



## **Pelatihan digital marketing UKM ikan asin di Desa Wisata Pela, Kabupaten Kutai Kartanegara**

**Heldina Pristanti** , **Siti Nurhasanah, Raudah Ahmad, Rakhel Lia**  
Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

 [heldinapristanti@polnes.ac.id](mailto:heldinapristanti@polnes.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.6197>

### **Abstrak**

Salah satu usaha yang saat ini mulai berkembang di Desa Pela adalah ikan asin. Namun demikian, pendapatan masyarakat Desa Pela dari hasil usaha tersebut sangat rendah. Salah satu faktor penyebabnya adalah minimnya promosi yang dilakukan untuk memasarkan produknya di pasaran. Berdasarkan permasalahan tersebut, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melatih masyarakat Desa Pela dalam memasarkan produk ikan asin melalui *digital marketing*. Tim pelaksana PkM memfasilitasi komputer bagi masyarakat yang tidak memiliki komputer pribadi. PkM ini dilaksanakan melalui metode penyuluhan dan *workshop*. Hasil PkM menunjukkan bahwa mitra berhasil membuat *layout* untuk promosi penjualan produk secara digital dan diunggah pada *marketplace* dan media sosial. Melalui media promosi yang tersedia, diharapkan dapat menambah omset penjualan dari mitra PkM.

**Kata Kunci:** Pemasaran digital; UKM ikan asin; Pokdarwis; Pelatihan

## ***Digital marketing training for salted fish SMEs in Pela Tourism Village, Kutai Kartanegara Regency***

### **Abstract**

*One of the businesses that is currently starting to develop in Pela Village is the salted fish business. However, the income of the Pela Village community is very low. One of the contributing factors is the lack of promotions carried out to promote their products in the market. Based on these problems, this community service aims to train the Pela Village community in marketing salted fish products through digital marketing. The PkM team facilitates computers for people who do not have personal computers. This program is carried out through counseling and workshop methods. The results show that partners have succeeded in creating layouts for their product sales promotions digitally and posted on marketplaces and social media. Through the available promotion media, it is hoped that they can increase the sales.*

**Keywords:** *Digital marketing; Salted fish SMEs; Pokdarwis; Training*

## **1. Pendahuluan**

Kalimantan Timur merupakan provinsi yang terdiri dari tujuh kabupaten dan tiga kota, yaitu Kabupaten Paser, Kabupaten Kutai Barat, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kabupaten Kutai Timur, Kabupaten Berau, Kabupaten Panajam Paser Utara, Kota Samarinda, Kota Balikpapan, Kota Bontang dan Kabupaten Mahakam Ulu. terdapat tujuh kabupaten dan tiga kota di Kalimantan Timur, Kabupaten Kutai Kartanegara yang mempunyai penduduk miskin terbanyak di antara kabupaten dan kota yang ada di

Kalimantan Timur. Sejak tahun 2015 sampai dengan 2017 jumlah penduduk miskin berturut-turut mencapai 56.99 ribu, 55.82 ribu dan 56.57 ribu.

Kabupaten Kutai Kartanegara memiliki potensi perikanan di perairan danau. Di wilayah Kutai Kartanegara, terdapat danau dengan luas sekitar 29.000 ha dan satu diantaranya adalah Danau Semayang yang merupakan danau terbesar dengan luas 13.000 ha. Keberadaan Danau Semayang setidaknya menopang kehidupan 8.920 rumah tangga perikanan perairan umum yang bermukim di kawasan danau tersebut. Desa Pela merupakan satu di antara desa yang masyarakatnya sangat tergantung dengan keberadaan perairan Danau Semayang terutama untuk pemenuhan kebutuhan hidup.

Masyarakat yang tinggal di sekitar Danau Semayang pada umumnya memiliki mata pencaharian di bidang perikanan baik sebagai nelayan, pembudidaya ikan, pengolah hasil perikanan, pedagang ikan dan sebagainya. Meskipun masyarakat perikanan sesungguhnya memegang peranan penting, namun kenyataan menunjukkan bahwa mereka belum secara efektif terjangkau oleh sarana pembinaan yang memadai. Pendapatan masyarakat perikanan umumnya rendah, bahkan sebagian berada di bawah garis kemiskinan.

Penghasilan yang fluktuatif dari musim ke musim menuntut kemampuan pengaturan ekonomi rumah tangga yang lebih baik. Padahal periode kesulitan ekonomi pada musim paceklik merupakan kondisi yang sering dialami oleh masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan setiap tahunnya. Dengan demikian rumah tangga nelayan harus mampu mengatasi dan mencari alternatif usaha agar dapat bertahan hidup. Salah satu usaha yang saat ini mulai berkembang di Desa Pela adalah usaha ikan asin. Menurut Haqiqiansyah dalam Usaha Alternatif Nelayan Di Kawasan Danau Semayang Kecamatan Kota Bangun, Kabupaten Kutai Kartanegara dengan cara pengolahan ikan asin sebagaimana dapat dilihat pada [Gambar 1](#) mempunyai nilai R/C sebesar 1.61 yang menunjukkan bahwa budidaya usaha pengolahan ikan asin menguntungkan karena berada pada posisi nilai R/C lebih besar dari 1.



**Gambar 1. Sentra ikan asin di Desa Pela**

Produksi ikan asin di Desa Pela sudah mencapai 600kg per minggu dari 3 sentra ikan asin yang ada yaitu usaha Rifky, Lidia, dan Haji Siyah. Namun demikian, sistem pemasaran produk ikan asin di Desa Pela masih belum optimal dikarenakan belum ada usaha untuk membuat promosi produk, baik cetak maupun digital untuk meningkatkan penjualannya. Berdasarkan permasalahan tersebut, mereka memerlukan keterampilan di bidang pemasaran terutama pemasaran secara digital dan juga fasilitas komputer bagi yang tidak mempunyai komputer pribadi.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini diharapkan menjadi suatu upaya alih pengetahuan kepada masyarakat. Target yang diharapkan adalah khalayak sasaran dapat mengaplikasikan pemasaran secara digital dari produk ikan asin. Serta peningkatan keberdayaan mitra di bidang pemasaran dengan target capaian yaitu 100% khalayak sasaran dapat mengaplikasikan pemasaran digital untuk produk ikan asin.

## 2. Metode

Persoalan dari mitra ikan asin membutuhkan pendekatan-pendekatan yang sederhana, efisien dan mudah diterima oleh masyarakat secara umum. Adapun metode pendekatan yang akan dilakukan berupa:

- a. Ceramah dan Penyuluhan  
Metode ceramah digunakan untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya pemasaran bagi penjualan produk terutama pemasaran secara digital.
- b. Workshop/Pelatihan  
Workshop dilakukan dengan cara praktik langsung pembuatan digital marketing seperti pembuatan blog usaha, Instagram, terhubung dengan toko online seperti Tokopedia serta penggunaan aplikasi canva untuk iklan bergambar.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Sosialisasi pelaksanaan pengabdian

Kegiatan ini dilakukan untuk mensosialisasikan kepada masyarakat setempat terkait program kegiatan masyarakat seperti pelatihan digital marketing dan penyerahan papan informasi digital ([Gambar 2](#)). Serta dilakukan juga *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mendapatkan masukan-masukan yang diperlukan untuk pelaksanaan pengabdian. *Output* dari kegiatan berupa kesediaan dari mitra untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan baik dari sisi waktu dan tenaga. Output yang dihasilkan berupa surat persetujuan mitra.



Gambar 2. Sosialisasi pelaksanaan pengabdian

### 3.2. Pelatihan digital marketing

Secara umum program pelatihan dilakukan secara bertahap yang terdiri dari beberapa tahap. Tahap pertama terdiri dari 1) *product knowledge*, dan 2) perencanaan yang terdiri

dari membuat akun surel, data kecenderungan penjualan, calon target dan data kompetitor. Tahap kedua terdiri dari pelatihan 1) iklan bergambar, 2) *copy writing*, 3) *article post*, dan 4) *backlink*. Sedangkan pada tahap ketiga dilakukan pelatihan tentang 1) media sosial, 2) *marketplace*, dan 3) *landing page*. Kegiatan pelatihan digital marketing yang dilakukan oleh tim pengabdian dapat dilihat pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Pelatihan digital marketing

### 3.4. Pembuatan papan informasi digital

Kegiatan ini dilakukan untuk membuat papan informasi digital ([Gambar 4](#)). Terkait dengan bahan kebutuhan mesin adalah monitor layer sentuh dan casing untuk penempatan layer sentuh. Setelah papan informasi digital telah siap digunakan, tim melakukan penyerahan kepada mitra yang bisa digunakan selanjutnya baik oleh UKM ikan asin maupun civitas Desa Pela lainnya seperti pokdarwis. Secara umum program pelatihan penggunaan papan informasi digital ini bertujuan untuk memberi pengenalan, pemahaman dan cara mengoperasikan papan informasi digital.



Gambar 4. Pembuatan papan informasi digital

### 3.5. Evaluasi kegiatan

Tahapan ini dilakukan untuk mengevaluasi pelaksanaan pengabdian yang sudah dilaksanakan sehingga dapat dijadikan sebagai perbaikan untuk kegiatan selanjutnya. Setelah dilakukan serangkaian proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat Pelatihan Digital Marketing Desa Wisata Pela, Kecamatan Kota Bangun, Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur, maka keluaran yang dicapai adalah:

- a. Para pelaku UKM Ikan Asin Rifki, Lidiya dan Haji Siyah dan Pokdarwis B3 berhasil membuat layout atau tampilan untuk promosi penjualan produk mereka secara digital dan diposting di marketplace dan sosial media.

- b. Dengan promosi yang sudah mereka lakukan melalui sosial media dan marketplace diharapkan dapat menambah penjualan dari UKM Ikan asin dan Pokdarwis B3.
- c. Para pelaku UKM dan Pokdarwis juga merasa sangat terbantu dengan adanya papan promosi yang membantu mereka dalam mempromosikan penjualannya terutama sekali bagi mereka yang tidak mempunyai komputer atau laptop pribadi

## 4. Kesimpulan

---

Setelah dilakukan Pelatihan Digital Marketing para pelaku UKM Ikan Asin dan Pokdarwis B3 mendapatkan beberapa manfaat diantaranya mengenai promosi melalui media sosial dan *marketplace*. Selain itu, keberadaan papan informasi digital dapat membantu mitra dalam mengakses dan mempromosikan produk, yang pada akhirnya nantinya dapat meningkatkan pendapatan mereka.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---