

PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN KAMPUNG NELAYAN BAHARI

Wan Suryani¹, Retnawati Siregar², Dahrul Siregar³

^{1,3}Program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area

²Program Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area

email:wansuryani77@yahoo.com

Abstrak

Kelurahan Belawan Bahari, Kecamatan Medan belawan Kotamadya Medan Provinsi Sumatera Utara merupakan desa penghasil ikan asin. 7,6 % penduduk nya berprofesi sebagai nelayan dan 29,2 % ibu-ibu nya berprofesi sebagai pembuat ikan asin. Masalah yang dihadapi mitra adalah : 1) Sistem penjualan mitra masih menggunakan cara konvensional, menunggu calon pembeli datang, rata-rata calon pembeli ini merupakan pengepul yang nantinya akan dijual kembali. 2) Kelompok masyarakat belum mengenal pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk ikan asin. 3) Masyarakat minim ilmu pengetahuan dalam penggunaan media *digital marketing*. 4) *Packaging* produk ikan asin saat ini masih menggunakan plastik kresek (warna hitam). 5) Kelompok masyarakat belum mengetahui manajemen usaha dalam mengembangkan sebuah bisnis. Pentingnya PKM ini dilaksanakan dengan memanfaatkan *packaging* yang ramah lingkungan serta memanfaatkan *digital marketing* sebagai sarana pemasaran dan penjualan. Diharapkan melalui digital marketing ini menjadikan kelurahan Belawan Bahari ini sebagai *branding* desa penghasil ikan asin di kota medan. Tujuan PKM ini ; 1) membantu masyarakat kelurahan Belawan Bahari dalam menciptakan produk ikan hasil yang berkualitas (Higyenies)' 2; Menciptakan *packaging* yang ramah lingkungan untuk pembungkus makanan hal penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam memasarkan produk ikan asin. 2) membantu masyarakat dalam pengolahan ikan asin yang benar sehingga menghasilkan ikan asin dengan kualitas yang baik. 3) Membranding kelurahan Belawan Bahari sebagai desa penghasil ikan asin di kota medan.

Kata kunci: Digital marketing, Packaging, Branding, Manajemen Usaha

Abstract

Belawan Bahari Village, Medan Belawan District, Medan Municipality, North Sumatra Province is a salted fish producing village. 7.6% of the population work as fishermen and 29.2% of the mothers work as salted fish makers. The problems faced by partners are: 1) The partner sales system still uses conventional methods, waiting for prospective buyers to come, on average these prospective buyers are collectors who will later be resold. 2) Community groups are not familiar with the use of digital technology in marketing salted fish products. 3) The community lacks knowledge in using digital marketing media. 4) Packaging for salted fish products currently still uses plastic bags (black). 5) Community groups do not know business management in developing a business. The importance of this PKM is carried out by utilizing environmentally friendly packaging and utilizing digital marketing as a means of marketing and sales. It is hoped that through this digital marketing, the Belawan Bahari sub-district will become the branding for salted fish-producing villages in the city of Medan. The purpose of this PKM; 1) assisting the Belawan Bahari sub-district community in creating quality fish products (Hygienies)' 2; Creating environmentally friendly packaging for food packaging in terms of the use and utilization of digital media in marketing salted fish products. 2) assisting the community in the correct processing of salted fish so as to produce good quality salted fish. 3) Branding the Belawan Bahari sub-district as a salted fish-producing village in the city of Medan.

Keywords: Digital marketing, Packaging, Branding, Business Management

PENDAHULUAN

Kelurahan Belawan Bahari adalah kelurahan yang tergolong miskin di kecamatan Medan Belawan dimana di kelurahan ini terdapat 13 lingkungan. Secara Geografis kelurahan Belawan Bahari, di sisi bagian utara berbatasan dengan kelurahan Belawan II dan kelurahan Bagan Deli, disisi bagian selatan berbatasan dengan Sei Deli, disisi bagian timur berbatasan dengan Sei Deli dan bagian barat berbatasan dengan kelurahan Labuhan Deli dan Kelurahan Belawan Sicanang. Jumlah kepala

keluarga di kelurahan Belawan Bahari ini sebanyak 2.775 kepala keluarga dengan klasifikasi sebagai berikut :

Tabel 1. Kategori usia dan jenis kelamin penduduk

No	Umur	Perempuan
1.	Diatas 17 Tahun	3.938 Orang

Klasifikasi data penduduk menurut jenis pekerjaan di Kelurahan Belawan Bahari sebagai berikut :

Tabel 2. Kategori Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Tidak/belum bekerja	5.551	59,5
2	Ibu rumah tangga	2.778	29,2
3	Pensiunan	14	0,1
4	Pegawi Negeri Sipil	57	0,6
5	Pedagang	53	0,5
6	Nelayan	728	7,6
7	Buruh harian lepas	307	3,2
	Total	9488	100

Mengacu pada data diatas maka dapat disimpulkan bahwa kelurahan Belawan Bahari mayoritas penduduk nya tidak memiliki pekerjaan sebesar 59,5 %, mengurus rumah tangga sebesar 29,2 % dan berprofesi sebagai nelayan sebesar 7,6%. Ini menjadi suatu fenomena yang sungguh sangat memprihatinkan. Potensi SDA (Sumber Daya Alam) yang dimiliki oleh Kelurahan Belawan Bahari melalui hasil laut nya tergolong begitu potensial, sayangnya tidak maksimal dimanfaatkan oleh masyarakat di kelurahan tersebut. Kelompok masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan, kelompok ibu rumah tangga dan nelayan ini menjadi fokus perhatian pengabdian kepada masyarakat dalam kesempatan ini. Ketiga kelompok ini merupakan kelompok masyarakat yang masih tergolong miskin.

Beberapa referensi menyebutkan bahwa nelayan merupakan kelompok masyarakat yang tergolong memiliki kemampuan finansial dibawah rata-rata dan tergolong miskin (Fitriyah & Ansori, 2022; Kertati et al., n.d; Kusnadi, 2002). Bahkan apabila dibandingkan dengan kelompok masyarakat lain disektor pertanian, nelayan (terutama buruh nelayan dan nelayan tradisional) dapat digolongkan sebagai lapisan social yang paling miskin, walaupun tidak dapat dikatakan semua nelayan itu miskin. Untuk itu biasanya ibu-ibu rumah tangga bertahan hidup dengan cara menjadi buruh pembuatan ikan asin.

Dilihat dari situasi lapangan, para nelayan (suami) dan ibu-ibu kelompok masyarakat (istri nelayan) ini sangat antusias ingin belajar memahami bagaimana mereka bisa lebih maju dan mengembangkan usaha ikan asin mereka bukan hanya sekedar berjualan dirumah dan menunggu pembeli datang. Mekanisme proses penjualan hanya sebatas menjual dengan menunggu orang yang datang membeli untuk dijual kembali dengan harga yang bervariasi sesuai dengan jenis ikannya tanpa mengetahui bagaimana memaksimalkan penggunaan teknologi (online marketing).

Kelompok masyarakat ini belum memahami bagaimana mengolah ikan asin ini dilihat dari tingkat kualitasnya (Hygenies) sehingga ikan asin yang dihasilkanpun kurang bisa untuk dijual dipasar yang lebih besar seperti marketplace. Permasalahan lainnya yaitu minimnya pengetahuan mengenai trend penjualan yang diminati oleh konsumen saat ini. Trend ini disebut digital marketing, dimana para penjual sudah memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk-produk yang akan dijual. Packaging produk ikan asin ini pun masih tergolong sederhana, belum memakai packaging yang ramah lingkungan serta branding kelurahan belawan bahari menjadi "IKON" penghasil ikan asin di kota medan.

Berdasarkan hal tersebut, kami perlu melakukan pendampingan kelompok masyarakat di kelurahan Belawan Bahari ini dalam hal pengolahan ikan asin yang berkualitas yang dikemas dalam kemasan yang menarik dan ramah lingkungan serta membantu kelompok masyarakat dalam melakukan pemasaran yang menggunakan teknologi digital dalam memasarkan produk ikan asin tersebut. Tidak hanya itu minimnya pengetahuan kelompok masyarakat Kelurahan Belawan Bahari tentang bagaimana manajemen dalam mengembangkan usaha dan mendistribusikan produk ikan asin

mereka. Masyarakat hanya focus dalam memproduksi tanpa mengerti bagaimana meningkatkan level bisnis.

Kelompok masyarakat di kelurahan Belawan Bahari yang memiliki potensi untuk di kembangkan ini memiliki antusias untuk belajar dengan tujuan memperbaiki perekonomian keluarga, dan ketersediaan ikan yang banyak karena Kelurahan Belawan Bahari ini memang menggantungkan hidupnya dari Sumber Daya Alam yang ada di laut.



Gambar 1 : Sekilas Profil Kelurahan Belawan Bahari

Situasi dimana kelompok masyarakat Kelurahan Belawan Bahari dalam memproses ikan asin, dari mulai ikan datang kemudian dibersihkan sampai pada saat ikan asin dimasa penjemuran

METODE

Pelaksanaan kegiatan :

1. Pendampingan dalam memberikan pemahaman tentang kemasan yang ramah lingkungan. Metode pendekatan yang dilakukan adalah mendatangkan narasumber terkait kemasan ramah lingkungan dan memberikan sosialisasi terkait pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan sebagai tanggung jawab sosial ibu-ibu kampung nelayan Bahari sebagai pedagang. Target dari kegiatan ini adalah kemasan ikan asin menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.
2. pelatihan manajemen usaha dan laporan keuangan. Metode pendekatan yang dilakukan adalah dengan mendatangkan narasumber dengan memberikan pelatihan terkait manajemen usaha dan bagaimana menyusun laporan keuangan. Target dari kegiatan ini adalah ibu-ibu penjual ikan asin sudah bisa membuat laporan keuangan dan bisa memisahkan keuangan usaha dengan keuangan rumah.
3. Pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk ikan asin dengan menggunakan digital marketing. Metode pendekatan yang dilakukan adalah pengenalan media sosial sebagai sarana yang bisa digunakan ibu-ibu penjual ikan asin sebagai media promosi dan pelatihan pembuatan konten sebagai media promosi. Target dari kegiatan ini adalah ibu-ibu penjual ikan asin dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan mampu membuat konten menarik untuk promosi di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

1. Pendampingan dalam memberikan pemahaman tentang kemasan yang ramah lingkungan. Pada pelatihan ini narasumbernya adalah Dr. Wan Suryani, SE, M.Si yang pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga sebagai ketua. Narasumber menjelaskan pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan sebagai wujud dari tanggung jawab sosial kita terhadap lingkungan selaku kita sebagai pelaku usaha. Kemasan (*packaging*) merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk. Kemasan mempunyai peranan yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk itu sendiri yang ramah lingkungan. Nilai jual ini meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah dari kemasan yang menarik serta ramah lingkungan. Sedangkan citra produk terkait dengan gambaran produk dalam benak konsumen akan semakin baik apabila produk itu dikemas secara baik, dengan kata lain produk dapat memberi kesan baik bagi konsumen. Narasumber

menjelaskan kepada ibu-ibu penjual ikan asin bahwa kemasan yang selama ini digunakan (kantong plastik) dapat merusak lingkungan dan berbahaya juga bagi kesehatan. Untuk itu tim mengajukan alternatif kemasan pada mitra tentang ukuran, desain dan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan.

2. Kegiatan pertama di hari Rabu, tanggal 10 Mei 2023 : Pendampingan dalam memberikan pemahaman tentang kemasan yang ramah lingkungan pada 15 peserta kelompok ibu-ibu penjual ikan asin di kelurahan Belawan Bahari. Metode pendekatan yang dilakukan adalah mendatangkan narasumber terkait kemasan ramah lingkungan dan memberikan sosialisasi terkait pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan sebagai tanggung jawab sosial ibu-ibu kampung nelayan Bahari sebagai pedagang. Target dari kegiatan ini adalah kemasan ikan asin menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.



Gambar 2. Foto Bersama dan Sosialisasi

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diselenggarakan oleh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan sesuai dengan waktu dan tempat yang sudah direncanakan dan disetujui oleh LPM Universitas Medan Area. Harapan yang ingin dicapai adalah adanya link and match antara dunia pendidikan dan dunia usaha khususnya dengan UMKM penjual ikan asin di lingkungan Belawan Bahari. Materi yang disampaikan terkait penggunaan kemasan yang ramah lingkungan, diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran bagi ibu-ibu penjual ikan asin di lingkungan VI kelurahan Belawan Bahari dalam membantu menjaga lingkungan sekitar terutama mengurangi limbah yang menjadi persoalan selama ini.

SARAN

Diharapkan untuk kegiatan selanjutnya dapat memberikan pelatihan penggunaan kemasan kemasan dan contoh-contoh yang ramah lingkungan untuk produk ikan asin kepada masyarakat ibu-ibu penjual ikan asin di lingkungan VI Kelurahan Bahari Belawan. Tidak cukup sekedar memberikan sosialisasi dan pelatihan saja, namun harus ada pendampingan secara berkala dan dibentuk kelompok kelompok kecil yang terdiri dari beberapa orang ibu penjual ikan asin. Pengelompokan ini mempermudah kita sebagai pendamping mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ketua Yayasan H. Agus Salim yang telah memberikan support financial untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang kami laksanakan ini. Terima kasih juga kami ucapkan kepada Bapak Lurah Belawan Bahari, Bapak Kepling lingkungan VI Kelurahan Belawan Bahari yang sudah banyak membantu kami dan menerima kehadiran kami dengan sambutan yang sangat baik. Terima kasih juga kami ucapkan kepada ibu-ibu penjual ikan asin lingkungan VI Kelurahan Bahari yang sudah luar biasa menerima kehadiran kami dan semangat untuk belajar dan berdiskusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyah, R. D., & Ansori, T. (2022). Diversifikasi Pengelolaan Hasil Tangkap Nelayan Dusun Kaligung Pasuruan sebagai Upaya Ketahanan Ekonomi Keluarga Pesisir. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 425–442.
- Kertati, I., Darmanto, S., & Tumangkar, T. (n.d.). MODEL AKSI PEREMPUAN KEPALA KELUARGA KONSTALASI PASCA MEREDUPNYA COVID-19.
- Kusnadi, (2002), Akar Kemiskinan Nelayan LKIS,.Yogyakarta
- Kusnadi, (2003), Polemik Kemiskinan Nelayan. Pondok Edukasi dan Pokja Pembaharuan. Yogyakarta.
- Kusnadi, (2008). Keberdayaan Nelayan dan Dinamika Ekonomi Pesisir. Jember Moeleong,