



Optimalisasi *Digital Marketing* melalui Aplikasi *Digital* : Usaha UMKM Olahan Laut dan Pariwisata Kampung Nelayan Desa Salira

Optimization of Digital Marketing through Digital Applications : MSME Marine Processing and Tourism in the Fisherman Village of Salira

Ayu Nuryani^{1*}, Munawaroh²

^{1,2}Universitas Bina Bangsa, Serang Banten, Indonesia

Email: ayunuryani2703@gmail.com ¹madinahalmunawaroh01@gmail.com ²

Korespondensi penulis: ayunuryani2703@gmail.com*

Article History:

Received: November 27, 2024;

Revised: Desember 12, 2024;

Accepted: Desember 26, 2024;

Online Available: Desember 28, 2024

Keywords: *Digital Marketing, Digital Application, MSMEs*

Abstract: *The purpose of this activity is to develop digital marketing skills through training on the use of digital applications Canva and Capcut to promote Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in fish processing and tourism in the Fisherman Village located in Salira Village, Serang Regency. This activity aims for MSME entrepreneurs to enhance their skills in taking photos and videos, as well as processing these images and videos into more engaging, innovative, informative, and professional content. The method used in this activity involves training on the use of the Canva and Capcut applications with the theme "Application of CANVA and CAPCUT in Digital Marketing." The research results indicate a positive and significant improvement in marketing content compared to previous efforts. However, there are still challenges to address, such as the inadequate facilitation of supporting tools for content creation, which must be improved for the content produced to continue evolving for display on various digital marketing platforms.*

Abstrak

Tujuan dari diadakannya kegiatan ini yaitu untuk mengembangkan pemasaran digital (digital marketing) melalui pelatihan penggunaan aplikasi digital Canva dan Capcut dalam mempromosikan usaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Olahan Ikan dan Pariwisata Kampung Nelayan yang berada di Desa Salira, Kabupaten Serang. Dimana pada kegiatan ini diharapkan para pelaku usaha UMKM dapat mengembangkan keterampilan mereka dalam mengambil foto maupun video, serta mengolah foto dan video tersebut menjadi konten yang lebih menarik, inovatif, informatif dan profesional. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu, melalui kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi digital Canva dan Capcut dengan tema "Pengaplikasian Aplikasi CANVA dan CAPCUT Dalam Digital Marketing". Dapat dilihat dari hasil penelitian tersebut memberikan hasil yang positif dan signifikan terhadap perubahan konten pemasaran yang menjadi lebih baik dari sebelumnya. Walau tentu saja, masih ada tantangan yang perlu dihadapi yaitu fasilitasi alat penunjang dalam pengambilan dan pembuatan konten yang masih belum memadai, supaya konten yang dibuat dapat terus berkembang menjadi lebih baik untuk ditampilkan di berbagai platform digital marketing.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Aplikasi Digital, UMKM

1. PENDAHULUAN

Desa Salira, yang terletak di pesisir, dikenal sebagai desa nelayan yang kaya akan sumber daya alam, khususnya hasil laut. Dengan garis pantai yang panjang dan akses langsung ke lautan, desa ini memiliki potensi besar dalam industri pengolahan ikan. Produk-produk olahan seperti kerupuk ikan payus, abon ikan pari, baso ikan, nugget ikan, dan rolade ikan tidak hanya memiliki nilai ekonomis yang tinggi tetapi juga dapat menjadi ikon kuliner yang menarik bagi wisatawan (Mahfudah 2024). Meskipun demikian, untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan perhatian khusus terhadap beberapa aspek, termasuk partisipasi para penduduk setempat dalam industri ini dan dukungan terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Pariwisata sebagai sarana pemberdayaan UMKM olahan laut dapat yang di pasarkan melalui digitalisasi. Selain itu, sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam memperkenalkan Desa Salira kepada wisatawan baik nasional maupun internasional. Kurangnya aspek dibidang pengaplikasian teknologi dalam pemasaran dalam ini menjadi salah satu faktor penghambat pengembangan potensi pariwisata tersebut. Oleh karena itu, pemanfaatan aplikasi gigital pada digital marketing olahan ikan dan destinasi wisata kampung nelayan ini dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis UMKM di Desa Salira. Dimana adaptasi digital marketing bagi para pelaku UMKM ini menjadi semakin penting. Untuk tetap berkembang dengan relevan dan bersaing dengan competitor dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan efektif yaitu dengan melakukan optimalisasi pada digital marketing (Nur Aisyah, Hendrati, and Wardaya 2024). Media promosi juga harus dikembangkan dengan inovatif, dikarenakan sekarang ini banyak sekali pesaing dalam promosi berbagai usaha (Huizen, Christioko, and Handayani 2023).

Dengan menonjolkan keunikan budaya lokal dan produk olahan ikan sebagai daya tarik wisata kuliner, desa ini dapat menarik lebih banyak pengunjung. Wisatawan yang datang tidak hanya akan menikmati keindahan alam dan budaya setempat tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal melalui pembelian produk-produk olahan ikan.

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan nilai penjualan olahan laut tapi juga sektor wisata alam sehingga menarik pengunjung. Sehingga para pengunjung yang datang bukan hanya datang untuk membeli produk olahan ikan, tapi juga datang untuk menikmati pesona alam di Kampung Nelayan Desa Salira, juga berkontribusi untuk mendorong perekonomian lokal melalui pembelian produk-produk olahan ikan melalui UMKM yang ada. Dengan berkembangnya usaha UMKM ini diharapkan dapat menjadi salah satu faktor

pendorong pertumbuhan ekonomi Desa Salira damar dengan mempromosikan olahan ikan khasnya dan sumber wisata alam sekitarnya yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakatnya (Shadra 2024).

2. METODE

Metode pelaksanaan yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan mengadakan Pelatihan Content Creator Pemula dengan tema “Pengaplikasian Aplikasi CANVA dan CAPCUT Dalam Digital Marketing”. Dalam hal ini, pemanfaatan media sosial digunakan sebagai saluran pemasaran yang efektif dalam memasarkan produk dan wisata Kampung Nelayan (Digital et al. 2022). Pelatihan diberikan dalam bentuk pemberian edukasi bagi mitra UMKM sekitar, yaitu para Perempuan yang ada di kampung nelayan yang mengelola UMKM olahan ikan laut, Nyimas Samudra. Tujuan utama digunakannya metode ini untuk meningkatkan pengetahuan, serta keterampilan bagaimana menciptakan suatu konten atau postingan yang menarik di sosial media dan menguploadnya di berbagai sosial media. Dimana konten berfokus pada pengenalan olahan ikan dan wisata Kampung Nelayan yang bukan hanya menarik tapi memiliki nilai jual. Sehingga para konsumen yang melihat tertarik untuk membeli dan juga mengunjungi wisata kampung nelayan.

Langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan menganalisis produk olahan UMKM dan wisata Kampung Nelayan itu sendiri. Pada Langkah ini kita dapat melakukan analisis yang berfokus pada produk olahan ikan yang diproduksi oleh UMKM (kerupuk ikan payus, abon ikan pari, baso ikan, nugget ikan, dan rolade) dan menganalisis bagaimana situasi dan potensi yang ada di wisata Kampung Nelayan. Hasil dari Langkah ini dapat kita jadikan sebagai acuan dari solusi yang tepat yang akan dilakukan pada Langkah berikutnya.

Langkah kedua yaitu dengan melakukan kegiatan pelatihan. Pada Langkah ini, pelatihan yang diberikan berfokus pada pemberian “Pelatihan Content Creator Pemula Bagi Pelaku Usaha UMKM”. Dimana pada kegiatan pelatihan ini para peserta akan berfokus dilatih untuk pengambilan foto produk yang baik dan profesional bagi pemula, pelatihan penggunaan aplikasi CANVA dan CAPCUT, juga tips membuat konten (content) yang menarik dan memiliki nilai jual di sosial media.

Kegiatan pelatihan ini mencakup dua kegiatan, yaitu:

- a. Pelatihan teknik pengambilan foto dan video, dimana dalam kegiatan ini para pelaku usaha UMKM melakukan praktek langsung untuk mengambil sudut angle yang baik dan benar dalam mengambil foto dan video (Sendi et al. 2022). Adapun tips lain yang digunakan dalam pengambilan foto dan video meliputi pencahayaan yang optimal, fokus objek serta pemilihan latar belakang yang sesuai.



Gambar 1: Kegiatan Pelatihan

- b. Pelatihan pengaplikasian CAPCUT dan CANVA, dimana hasil dari foto yang diambil dikelola dalam aplikasi Capcut dan Canva. Pelatihan pengenalan dan pengaplikasian aplikasi Capcut untuk membuat video promosi pendek yang menarik dan dapat menjadi pengenalan UMKM yang dimiliki. Pada kegiatan pelatihan ini. Adapun penggunaan aplikasi Canva tidak hanya dapat menambah keindahan visual saja, tetapi juga dapat menambahkan penyampaian informasi terkait produk maupun UMKM dengan jelas dan detail (Rahayu and Fitriyah 2024). Setiap aspek produk dapat kita lampirkan sesuai dengan yang kita inginkan, mulai dari variasi, harga produk hingga informasi kontak, dapat kita susun secara estetik pada aplikasi Canva.

Langkah ketiga yaitu praktik teknis. Dimana para peserta diminta secara langsung mempraktikkan pengambilan foto produk, kemudian mengedit atau mengilahkan hasil foto atau video yang telah diambil menggunakan aplikasi CANVA atau CAPCUT secara mandiri dan menguploadnya di sosial media masing-masing. Para peserta pelatihan diharapkan untuk terus mengembangkan kreativitas dalam memanfaatkan sosial media dan terus mencoba menambah pengetahuan mereka tentang postingan (content) seperti apa yang sedang tren di media sosial untuk menunjang praktik ini (Nur Syamsiyah et al. 2024).

Langkah keempat yaitu evaluasi dan monitoring. Pada Langkah ini kita akan mengevaluasi setiap tahapan yang dilaksanakan untuk memastikan apakah kegiatan yang dilaksanakan telah memberikan hasil yang telah diharapkan. Langkah ini dapat dilakukan dengan mengevaluasi perkembangan tingkat penjualan dan perkembangan wisata.

Peneliti menggunakan metode ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan usaha olahan ikan UMKM dan menarik pengunjung pariwisata Kampung Nelayan dengan memanfaatkan teknologi aplikasi digital melalui pelatihan yang diberikan, juga berkontribusi untuk mendorong perekonomian lokal melalui pembelian produk-produk olahan ikan produk UMKM.

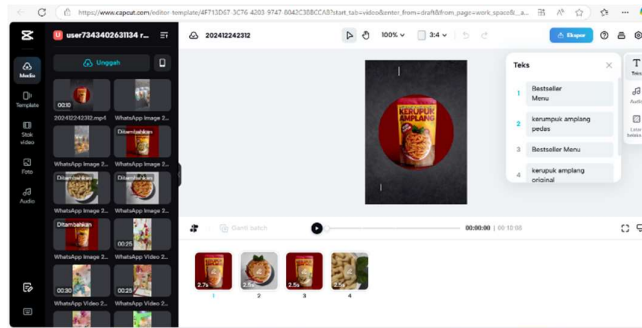
3. HASIL

Hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu, pelaku usaha UMKM olahan ikan dan pariwisata Kampung Nelayan menjadi lebih kreatif dan inovatif, tidak hanya berkaitan dengan penciptaan produk olahan baru, tetapi juga melibatkan pengembangan kemampuan para pengembang usaha UMKM dalam melakukan transformasi digital dalam pemanfaatan digital marketing sebagai pengembang bisnis (Aditya Restu Hapriyanto 2024). Kegiatan pelatihan content creator pemula bagi para pelaku usaha UMKM dan Pariwisata Kampung Nelayan ini menjadi fokus utama dari kegiatan ini, dimana para pelaku usaha UMKM akan diberi pelatihan bagaimana menggunakan aplikasi digital CANVA dan CAPCUT, sebagai sarana pengembang inovatif dan kreativitas. Hasilnya para pengusaha UMKM dapat aktif dalam mendistribusikan produk dan pariwisata mereka dengan membuat konten (content) yang lebih baik dan profesional.

Praktik Pelatihan Content Creator Pemula



Gambar 2: Hasil Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Bersama Peserta



Gambar 3: Proses Pelatihan Penggunaan Aplikasi Capcut Bersama Peserta

Melalui kegiatan ini, para peserta pelatihan berhasil dalam membuat konten (content) yang baik dan profesional dalam mendistribusikan hasil olahan ikan dan pariwisata Kampung Nelayan. Dimana para pelaku usaha dapat membuat berbagai postingan yang lebih kreatif dan inovatif dibandingkan sebelum kegiatan ini dilaksanakan. Jika sebelumnya hanya mengupload postingan dengan foto produk sederhana, sekarang menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan pengaplikasian aplikasi digital seperti CAPCUT dan CANVA. Dimana dalam pengaplikasian hasil praktik menggunakan CAPCUT dan CANVA akan diupload di berbagai sosial media pendukung para pelaku usaha UMKM (WA, FB, TIKTOK, dan INSTAGRAM).

Penggunaan aplikasi Canva sendiri dapat meningkatkan kreativitas dalam membuat desain poster, presentasi, dan konten visual lainnya. baik dalam mempromosikan produk dan memberi informasi akan produk (Sholeh, Rachmawati, and Susanti 2020). Selain digunakan sebagai alat adopsi pengembang visual, Canva juga dapat diintegrasikan secara aktif sebagai sarana strategi pemasaran dan branding bagi para pelaku UMKM (Alamsyah 2024). Penggunaan Canva sebagai alat desain grafis yang intuitif dan mudah digunakan, yang diharapkan dapat digunakan oleh banyak orang tanpa memiliki latar belakang pengalaman tentang desain formal, dapat membuat berbagai konten promosi yang menarik dan juga profesional) (Saehan et al. 2023).

Sedangkan aplikasi Capcut dapat meningkatkan inovasi dan kreatifitas dalam membuat konten foto maupun potongan video pendek yang menarik terutama jika dipadupadankan dengan musik yang sesuai dengan tema foto dan video yang akan dibuat. Selain itu penambahan musik yang sedang trend pada konten (content) pada postingan juga dapat mendorong postingan kita muncul atau dicari oleh para pengguna sosial media. Melalui media video, kita dapat mempromosikan usaha dengan cara membuat video promosi (Sari et al. 2023). Sehingga hasil lain dari diadakannya kegiatan pelatihan ini yaitu,

memberikan wawasan kepada para pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan sosial media melakukan kegiatan promosi, dalam membuat berbagai konten produk olahan ikan dan pariwisata Kampung Nelayan yang memiliki daya tarik, dapat mudah dibuat bagi pemula dan terlihat profesional.

Upgrade Distribusi Konten Pemasaran Digital

Meningkatnya kualitas hasil konten yang dibuat telah memberikan hasil yang signifikan bagi para pelaku usaha UKMK olahan ikan dan pariwisata Kampung Nelayan tentang pemanfaatan aplikasi digital dalam digital marketing. Dimana penggunaan aplikasi digital ini dapat meningkatkan tingkat pemahaman dan tingkat kualitas pemasaran produk UMKM olahan Ikan dan ariwisata Kampung Nelayan dalam pengembangan distribusi digital marketing mereka.

Hasil dari upgrade konten pemasaran digital ini juga meningkatkan pembelian produk. Dimana produk menjadi lebih banyak dikenal oleh konsumen dan informasi mengenai tempat pariwisata Kampung Nelayan menjadi lebih terbuka luas. Sehingga perekonomian di Desa Salira tempat UMKM olahan ikan dan pariwisata Kampung Nelayan ini berada dapat meningkat.

4. DISKUSI

Berdasarkan hasil kegiatan ini, hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Sendi et al. 2022), dimana peningkatan pengembangan pemasaran serta penyebarluasan produk UMKM melalui sosial media atau teknologi dapat meningkatkan pendapatan serta perputaran ekonomi yang berdampak positif terhadap usaha UMKM.

Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat (Natalia Sari Pujiastuti, Kharisma Ayu, and Sri Syamsiah 2023) tentang upload video hasil dari aplikasi bukan berarti langsung sukses menguasai pasar online, tapi juga dibutuhkan strategi untuk menumbuhkan berbagai konten yang menarik. Hal tersebut yang dapat mengoptimalkan kegiatan digital marketing dalam distribusi pemasaran.

5. KESIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat dalam Pelatihan Content Creator Pemula dengan tema “Pengaplikasian Aplikasi CANVA dan CAPCUT Dalam Digital marketing” berhasil memberi perubahan yang signifikan dan lebih positif terhadap perkembangan digital marketing usaha UMKM Olahan Ikan dan Pariwisata Kampung Nelayan. Dimana penguasaan dalam pengambilan foto maupun video juga pembuatan konten pemasaran digital menjadi lebih baik dan profesional. Sehingga para pelaku UMKM dapat menjadi lebih percaya diri dan terdorong untuk menjadi pelaku food content creator ataupun food influencer dimasa yang akan datang, dengan memproduksi sendiri konten penjualan mereka. Penggunaan strategi pemasaran dengan pengaplikasian teknologi ini menjadi sarana yang efektif untuk menciptakan konten yang menarik, informatif, dan memiliki daya saing yang baik dalam meningkatkan branding produknya.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, N., Azmi, N., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Adaptasi digital marketing dalam rangka mewujudkan ekonomi kreatif UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari. *KACANEGERA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v7i1.1723>
- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi inovatif dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 115–124. <https://doi.org/10.60076/njms.v2i1.255>
- Huizen, L. M., Christioko, B. V., & Handayani, T. (2023). Pemanfaatan aplikasi Capcut untuk membuat video digital marketing sebagai strategi promosi inovatif produk UMKM. *Jurnal Pengabdian DIMASTIK*, 1(2), 133. <https://doi.org/10.26623/dimastik.v1i2.7277>
- Literasi Digital, Bagi Guru, D A N Calon Guru Sekolah, Sebagai Penunjang, & Pembelajaran Dan. (2022). 3 1,2,3. 2(01), 87–94.
- Mahfudah, S. N. (2024). Transformasi ekonomi perempuan melalui UMKM olahan ikan: Inovasi dan pemberdayaan kampung nelayan Desa Salira, 168–175.
- Pujiastuti, N. S., Ayu, K., & Syamsiah, S. (2023). Peningkatan kompetensi digital marketing UKM melalui pelatihan video promosi untuk komunitas UKM Kelurahan Pandean Lamper Kota Semarang. *Perigel: Jurnal Penyuluhan Masyarakat Indonesia*, 2(4), 16–28. <https://doi.org/10.56444/perigel.v2i4.1241>
- Rahayu, M., & Fitriyah, Z. (2024). Keterampilan foto dan video sebagai peningkatan branding produk bagi UMKM Kelurahan Rungkut Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 1–7. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2497>
- Sachan, A., Kusmanto, K., Suryadi, S., & Hidayat Pohan, T. (2023). Pelatihan desain grafis

- menggunakan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44–48. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v3i2.129>
- Saputra, A. I., & Alamsyah. (2024). Peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM bersaing di era digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 343. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Sari, P. Y. P. K., Qomariah, E., Jazuli, M., et al. (2023). Pemanfaatan aplikasi Android dalam promosi kain sasirangan oleh pengrajin di bantaran sungai Lulut sebagai digital startup di masa pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar ...*, 612–622. <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/2191>
- Sendi, M., Carolin, I. G., Ramadani, R., Fahri, M., & Wardana, E. D. (2022). Pelatihan dan pendampingan digitalisasi dalam pemanfaatan platform digital pada pelaku usaha UMKM di Desa Salo Palai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 878–882.
- Shadra, A. M. (2024). Pemanfaatan social media sebagai alat komunikasi Bojongmenteng Lebak Banten, 3, 129–137.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UMKM. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Syamsiyah, N., Supriatna, A., Novianti, E., Isniah, S., & Prawesti, G. (2024). Strategi marketing digital homestay dalam upaya pengembangan pariwisata desa wisata Cikolelet Kecamatan Cinangka Kabupaten Serang, Banten. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 2(1), 123–131. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i1.417>