

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN PEMASARAN BENUR UDANG VANNAMEI PADA MASYARAKAT NELAYAN DESA BATU PUTIH

Roslindah Daeng Siang^{1*}, Andi Irwan Nur², Halili³, Muhammad Ramli⁴,
Andi Besse Patadjai⁵, Desy Sriwulan⁶, dan Ryan Budiyanto⁷

^{1,6}Jurusan Agrobisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo, Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

^{2,3}Jurusan Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo, Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

⁴Jurusan Ilmu Kelautan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo, Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

⁵Jurusan Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo, Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

⁷Mahasiswa Prodi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo, Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

Email: roslindahdgsiang@uho.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Diajukan: 7-01-2025

Diterima: 15-01-2025

Diterbitkan: 28-02-2025

Keyword:

digital marketing;
Fishermen; Social media;
Minitech backyard;
Vannamei

Kata Kunci:

Digital marketing; Nelayan;
Media sosial; Minitech
backyard, Vannamei

Abstract

The development of a minute backyard in the Vannamei shrimp fishing community should be accompanied by the development of marketing strategies, including digital marketing. This community service activity aims to increase digital marketing knowledge in the Vannamei shrimp fry fishing community in Batu Putih Village, East Kolono District, South Konawe Regency. The implementation of this community service activity uses a lecture method related to digital marketing strategy material and demonstrations of the use of social media in promoting processed products. The training activities showed increased knowledge and skills of the Batu Putih Village fishing community, East Kolono District, South Konawe Regency, in the digital marketing of vannamei shrimp fry products.

Abstrak

Pembinaan minitech backyard pada masyarakat nelayan udang vannamei, sebaiknya diiringi dengan pembinaan strategi pemasaran di antaranya digital marketing. Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan digital marketing pada masyarakat nelayan benur udang vannamei di Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Timur Kabupaten Konawe Selatan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan metode ceramah terkait materi strategi digital marketing dan demonstrasi penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk hasil olahan. Dari hasil kegiatan pelatihan yang dilakukan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat nelayan Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Timur Kabupaten Konawe Selatan dalam pemasaran digital dari produk benur udang vannamei.

PENDAHULUAN

Udang vannamei (*Litopenaeus vannamei*) adalah salah satu primadona komoditas perikanan yang sangat populer dan memiliki nilai ekonomis tinggi dalam perdagangan internasional. Permintaan udang vannamei yang semakin tinggi menjadi daya tarik nelayan yang sebelumnya berbudidaya udang windu beralih menjadi udang vannamei (Prawitasari dan Rafiqie, 2022). Pada umumnya, udang memiliki toleransi yang tinggi terhadap kualitas perairan sehingga mudah dibudidayakan. Menurut Yunarty et al. (2022), udang vannamei memiliki keunggulan tahan terhadap penyakit, sehingga produktivitasnya tinggi, menjadi pertimbangan bagi masyarakat di pesisir untuk beralih membudidayakan udang ini. Sa'adah dan Milah (2019) melaporkan hasil panen vannamei sangat menguntungkan karena permintaan pasar yang terus bertumbuh.

Udang vannamei memiliki kandungan protein yang tinggi dan harga yang terjangkau, sehingga masih menjadi pilihan favorit untuk konsumsi masyarakat secara umum dalam pemenuhan kebutuhan gizi dan kesehatan (Mangampa dan Suwoyo, 2010). Meningkatnya konsumsi udang vannamei di masa depan, akan berdampak pada peningkatan permintaan dan industri budidaya udang vannamei. Perkembangan industri budidaya vannamei atau udang putih, secara signifikan berpotensi untuk mendorong pertumbuhan industri pembibitan benur, baik dalam skala hatchery ataupun skala mini backyard. Proses pembibitan ini menjadi sumber pendapatan tambahan yang vital, dan dengan dukungan dari pemerintah melalui pelatihan dan fasilitasi akses ke pasar nasional maupun global, sehingga masyarakat nelayan akan mampu mengembangkan usaha pembibitan benur udang ini (Khatimah, 2019). Usaha ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan mereka tetapi juga berkontribusi pada ketahanan pangan lokal. Pembibitan skala kecil benur udang vannamei ini dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan permintaan terhadap bahan baku petani tambak dari berbagai daerah.

Pemerintah Kabupaten Konawe Selatan, telah bekerja sama dengan PT. Benur TOP De Heus sejak 2020 dan membangun hatchery udang vannamei di tahun yang sama. Perusahaan mengambil langkah aktif dalam membina masyarakat untuk mengembangkan mini hatchery di pekarangan rumah. Namun, upaya ini perlu diimbangi dengan pembinaan strategi pemasaran, salah satunya melalui pelatihan digital marketing untuk memperluas pangsa pasar (Juanita et al., 2024). Menurut Hariyanti dan Wirapraja (2018), digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif dan efisien, tidak hanya dalam meningkatkan visibilitas tetapi juga dalam menggenjot volume penjualan secara signifikan.

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat saat ini berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global. Dampak yang paling nyata adalah selain dikenal juga dapat meningkatkan volume penjualan dan profit. Dalam pemasaran udang vannamei yang dilakukan masih secara tradisional, setidaknya ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam mengalirkan udang vannamei dari petambak ke konsumen. Lembaga ini adalah petambak, tengkulak, pengecer, pedagang pengumpul, dan pedagang besar. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, semakin banyak biaya pemasaran yang dikeluarkan sehingga semakin tidak efektif. Oleh karena itu, untuk memutus tali rantai pemasaran dan meningkatkan pangsa pasar, maka solusi yang bisa ditawarkan adalah pengenalan strategi pemasaran digital atau *digital marketing*.

Masih rendahnya keterampilan dan pengetahuan digital marketing masyarakat nelayan pembudidaya udang vannamei serta kurangnya inovasi pasar untuk peningkatan pangsa pasar benur udang vannamei, maka tim dosen dari Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Halu Oleo melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat, dengan khalayak sasaran adalah masyarakat nelayan pembudidaya vannamei di Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Timur Kabupaten Konawe Selatan. Kegiatan ini bertujuan untuk mensosialisasikan dan meningkatkan ketrampilan digital marketing masyarakat pembudidaya udang vannamei dalam memasarkan benur udang vannamei. Diharapkan kelompok usaha yang sudah terlatih ini dapat menjadi contoh dan dapat membagi pengetahuan dan pengalamannya memasarkan produk secara digital kepada masyarakat pesisir lainnya.

METODE PELAKSANAAN

Teknis Pelaksanaan

Teknis pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi 3 (tiga) tahap, yaitu :

1. Observasi

Survey dan pengumpulan informasi masyarakat nelayan pembudidaya udang vannamei di Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Timur Kabupaten Konawe Selatan

2. Persiapan Alat, Bahan dan Peserta Pelatihan

Tahap ini merupakan tahap yang mempersiapkan alat dan bahan yang akan digunakan dalam kegiatan, serta sarana dan prasarana pendukung kegiatan seperti laptop, infokus, spanduk, dll, serta persiapan. Pada tahapan ini juga dilakukan koordinasi dengan pemerintah setempat terkait tempat dan jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan.

3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

- a) Kegiatan PKM ini berupa ceramah singkat atau sosialisasi strategi digital marketing dalam memasarkan produk hasil budidaya vannamei yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga.
- b) Demonstrasi dan pemutaran video iklan sebagai contoh dalam memasarkan produk dengan media sosial.
- c) Menjelaskan cara membuat iklan dalam memasarkan produk dengan menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter, Snackvideo, Youtube).
- d) Diskusi interaktif terkait materi yang sudah disampaikan, peserta diberikan kebebasan untuk menanyakan semua hal terkait bisnis produk perikanan dari segi aspek teknisnya maupun bisnis pemasarannya.
- e) Praktek membuat contoh pemasaran produk melalui media sosial menggunakan akun media sosial masing masing.

Keterangan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diselenggarakan secara berkolaborasi dengan Dosen-dosen dari Universitas Halu Oleo lintas bidang keilmuan, untuk memberikan pelatihan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai tema yang dibutuhkan masyarakat setempat. Manfaat yang didapat dari Tim Pengabdian Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan UHO adalah dapat menyebarkan informasi pengetahuan dan keterampilan, selain itu dapat memperluas wawasan, memberikan motivasi bagi keluarga nelayan terutama dalam hal peningkatan pendapatan keluarga. Adapun manfaat yang diperoleh khalayak masyarakat sasaran yaitu dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat mencoba mempraktekkan sendiri di rumahnya dengan menggunakan media sosial untuk meningkatkan pangsa pasar benur udang vannamei.

Rancangan Evaluasi

Kegiatan ini telah berlangsung selama 1 bulan dari 15 Agustus – 15 September 2022. Kegiatan pelatihan digital marketing secara offline dilaksanakan di Aula Kantor Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Kabupaten Konawe Selatan di hari pertama, 15 Agustus 2022, dilanjutkan dengan pendampingan dan pembinaan dan evaluasi kegiatan sampai di akhir September 2022. Dalam pencapaian tujuan maka ada beberapa langkah dalam memecahkan masalah yaitu:

1. Survey dan pengumpulan informasi mengenai karakteristik sosial ekonomi nelayan dan keluarganya di Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Kabupaten Konawe Selatan untuk mengetahui tingkat pendidikan dan kemampuan pengolahan dan pemasaran udang vannamei dan produk turunannya.

2. Sosialisasi kepada nelayan dan ibu rumah tangga, mencakup ceramah, interaksi tanya jawab dan memberikan kesempatan peserta untuk mencoba mempraktekkan pemasaran digital
3. Pembinaan dan pendampingan kepada nelayan dan ibu-ibu rumah tangga agar produk udang vannamei dapat dipasarkan secara luas
Adapun indikator dalam ketercapaian tujuan serta tolok ukur yang digunakan untuk keberhasilan kegiatan adalah sebagai berikut :
 1. Peserta kegiatan dihadiri oleh 15 orang dari 20 calon peserta yang diundang.
 2. Adanya komunikasi yang intensif antara tim pelaksana dengan peserta kegiatan dari masa persiapan kegiatan sampai evaluasi kegiatan
 3. Antusiasme peserta kegiatan pelatihan digital marketing yang ditunjukkan dengan banyaknya pertanyaan kepada pemateri terkait materi dan demonstrasi yang dilaksanakan.
 4. Dari kegiatan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keterampilan kelompok dalam memasarkan produk untuk peningkatan pendapatan keluarga serta peningkatan kapasitas kelompok usaha.

Pangsa pasar benur udang vannamei defect hatchery yang awalnya hanya ditargetkan pelaku pembudidaya tambak intensif dan supra intensif di Kabupaten Kolaka, Bombana, Buton Utara, dapat mengalami peningkatan target pasar ke pembudidaya tambak tradisional yang ada di Sulawesi Tenggara dan daerah lainnya di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Kabupaten Konawe Selatan memiliki garis pantai sepanjang 9.368 km dan enam pulau kecil. Memanfaatkan potensi garis pantai tersebut, daerah ini mengunggulkan komoditi udang vannamei sebagai salah satu basis ekspor. Pengembangan produksi komoditas ini didukung dengan potensi tambak seluas 21.233 ha kategori sangat sesuai (S1) (95%) dan kategori sesuai (S2)(5%). Luas lahan tambak terolah sekitar 5.934 ha, diusahakan oleh sebanyak 806 KK sebagai pembudidaya. Kapasitas permintaan minimum benur udang dari daerah ini sekitar 296.700.000 ekor/produksi, masih disupply dari luar daerah (Surabaya). Dengan rantai supply yang panjang ini, meningkatkan biaya produksi di kalangan pembudidaya sehingga sulit mempertahankan kualitas dan menyebabkan produktivitas menurun.

Untuk itu, pemerintah setempat dan PT. Benur TOP De Heus bekerja sama dalam membangun dan mengoperasikan hatchery udang vannamei sejak awal tahun 2022, di bawah pimpinan Bapak Irwan Tandia dan bapak Leonardo R. J. Tiro yang dikenal dengan Mr. Bong.. Dalam aktivitas bisnisnya, perusahaan menitikberatkan pada pengendalian kualitas produk dan layanan

menggunakan metode Total Quality Management (TQM), dengan memberikan petunjuk tentang menjaga dan meningkatkan kualitas. Konawe Selatan tepatnya berlokasi di Desa Batu Putih adalah wilayah yang dipilih oleh perusahaan hatchery, bekerjasama dengan pemerintah daerah. Hatchery ini merupakan pengembangan budidaya udang vannamei yang sangat bergantung dengan ketersediaan benur udang. Perusahaan hatchery ini telah berbasis laboratorium lengkap dari segi teknologi penunjang seperti tersedianya media budidaya, pakan, dan indukan

Pada observasi yang dilakukan, menunjukkan adanya cacat/gangguan kritis yang memerlukan pembenahan pada hatchery, pihak perusahaan akan melakukan sortir benur ukuran PL 10 keatas. Untuk mempertahankan mutu benur, PL tersebut tidak akan dijual ke konsumen karena disamping ukurannya tidak seragam juga akan menjadi kanibal yang memakan ukuran PL yang lebih kecil. Dosen FPIK dan segenap mahasiswa yang aktif dalam kegiatan tersebut bekerjasama dalam membangun konektivitas bersama perusahaan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pengabdian kepada masyarakat Desa Batu Putih secara mandiri ini. Pemanfaatan limbah benur udang vannamei (PL >10) dari output kerja yang terdapat di hatchery terlapor sebagai bentuk kegiatan produktif.

Kegiatan PKM oleh tim dosen Universitas Halu Oleo, berupa pembinaan digital marketing kepada masyarakat nelayan Desa Batu Putih secara mandiri sebagai implementasi dari tri darma perguruan tinggi, sekaligus membangun konektivitas dengan perusahaan yang bertujuan untuk membangun dan meningkatkan ekonomi masyarakat.

Pelaksanaan Kegiatan

1. Ceramah singkat atau pengenalan kepada peserta pelatihan dalam memasarkan produk dengan strategi digital marketing sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga.
2. Pemutaran video contoh iklan dalam memasarkan produk dengan media sosial
3. Praktek membuat iklan promosi produk sebagai usaha memasarkan produk menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, Whatshapp, Twiter, Snackvideo, Youtube).
4. Praktek pemasaran produk melalui media sosial dengan akunnya masing masing.

Program Pelatihan Digital Marketing sebagai Peningkat Pangsa Pasar Benur Udang Vannamei dari Defect Produk Hatchery sebagai sebuah kegiatan yang dirancang khusus untuk mengatasi masalah penjualan benur udang defect produksi dari hatchery. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan tentang berbagai strategi digital marketing, seperti penggunaan media sosial dan pemasaran

konten, yang semua bisa diterapkan untuk mempromosikan dan menjual benur udang secara lebih efektif. Peserta juga diberikan pelajaran mengenai cara-cara mengidentifikasi target pasar yang tepat, membangun narasi produk yang menarik, dan mengimplementasikan kampanye iklan digital yang efisien.

Dampak dari pelatihan ini antara lain:

1. Peningkatan Penjualan: Peserta pelatihan mampu memanfaatkan alat digital untuk mencapai pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan penjualan benur udang cacat.
2. Perluasan Pasar: Melalui penerapan strategi digital yang efektif, peserta berhasil menjangkau pembeli di luar area geografis mereka yang biasa, termasuk pasar internasional.
3. Kemampuan Adaptasi: Peserta menjadi lebih adaptif terhadap perubahan dalam tren pasar dan teknologi, sehingga mampu secara proaktif menyesuaikan strategi penjualan mereka.
4. Keterampilan Berkelanjutan: Keterampilan yang diperoleh dalam pelatihan berpotensi memberikan manfaat jangka panjang bagi peserta, tidak hanya dalam menjual produk tapi juga dalam aspek-aspek bisnis lainnya

Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak signifikan terhadap cara peserta melakukan promosi pemasaran dan penjualan produk, khususnya benur udang vannamei, dengan memanfaatkan kekuatan digital marketing.

Kegiatan ini merupakan salah satu usaha meningkatkan skill pemasaran melalui pendekatan modern yang dapat mengatasi tantangan spesifik dalam industri perikanan. Menurut Siang et al. (2024), informasi tentang perkembangan pasar merupakan komponen strategis yang esensial dalam memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, aspek pemasaran menjadi faktor kunci dalam menentukan kesuksesan suatu perusahaan. Menurut Lindawati et al (2020), salah satu teknologi informasi yang paling populer saat ini adalah bisnis berbasis web atau internet, yaitu pemasaran digital. Pemasaran digital telah berkembang secara signifikan dalam lingkup internasional sebagai metode alternatif dalam memasarkan produk atau layanan. Metode ini tidak hanya mengubah strategi pemasaran tradisional, tetapi juga secara efektif memangkas biaya operasional untuk kegiatan komersial.

Pembinaan dan pendampingan

Kegiatan pembinaan dan pendampingan dilakukan oleh mahasiswa sampai masyarakat peserta pelatihan benar-benar mampu melakukan pemasaran dengan menggunakan teknologi dan media sosial yang biasa mereka gunakan sehari-hari. Menurut Ishak dan Siang (2013), pelatihan, pembinaan dan pendampingan dapat memberikan kontribusi positif bagi penguatan kapasitas kelompok nelayan di bidang ekonomi, ilmu pengetahuan, keterampilan dan sosial budaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan, maka dapat disimpulkan :

- 1) Nelayan dan keluarganya dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital udang vannamei di Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Timur Kabupaten Konawe Selatan
- 2) Pelatihan dan pendampingan dapat memberikan dampak pada meningkatnya inovasi pasar dan pangsa pasar benur udang vannamei di Desa Batu Putih Kecamatan Kolono Timur Kabupaten Konawe Selatan
- 3) Rekomendasi: Diharapkan pada kegiatan pengabdian selanjutnya lebih bersinergi dan sejalan dengan pemerintah desa setempat sehingga bisa lebih optimal hasil yang diperoleh sesuai dengan harapan semua pihak

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pemerintah setempat, pelaku usaha *minitech backyard*, dan Perusahaan Hatchery PT. Benur Top DeHeus atas kerjasamanya dalam mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Ishak, E., & Siang, R. D. (2013). Penguatan kapasitas kelompok nelayan wirausaha mandiri melalui transfer teknologi tepat guna. *Jurnal Manajemen IKM*, 10(1), 9-16.
- Juanita., Mulia, D.S., Wibowo, H., & Eka, K.I. (2024). Pendampingan Digital Marketing Produk Perikanan untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Teknologi dan Sains*, 4(2).
- Khatimah, K. (2019). Analisis Kelayakan Finansial Budidaya Udang Vannamei di Desa Parangtritis, DIY. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(1), 21-32.
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaeen, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Mangampa, M. Suwoyo, H.S. 2010. Budidaya Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) Teknologi Intensif Menggunakan Benih Tokolan. *Jurnal Riset. Akuakultur*, 5(3): 351-361.

- Prawitasari, S., & Rafiqie, M. (2022). Potensi Usaha Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) Sistem Intensif dan Konvensional dalam Tinjauan Analisis Finansial. *Samakia : Jurnal Ilmu Perikanan*, 13(1), 71-80.
- Sa'adah, W., & Milah, K. (2019). Permintaan Udang Vannamei (*Litopenaeus vannamei*) di Kelompok Pembudidaya Udang At-Taqwa Paciran Lamongan. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 5(2), 243-251.
- Yunarty, Y., Kurniaji, A., Budiayati, B., Renitasari, D. P., & Resa, M. (2022). Karakteristik kualitas air dan performa pertumbuhan budidaya udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) pola intensif. *PENA Akuatika: Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*, 21(1), 75-88.