



---

## PEMASARAN KERUPUK IKAN DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA KUBE DESA KELONG KABUPATEN BINTAN

Oleh

Satriadi<sup>1</sup>, Tubel Agusven<sup>2</sup>, Risnawati<sup>3</sup>, Evita Sandra<sup>4</sup>, Maryati<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>STIE Pembangunan Tanjungpinang

E-mail: <sup>1</sup>[satriadi@stie-pembangunan.ac.id](mailto:satriadi@stie-pembangunan.ac.id), <sup>2</sup>[t17abel@gmail.com](mailto:t17abel@gmail.com),

<sup>3</sup>[risna.nina1988@gmail.com](mailto:risna.nina1988@gmail.com), <sup>4</sup>[evitasandra.es@gmail.com](mailto:evitasandra.es@gmail.com), <sup>5</sup>[maryatifahri@gmail.com](mailto:maryatifahri@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 09-03-2022

Revised: 17-04-2022

Accepted: 22-04-2022

### Keywords:

Covid-19, Pemasaran Digital,  
Pengabdian Kepada  
Masyarakat

**Abstract:** Munculnya wabah penyakit Corona Virus Diseases-19 (Covid-19) sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Kegiatan pemasaran produk kerupuk ikan sangat terdampak covid-19 di Desa Kelong Kecamatan Bintan Pesisir Kabupaten Bintan. Tujuan dilakukannya pengabdian masyarakat ini yaitu untuk membantu masyarakat dalam memasarkan produk kerupuk ikan berbasis digital dan meningkatkan masyarakat tersebut agar mereka dapat mandiri, berkembang serta tidak selalu bergantung dari bantuan pemerintah dengan cara membantu peningkatan kelangsungan usaha kerupuk ikan milik warga. Masyarakat perlu mengetahui betapa pentingnya untuk tetap berwirausaha dalam masa pandemi ini. Tahapan kegiatan dirancang selama 1 minggu yang didahului dengan kegiatan koordinasi dan komunikasi dengan pihak desa Kelong. Persiapan dimaksudkan adalah penetapan sasaran kegiatan, dan lokasi kegiatan. Hasil kegiatan ini sangat sesuai dengan yang diharapkan yaitu pada kegiatan yang dilaksanakan dapat membantu masyarakat yang secara aktif melalui bantuan pembuatan sosial media guna membantu memasarkan produk kerupuk ikan masyarakat desa Kelong

---

## PENDAHULUAN

Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan wabah Covid-19 sebagai pandemi hanya sekitar 3 bulan setelah kemunculannya pada Desember 2019 di Wuhan, Cina. Penyebaran virus ini sekarang menjadi masalah kesehatan dunia. Pada 31 Maret 2020, Covid-19 memengaruhi 200 negara dan wilayah (Jalali et al., 2020). Indonesia hingga 21 April 2020 telah mencatat sebanyak 7.135 pasien positif, dengan 842 telah sembuh dan 616 meninggal dunia (Wisnuwardani, 2020). Lima provinsi dengan sebaran terbanyak pasien positif adalah DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Kalimantan Timur. Sementara di Provinsi Kepulauan Riau sampai dengan artikel ini ditulis tanggal 9 Agustus 2021, jumlah kasus positif Covid-19 berjumlah 51.315 orang (<https://covid19.go.id/peta-sebaran>, 2021).



Berdasarkan hal tersebut, memberikan pengaruh yang cukup besar bagi pemasaran dan menumbuhkan tantangan baru dalam proses pemasaran masa kini. Dimana pemasaran dituntut untuk memahami kejadian-kejadian yang sedang terjadi di masa covid-19 ini. Dimana saat ini kita sudah memasuki perubahan yang beralih pada teknologi sehingga pemasaran yang dilakukan sudah berbasis digital dan mengarah pada industri 4.0. Dimana Sistem Informasi dunia yang telah ditulang punggung oleh telekomunikasi dan komputer (internet) akan banyak mempengaruhi gaya hidup manusia.

Saat ini sedang terjadi pergeseran paradigma pemasaran, dari pemasaran tradisional atau offline ke pemasaran moderns atau yang biasa dikenal dengan sebutan online. Pemasaran secara digital merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dimana dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru. Pemasaran secara digital yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Kemudian disatu sisi pemasaran secara digital memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, disisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Dan pembeli kini sudah semakin mandiri dalam membuat keputusan berdasarkan hasil pencariannya. Digital marketing sudah dapat menjangkau seluruh masyarakat dimanapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Wilayah kecamatan Bintan Pesisir terdiri dari pulau-pulau besar dan kecil yang pada umumnya merupakan daerah dengan daratan landau di bagian pantai. Kecamatan Bintan Pesisir memiliki topografi yang berfariatif dan bergelombang dengan kemiringan lereng berkisar 0 – 3 % hingga di atas 40% pada wilayah pegunungan sedangkan ketinggian wilayah pada pulau-pulau antara 0 – 50 meter di atas permukaan laut. Kecamatan Bintan Pesisir memiliki 4 desa yaitu desa Kelong, Air glubi, Numbing dan Mapur. Adapun perbatasan antara desa kelong dan desa lainnya Utara : Air glubi, Barat : Kecamatan Mantang, Selatan: Desa Numbing, Timur: desa Mapur Desa kelong memiliki beberapa pulau-pulau kecil yaitu di antaranya Pulau Poto, Pulau Merbai, Pulau MangkilKkecil, Pulau Mangkil Besar dan masih banyak lagi.

Masyarakat di desa kelong, kepulauan riau, kabupaten bintan kecamatan bintan pesisir adalah masyarakat yang ada di daerah kepulauan, yang sebagian besar masyarakat nya bekerja sebagai nelayan karena berada di dekat laut. Khusus di daerah ini terdapat berbagai jenis ikan yang awalnya hanya dimanfaatkan sebagai makanan sehari-hari bagi daerah sekitarnya tetapi seiring berjalannya zaman para masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga yang mempunyai ide untuk mengolah ikan tersebut menjadi kerupuk ikan sehingga dapat meningkatkan nilai jual dari ikan tersebut. Ikan biasanya hanya dikonsumsi sebagai lauk pauk, tetapi ditangan ibu-ibu terampil ikan tersebut dapat diubah menjadi bentuk lain, sehingga nilai ekonomis ikan tersebut meningkat.

Di desa kelong ini sudah ada yang membuat kerupuk ikan yang semulanya hanya berupa kerupuk mentah, dan kini bisa dinikmati dalam bentuk kerupuk matang. Ikan yang digunakan untuk membuat kerupuk ikan tersebut terdiri dari berbagai jenis ikan seperti ikan tongkol, ikan tenggiri. Lokasi yang menjadi sentral pengolahan kerupuk ikan berada di beberapa desa seperti Pulau Tenggol, Air Glubi, Numbing dan Mapur. Saat ini pengolahannya



tidak hanya di Pulau Kelong saja, melainkan sudah menyebar ke daerah lain. Ternyata setelah disosialisasikan atau dipasarkan secara kecil-kecilan melalui dari mulut ke mulut dan mengikuti pameran UKM, ternyata kerupuk ikan ini dapat memberikan nilai ekonomis yang lumayan. Tetapi semenjak terjadi covid-19 ini, penjualan yang dilakukan oleh kelompok usaha ini makin menurun karena kelompok usaha bersama ini belum memahami memasarkan produk secara digital.

Oleh sebab itu dengan melihat situasi permasalahan kelompok usaha ini kami tertarik untuk melakukan pengabdian dengan judul “Pemasaran Kerupuk Ikan Di Masa Pandemi Covid-19

Pada KUBE Desa Kelong Kabupaten Bintan” dengan harapan memberikan suatu manfaat yang nantinya dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan kelompok usaha kerupuk ikan, dapat bersaing secara positif dan dapat mengembangkan produk untuk mendapatkan kinerja pemasaran yang baik.

## **METODE**

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di desa Kelong, kecamatan Bintan Pesisir, kabupaten Bintan. Sasaran dari kegiatan Pengabdian kepada masyarakat adalah para ibu-ibu selaku pengelola KUBE Desa Kelong untuk jenis usaha Kerupuk Ikan. Pelaksanaan kegiatan k Mini dimulai sejak 13 juni sampai 25 Juli 2021. Dimulai dengan tahap persiapan, survei lokasi pembuatan, pemasaran dan penjualan kerupuk ikan, pembuatan social media kerupuk ikan desa kelong, evaluasi dan pelaporan hasil kegiatan. Persiapan kegiatan pengabdian meliputi musyawarah dengan Kepala Desa, Kepala Camat, Kepala Dusun, Sekretaris Desa dan masyarakat sekitar serta pelaku kelompok usaha bersama Desa Kelong untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian. Penyiapan tempat penjualan dan pemasaran kerupuk ikan kita koordinasi langsung dengan para pelaku usaha kerupuk ikan dalam Hal ini KUBE desa Kelong. Untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam kegiatan pengabdian ini maka dirancang kegiatan yang terstruktur meliputi perizinan dengan perangkat desa kemudian survey tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian.

## **HASIL**

Secara geografis Desa Kelong adalah merupakan Desa di wilayah Kecamatan Bintan Pesisir Kabupaten Bintan dengan Luas  $\pm 627 \text{ Km}^2$ ; dengan jumlah penduduk 2284 dan 731 KK . Dimana Desa Kelong adalah merupakan penghasil sektor perikanan. Didalam Pemerintahan Desa, Kepala Desa di bantu unsur Kewilayahan Kepala Dusun I dan II. Berdasarkan Undang-undang Nomor 06 Tahun 2014 Tentang Desa, Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Iklim didesa Kelong sebagaimana Desa-desa lain diwilayah Indonesia mempunyai Iklim kemarau dan penghujan, hal tersebut mempunyai pengaruh langsung terhadap kegiatan masyarakat yang ada di Desa Kelong



**Gambar 1.**  
**Peta Desa Kelong, Kecamatan Bintang Pesisir, Kabupaten Bintang**



Adapun rincian pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pemasaran Kerupuk Ikan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada KUBE Desa Kelong Kabupaten Bintang” yaitu :

- [1] Persiapan dan survei, persiapan diawali dengan melakukan diskusi dengan Kepala Desa, Camat, Kepala Dusun, Sekretaris Desa dan masyarakat sekitar serta pelaku kelompok usaha bersama Desa Kelong. Kesimpulan diskusi yaitu perlu dilakukan kegiatan pelatihan untuk pemasaran secara digital untuk para anggota Kelompok Usaha Bersama Desa Kelong;
- [2] Pelaksanaan program, dilakukan dengan cara penyuluhan dan pelatihan pemasaran digital, dimana kita mengingat bahwa kita telah menghadapi kehidupan di era revolusi industry 4.0, semuanya menggunakan teknologi. Sehingga sangat awam terhadap pemasaran digital dengan melakukan pemasaran secara praktis dan hanya menggunakan android. Dimulai dengan mengenalkan dari melatih dan memberi penyuluhan pemasaran digital yang berbasis online. Pelatihan dan penyuluhan pemasaran digital bagi kelompok usaha bersama (KUBE) Desa Kelong bersifat sederhana dengan melakukan pemasaran dimedia social (Facebook, Instagram, dan Shopee). Selanjutnya, tim pengabdian melakukan empat tahap sekaligus yakni pertama dengan melakukan edukasi, tujuannya adalah memberikan pengetahuan tentang pentingnya menerapkan strategi pemasaran berbasis digital yang didesain dengan tujuan untuk meningkatkan omset penjualan. Kedua melakukan pengembangan model pemasaran. Dengan menggunakan model pemasaran yang telah dirancang oleh tim, dimana harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi setempat. Salah satu model yang dikembangkan mengacu pada strategi pemasaran digital (Facebook, Instagram). Ketiga melakukan pengenalan dan membantu memasarkan krupuk ikan dengan aplikasi instagram dengan cara mengendorse krupuk ikan tersebut melalui masing-masing akun pribadi instagram anggota kelompok kami, untuk memperluas pemasaran agar krupuk ikan tersebut di kenal oleh masyarakat luas. Keempat melakukan brainstorming dimana penyelesaian dari suatu permasalahan yang dapat dipecahkan didalam KUBE yaitu pemasaran penjualan. Dengan mengumpulkan gagasan secara bersama maka tim pengabdian mengambil jalan keluar untuk memasarkan produknya secara digital. Sehingga dapat digunakan oleh kelompok usaha bersama di Desa Kelong. Pelaksanaan dari kegiatan ini dilaksanakan disetiap hari Jum'at tanggal 2,9, dan 16 Juli 2021 sekitar pukul 13.30 WIB sampai dengan selesai, yang dihadiri oleh Kepala Desa dan para pengurus KUBE Desa Kelong. Dalam kegiatan ini kami melatih para ibu-ibu perwakilan dari KUBE



desa Kelong untuk dilatih dalam membuat sosial media, konten jualan dan melakukan postingan untuk memasarkan produk kerupuk ikan pada KUBE Desa Kelong setempat, mengenai kegiatan diimplementasikan kedalam usaha bersama Desa Kelong. Dengan melatih para ibu-ibu perwakilan dari KUBE desa Kelong diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha mereka, hal ini tentu sangat menambah penjualan untuk penduduk sekitar. Selain itu juga menambah wawasan atau pengalaman bagi kelompok usaha bersama. Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan.

### Gambar 2.

#### Peta Desa Kelong, Kecamatan Bintang Pesisir, Kabupaten Bintang



- [3] Evaluasi, dalam tahap penyelesaian ini kami akan melaksanakan evaluasi terhadap program yang hampir selesai dalam pelaksanaannya. Tahap penyelesaian ini diharapkan mampu menyelesaikan semua program dengan tingkat keberhasilan baik. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kemampuan masyarakat dalam melakukan pemasaran digital, dengan hal tersebut kita memberikan evaluasi apabila terjadi kesalahan atau ketidak fahaman terhadap penggunaan pemasaran digital marketing

### DISKUSI

Berdasar kegiatan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Tim PkM STIE Pembangunan Tanjungpinang dengan mitra ibu-ibu selaku pengelola KUBE Desa Kelong untuk jenis usaha Kerupuk Ikan, diperoleh hasil para ibu-ibu selaku pengelola KUBE Desa Kelong untuk jenis usaha Kerupuk Ikan memiliki sosial media yang dapat digunakan sebagai media berkomunikasi dengan masyarakat luas untuk memperkenalkan jenis usaha dan layanan yang ditawarkannya. Kegiatan ini juga sudah memberikan dukungan dan pengetahuan untuk dapat meningkatkan penjualan produk yang di buat oleh KUBE Desa Kelong, serta adanya dampak positif atas kehadiran baik dampak secara langsung maupun tidak langsung. Mitra kegiatan pengabdian yaitu para ibu-ibu selaku pengelola KUBE Desa Kelong untuk jenis usaha Kerupuk Ikan telah memiliki pengetahuan akan bersosial media yang dapat melakukan promosi produk untuk kepentingan pengembangan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi informasi.



## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan yang dilaksanakan sudah memberikan dukungan dan pengetahuan untuk dapat meningkatkan penjualan produk yang di buat oleh KUBE Desa Kelong, serta adanya dampak positif atas kehadiran baik dampak secara langsung maupun tidak langsung. Kemudian kegiatan yang dilakukan dapat terealisasi dengan optimal walaupun mendapatkan sedikit kendala dalam menerapkan sistem online kepada KUBE Desa Kelong. Semoga laporan ini dapat dijadikan acuan dan bahan pertimbangan evaluasi untuk P3M STIE Pembangunan Tanjungpinang mengenai kegiatan ini. Selain itu hal ini diharapkan dapat bermanfaat untuk masyarakat desa. Semoga pengabdian kami bisa berdampak baik di tengah masyarakat serta dapat berguna untuk menjaga ketahanan pangan di masa pandemi Covid-19 ini. Semoga masyarakat tetap produktif di masa pandemic Covid-19 dengan mengembangkan usaha kerupuk ikan. Bagi pelaksana kegiatan selanjutnya, semoga dengan adanya pemasaran secara digital untuk produk kerupuk ikan ini dapat terus meningkatkan semangat wirausaha masyarakat desa dalam menjual produk asli daerah dan menjadi acuan bagi pelaksana selanjutnya untuk dapat menambah dan meningkatkan kegiatan tersebut dengan melakukan evaluasi dalam setiap kegiatan.

Selain mengevaluasi kekurangan dari kelompok sebelumnya dengan melihat data-data yang ditemukan maka kami harapkan agar terus mendampingi masyarakat dalam mendiversifikasikan produk kerupuk ikan pada KUBE desa Kelong yang sudah kami mulai. Hal ini menjadi penting agar kegiatan pengabdian masyarakat tidak sebatas lalu dan program yang sudah ada bisa berkelanjutan.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada P3M STIE Pembangunan Tanjungpinang yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Kepala Desa, perangkat Desa Kelong Kecamatan Bintan Pesisir, Kabupaten Bintan, serta KUBE Desa Kelong sebagai mitra pelaksanaan PKM yang sudah bersedia ditempatkan pelaksanaan PKM serta dukungannya.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Ginting, R., Huda, M., Drifanda, V., & Affandi, A. R. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Jungsemi di Masa Pandemi Covid 19 Melalui Pelatihan Pembuatan Hand Sanitizer dan Pelindung Wajah | Ginting | IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services. IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services, 1(1), 20–27. <https://doi.org/10.32585/ijecs.v1i1.780>
- [2] Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- [3] Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- [4] Saputra, C., & Putra, I. D. (2020). Pemberdayaan Penanggulangan Covid-19 Bagi Petugas Kesehatan. JCES (Journal of Character Education Society), 3(2), 320–328.



- 
- <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.2344>
- [5] Sarip, S., Syarifudin, A., & Muaz, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Masyarakat dan Pembangunan Desa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 10–20. <https://doi.org/10.24235/jm.v5i1.6732>
- [6] Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384–388. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>
- [7] Zowalaty, M. E. E., Young, S. G., & Järhult, J. D. (2020). Environmental impact of the COVID-19 pandemic – a lesson for the future. *Infection Ecology & Epidemiology*, 10(1), 1768023. <https://doi.org/10.1080/20008686.2020.1768023>
- [8] Tjiptono, F. (2011). *Brand Management dan Strategi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [9] Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [10] Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi (1st ed.)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN