



Journal of Community Service

Volume 5, Issue 2, December 2023

P-ISSN 2715-2901

E-ISSN 2715-291X

Open Access at : <https://idm.or.id/JCS/index.php/JCS>

SOSIALISASI PENGOLAHAN DAN PEMASARAN KEPITING MELALUI MEDIA TEKNOLOGI DI KAMPUNG KLAOGIN DISTRIK SEREMUK

SOCIALIZATION OF CRAB PROCESSING AND MARKETING THROUGH MEDIA TECHNOLOGY IN KLAOGIN VILLAGE, SEREMUK DISTRICT

Ninik Septyani¹, Titin Jumriah², Anna Dara³, Novita Wulandari⁴

^{1,2,3}*Universitas Werisar, Papua Barat, Indonesia*

⁴*Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia*

Email: ninikseptyani@unsar.ac.id

INFO ARTIKEL

Kata Kunci:
Pengolahan,
pemasaran,
kepiting, media
teknologi

ABSTRAK

Kampung Kloagin, sebuah daerah yang kaya akan potensi kepiting, menghadapi tantangan dalam mengelola sumber daya tersebut secara optimal. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian masyarakat menjadi penting untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam pengolahan kepiting, serta memanfaatkan media teknologi, khususnya media sosial, sebagai sarana pemasaran. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Kampung Kloagin dalam pengolahan kepiting dan memperkenalkan strategi pemasaran melalui media teknologi. Melalui upaya ini, diharapkan dapat terwujud pengelolaan potensi kepiting yang berkelanjutan dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal. Mitra pengabdian dalam kegiatan ini adalah masyarakat Kampung Kloagin yang terlibat langsung dalam proses pengolahan kepiting. Pendekatan yang digunakan melibatkan pemetaan potensi lokal, pengembangan materi sosialisasi, serta pelaksanaan kegiatan seperti pelatihan lapangan. Pendampingan langsung dalam implementasi strategi pemasaran melalui media sosial juga menjadi bagian penting dari metode pengabdian ini. Hasil kegiatan pengabdian mencakup peningkatan signifikan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pengolahan kepiting. Kelompok masyarakat berhasil mengadopsi media sosial, terutama Facebook, untuk memasarkan hasil olahan kepiting, yang berdampak positif pada peningkatan pendapatan mereka.

Copyright © 2023 UJCS. All rights reserved.

ARTICLE INFO

Keywords:
Processing,
Marketing, Crab,
Technology Media.

ABSTRACT

Kloagin Village, an area rich in crab potential, faces challenges in managing these resources optimally. In this context, community service activities are important to increase people's understanding and skills in crab processing, as well as utilizing technological media, especially social media, as a marketing tool. The main objective of this activity is to increase the knowledge and skills of the people of Kloagin Village in crab processing and introduce marketing strategies through technological media. Through this effort, it is hoped that sustainable management of crab potential and economic improvement of local communities can be realized. The service partners in this activity are the people of Kloagin Village who are directly involved in the crab processing process. The approach used involves mapping local potential, developing outreach materials, and implementing activities such as field training. Direct assistance in implementing marketing strategies via social media is also an important part of this service method. The results of service activities include a significant increase in community knowledge and skills in crab processing. Community groups have succeeded in adopting social media, especially Facebook, to market processed crab products, which has had a positive impact on increasing their income.

Copyright © 2023 UJCS. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Kampung Klaogin, yang terletak di Distrik Seremuk, Sorong Selatan, Papua Barat Daya merupakan suatu daerah yang dikelilingi oleh banyak sungai, menjadikannya tempat yang potensial untuk pengembangan usaha perikanan dan budidaya kepiting bakau. Kepiting bakau, sebagai salah satu komoditas unggulan di wilayah ini, menyediakan peluang ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Selain berpotensi menyumbangkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) untuk pemerintahan daerah Sorong Selatan, prospek total pendapatan usaha kepiting di Sorong Selatan menembus angka 360.852.500 lbs/tahun menurut Survei Sumber Daya Laut atau SDL EcoNusa pada 2020. Harapannya ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama masyarakat yang berasosiasi dengan ekosistem mangrove secara langsung di Sorong Selatan. Namun, meskipun potensi alamnya yang kaya, masyarakat di Kampung Klaogin belum memanfaatkannya secara maksimal dalam hal pengolahan dan pemasaran. Wilayah kampung klaogin dikelilingi oleh sungai-sungai yang mengalir ke laut, menciptakan lingkungan yang ideal bagi budidaya kepiting bakau. Kepiting bakau merupakan salah satu komoditas perikanan yang melimpah di wilayah ini. Kepiting bakau yang hidup di perairan ini memiliki kualitas yang baik, dan potensi untuk memasarkan produk kepiting bakau sangat besar baik di pasar lokal maupun regional. Meskipun potensinya besar, masyarakat Kampung Klaogin menghadapi keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola dan mengolah kepiting bakau secara efektif. Pengolahan dan

pemasaran yang baik sangat penting untuk meningkatkan nilai tambah produk kepiting bakau.

Selain keterbatasan dalam pengolahan dan pemasaran, penggunaan teknologi dan media digital dalam mempromosikan produk-produk perikanan juga belum dimanfaatkan secara optimal di kampung ini. Hal ini dapat mengurangi daya saing produk kepiting bakau di pasar yang semakin kompetitif. Dalam konteks pengabdian masyarakat, melihat peluang untuk memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat di Kampung Klaogin dengan berbagi pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan kepiting bakau serta memanfaatkan teknologi dalam pemasaran. program sosialisasi pengolahan dan pemasaran kepiting bakau menggunakan media teknologi di Kampung Klaogin menjadi suatu kebutuhan mendesak. Melalui program ini, kami berharap dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat setempat, memperkenalkan mereka pada teknologi yang mendukung pemasaran produk kepiting bakau, serta berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup dan daya saing ekonomi masyarakat mereka. Program ini dicanangkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat Kampung Klaogin dan mendukung pencapaian tujuan tri dharma perguruan tinggi.

METODE PELAKSANAAN

Identifikasi Kebutuhan dan Potensi Lokal

Melakukan survei dan diskusi dengan masyarakat untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi lokal terkait pengolahan dan pemasaran kepiting. Menganalisis tingkat pemahaman masyarakat terhadap teknologi, khususnya media sosial.

Pengembangan Materi Sosialisasi

Menyusun materi sosialisasi yang sesuai dengan tingkat pemahaman masyarakat. Materi mencakup teknik pengolahan kepiting, manfaat penggunaan media teknologi, dan langkah-langkah praktis untuk memulai pemasaran online.

Pelaksanaan Pelatihan

Menyelenggarakan lokakarya dan pelatihan di lokasi strategis di Kampung Kloagin. Mendemonstrasikan secara langsung teknik pengolahan kepiting yang baik dan benar. Melibatkan ahli pengolahan kepiting dan praktisi media sosial sebagai narasumber.

Pemanfaatan Media Sosial

Mengajarkan cara membuat dan mengelola akun media sosial (Facebook) untuk pemasaran kepiting. Memberikan panduan penggunaan fitur-fitur dasar dan keamanan dalam bermedia sosial.

Praktek Lapangan

Melibatkan masyarakat secara langsung dalam kegiatan praktek pengolahan kepiting dan pembuatan konten pemasaran di media sosial. Memfasilitasi kelompok

masyarakat dalam menciptakan konten kreatif dan menarik untuk memasarkan produk kepiting mereka.

Pendampingan dan *Follow-Up*

Menyediakan pendampingan langsung untuk membimbing masyarakat dalam mengimplementasikan strategi pemasaran online. Melakukan sesi follow-up secara berkala untuk memantau kemajuan, menangani kendala, dan memberikan solusi atas permasalahan yang muncul.

Pembentukan Kelompok Pemasaran

Mendorong terbentuknya kelompok pemasaran bersama untuk meningkatkan kekuatan kolaboratif dalam pemasaran online. Memberikan pelatihan khusus untuk pengelolaan kelompok pemasaran, termasuk manajemen inventaris, harga, dan layanan pelanggan.

Evaluasi dan Umpan Balik

Melakukan evaluasi terhadap keberhasilan sosialisasi dengan mengumpulkan data dan umpan balik dari partisipan. Menganalisis dampak positif yang telah dicapai dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan atau pengembangan lebih lanjut.

Diseminasi Hasil

Menyebarkan informasi dan hasil keberhasilan melalui berbagai saluran, termasuk media lokal, forum masyarakat, dan dokumentasi visual (foto dan video). Metode ini dirancang untuk memberikan pendekatan holistik dan partisipatif, memastikan bahwa masyarakat tidak hanya memahami konsep pengolahan dan pemasaran kepiting melalui media teknologi, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara mandiri untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.



Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan Pengolahan Kepiting Bakau



Gambar 2. Antusias Masyarakat Setempat Setelah Melakukan Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 3. Hasil Olahan Kepiting Bakau yang Siap Dipasarkan Melalui Media Sosial

Sosialisasi mengenai pengelolaan dan pemasaran kepiting menggunakan media teknologi berhasil meningkatkan pengetahuan masyarakat di Kampung Kloagin. Masyarakat kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang teknologi dan cara efektif mengelola hasil tangkapan kepiting.

Meskipun awalnya tidak akrab dengan teknologi, masyarakat menunjukkan antusiasme besar dalam mengadopsi media teknologi. Mereka belajar cara menggunakan perangkat elektronik dan mengenali potensi pemasaran online, terutama melalui media sosial seperti Facebook. Kegiatan pelatihan dan lokakarya berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pengolahan kepiting. Mereka kini mampu melakukan proses pengelolaan kepiting dengan baik, termasuk proses penyimpanan dan pengemasan yang mempertahankan kualitas produk. Masyarakat membentuk kelompok pemasaran bersama untuk meningkatkan daya saing produk kepiting mereka. Ini menciptakan sinergi dalam pemasaran online dan memungkinkan mereka bersaing dengan lebih baik di pasar lokal dan regional.

Tantangan awal terkait minimnya pemahaman teknologi diawasi dengan pendekatan yang mendalam dalam sosialisasi. Antusiasme masyarakat menunjukkan bahwa, meskipun terdapat kesenjangan awal, potensi penerimaan teknologi di kalangan

masyarakat cukup tinggi. Adopsi strategi pemasaran online menghasilkan dampak positif secara ekonomi. Peningkatan penjualan kepiting melalui platform online mengarah pada peningkatan pendapatan masyarakat dan peningkatan taraf hidup di Kampung Kloagin. Pembentukan kelompok pemasaran bukan hanya meningkatkan keterampilan kolaboratif masyarakat, tetapi juga memberikan kekuatan tawar yang lebih besar dalam negosiasi dengan pembeli dan pemasar potensial.

Untuk memastikan keberlanjutan, perlu dilakukan tindak lanjut dan pemantauan terus menerus. Melibatkan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan program ini akan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang.

SIMPULAN

Sosialisasi pengolahan dan pemasaran kepiting melalui media teknologi, terutama media sosial, di Kampung Kloagin telah membawa dampak positif. Adopsi teknologi ini membantu mengoptimalkan potensi lokal dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Diperlukan upaya berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan dan perluasan manfaat dari inisiatif ini, serta potensi adopsi teknologi lainnya dalam pengembangan komunitas. Pengabdian kepada masyarakat di Kampung Kloagin telah memberikan hasil positif dengan peningkatan pengetahuan, adopsi teknologi, dan perkembangan ekonomi lokal. Langkah-langkah selanjutnya harus fokus pada pembinaan dan penguatan kelompok pemasaran serta peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola kegiatan ini secara mandiri. Keberhasilan ini dapat dijadikan contoh bagi program serupa di daerah-daerah lain yang memiliki potensi sumber daya alam yang belum optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidore, H. J. Y., Dara, A., Lermating, K. F., & Makatita, S. A. (2023). Pemasaran Kepiting Bakau Secara Tradisional Oleh Masyarakat Kampung Sayolo Distrik Teminabuan Kabupaten Sorong Selatan. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 329-339.
- Dara, A., Aidore, H. J. Y., & Jumriah, T. (2023). Analisis Pendapatan Nelayan Kepiting Bakau Secara Tradisional Oleh Masyarakat Kampung Sayolo Distrik Teminabuan Kabupaten Sorong Selatan. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 261-268.
- Handayani, E. G., Ulat, M. A., Katili, V., & Mustasim, H. (2021). Pemberdayaan masyarakat nelayan kepiting bakau melalui pembentukan kelompok usaha bersama. *Community Empowerment*, 6(6), 912-920.
- Hidayatullah, R. P., Fitri, A., Dharma, A. P., Setiawan, E. R., Afdilla, S., Pratama, R. V., ... & Purwati, R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Kampung Teluk Dalam Desa Malang Rapat Dalam Pengolahan Kepiting. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau (JPPM Kepri)*, 2(1), 34-44.

- Rahim, A., Hastuti, D. R. D., & Rusli, N. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Margin Pemasaran Kepiting Segar. *Prosiding Pusat Riset Perikanan*, 187-197.
- Tawali, A. B., Karim, M. Y., Asfar, M., Hasanuddin, N. F., Clausthaldi, F. R., Irwan, I., & Nadhifa, D. G. (2023). Pendampingan Teknologi dan Pemasaran Produk Kepiting Kambu Khas Pulau Salemo, Desa Mattiro Bombang, Kabupaten Pangkajene Kepulauan. *Jurnal Dinamika Pengabdian (JDP)*, 9(1), 87-96.
- Wattimury, D. (2022). Sumberdaya Pesisir dan Laut serta Pola Pemanfaatan di Distrik Inanwatan, Kabupaten Sorong Selatan. *Jurusan Ilmu Kelautan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Papua Manokwari*.