	7	30%
	Jumlah	20	100%

Tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa pelaku UMKM yang sudah terbiasa menggunakan sosial media dan *e-Commerce*. Hanya saja, sebagian besar dari mereka belum mengetahui bagaimana memanfaatkannya untuk keperluan pemasaran daring. Hanya sedikit saja yang mengetahui caranya dan benar-benar menggunakannya untuk kepentingan pemasaran budidaya lele dan atau lele kering yang dimiliki.

Selanjutnya, pertanyaan kedua menyorot minat masyarakat terhadap lele utuh dan olahannya dalam bentuk lele kering. Responden untuk pertanyaan kedua ini terdiri dari masyarakat Bugih secara umum. Hasilnya adalah sebagai berikut analisisnya:

Tabel 3. Minat Masyarakat Kelurahan Bugih Pamekasan terhadap Lele dan Berbagai Olahannya

Jenis Produk	Presentase Minat
Lele Utuh	20%
Lele Utuh Berbumbu	15%
Lele Kering	30%
Lele Kering Berbumbu	35%
Jumlah	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa masyarakat Bugih lebih meminati lele kering dibanding lele utuh. Ini bisa jadi dipengaruhi berbagai faktor, semisal aroma lele utuh yang sedikit khas dan kurang disukai sebagian kalangan, varian masakan lele utuh yang cenderung monoton, tidak tahan lama, hingga bagian-bagian yang tidak bisa dikonsumsi seperti kepala dan tulang. Sebaliknya, lele kering relatif lebih bisa diterima semua selera dengan bentuk yang praktis, mudah, dan tahan lama sebagai *stock* lauk dalam menu makan besar (*meal*).

b. Post Test

Post test dilakukan setelah pelaksanaan sosialisasi dua materi kepada pemilik UMKM budidaya lele dan lele kering dengan daftar pertanyaan yang sama seperti *pre test*. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Penggunaan Media Sosial dan *E-Commerce* di Kalangan Pemilik UMKM Budidaya Lele dan Lele Kering di Kelurahan Bugih Pamekasan

No	Aplikasi	Jumlah Pengguna	Presentase Pemanfaatan
1.	<i>WhatsApp</i>	7	30%
2.	<i>Facebook</i>	4	10%
3.	<i>Instagram</i>	4	20%
4.	<i>Shopee</i>	7	40%
5.	Tidak Tahu	0	0%
	Jumlah	25	100%

Tabel 4 di atas menunjukkan terjadinya perubahan cukup signifikan setelah sosialisasi. Beberapa pengusaha UMKM budidaya lele dan lele kering mulai menggunakan media daring untuk memasarkan produknya. Dua *platform* yang paling banyak dipilih adalah *WhatsApp* dan *Shopee*. Dua aplikasi tersebut terbilang populer dan mudah digunakan termasuk bagi pengguna baru.

Pertanyaan kedua dalam *post test* adalah minat masyarakat terhadap olahan lele kering dan lele utuh serta minat para pelaku UMKM budidaya lele untuk mengolah bahan baku lele menjadi olahan lain sebagai usaha. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Minat Masyarakat terhadap Lele Utuh dan Olahan Lele Kering serta Minat Pemilik UMKM Lele untuk Membuat Olahan Lele

Ikan	Presentase Minat
Lele Utuh	10%
Lele Utuh Berbumbu	20%
Lele Kering	30%
Lele Kering Berbumbu	40%
Jumlah	100%

Tabel tersebut menunjukkan bahwa minat pelaku UMKM untuk mengolah lele menjadi bahan olahan pangan lain sebagai ide usaha sangatlah tinggi. Sosialisasi yang dilakukan tampak berhasil memberi pengaruh dan menunjukkan bahwa proses pengolahan bahan baku menjadi lele kering sangatlah mudah, sederhana, dan praktis namun memiliki prospek pasar yang besar. Ini bisa menjadi salah satu alternatif dalam meningkatkan dan mempertahankan kesejahteraan perekonomian masyarakat di tengah pandemi COVID 19.

Dari hasil *pre-test* dan *post-test* di atas, analisis SWOT-nya adalah sebagai berikut;

SWOT	Analisis
<i>Strength</i> (Kekuatan)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pemasaran daring dapat memperluas jangkauan (calon) pembeli dan potensial untuk tetap bertahan di era pandemi yang dibatasi PPKM; 2) Proses pengolahan tidak rumit; 3) Harga produk relatif terjangkau; 4) Kualitas produk yang bagus dan tahan lama; 5) Mutu <i>output</i> produk mampu bersaing; 6) Ketersediaan tenaga kerja dan bahan baku terampil dalam mengolah lele.
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mahalnya kuota internet; 2) Beberapa fitur dalam platform media sosial dan e-Commerce yang tidak sederhana; 3) Banyaknya pesaing yang sama-sama melakukan berinovasi dalam pengolahan lele; 4) Biaya pengadaan alat produksi yang mahal.

<i>Opportunity</i> (Peluang)	<ol style="list-style-type: none">1) Sosial media tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana marketing daring;2) Adanya basis pelanggan yang telah dimiliki para pelaku UMKM;3) Ketersediaan sarana pendukung;4) Harga jual yang relatif tinggi;5) Permintaan pasar yang cenderung meningkat seiring dengan semakin populer dan terfasilitasinya <i>online shopping</i>
<i>Threat</i> (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none">1) Kondisi iklim yang menyulitkan proses menjemur ikan pada saat musim hujan;2) Persaingan usaha yang terbilang tinggi;3) Maraknya <i>cyber crime</i> (kejahatan online) seperti peretasan akun penjual hingga penipuan.

4. Kesimpulan

Masyarakat Kecamatan Bugih memiliki antusiasme tinggi dalam memproduksi berbagai produk olahan dari bahan baku yang ada di sekitar mereka. Sebelum sosialisasi lele kering ini, misalnya, sudah ada produk dengdeng lele yang diinisiasi dan dikembangkan oleh beberapa pembudidaya lele. Kondisi pandemi yang disusul dengan PPKM sementara pemasaran produk hanya mengandalkan jalur luring meniscayakan pelebaran promosi dan pemasaran secara daring dengan berbagai *platform* media sosial dan *e-Commerce*. Beberapa temuan di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat Bugih sudah cukup matang untuk mengembangkan ide-ide bisnis baru, tetapi fasilitasi, bantuan, dan *support* dari pihak luar, termasuk peserta KPM-MDR, tetap sangat berguna, utamanya dalam menambal kekurangan-kekurangan yang ada seperti dalam aspek pemasaran serta pengemasan produk.

Selebihnya, masyarakat Kelurahan Bugih, utamanya para pemilik UMKM, dipandang perlu melakukan sinergi, kerjasama dan kolaborasi untuk mengembangkan bisnis masing-masing yang nantinya akan berefek langsung pada kesejahteraan masyarakat. Program-program pemerintah yang terkait dengan pengembangan UMKM harus dipastikan tepat sasaran dan tidak asal terlaksana.

Daftar Pustaka

Bugih, Pamekasan. (2020). Dalam *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. Diambil dari

- https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Bugih,_Pamekasan,_Pamekasan&oldid=16680839
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pamekasan. (2016, Januari 29). Laporan Hasil Pelaksanaan Kegiatan Bidang Budidaya Perikanan Tahun 2015. Diambil 31 Juli 2021, dari Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pamekasan website: <https://perikanan.pamekasankab.go.id/689.html>
- Enterprise, J. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreative*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Gani, T. A., Lolytasari, & Wardah, M. W. (2020). *Budaya Literasi di Era Covid-19*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Kaja, D. P. (2019, Januari 30). Perbedaan Desa dan Kelurahan. Diambil 1 Agustus 2021, dari <https://www.danginpurikaja.denpasarkota.go.id/artikel/read/6592>
- Mangkulo, H. A. (2010). *Facebook for School*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Patra, I. ketut, & Sabani, N. (2017). Pola Pembinaan UMKM Usaha Pengolahan Ikan Kering di Kelurahan Ponjalae Tapong Kecamatan Wara Kota Palopo. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 14–18. <https://doi.org/10.35906/je001.v6i1.165>
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa*. , (2014).
- Siswoyo. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Zulaikha. (2020). *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Unitomo Press.