

PENINGKATAN PROMOSI DAN NILAI TAMBAH USAHA KERAJINAN TANGAN SEBAGAI DIVERSIFIKASI AGROBISNIS PERIKANAN DI DESA BAHOI

Steelma V. Rantung^{1*}, Jardie A. Andaki¹, Jeannette F. Pangemanan¹, Maria Magdalena Mandagi¹, Virgiawan Enis Sasube¹, Praiselya Talamuda¹

¹Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado, Indonesia

Koresponden email: steelmarantung@unsrat.ac.id

Abstract

Bahoi Village is a marine ecotourism village with potential for developing handicraft enterprises as coastal identity-based souvenir products. However, business actors face limitations in production capacity, product design knowledge, and digital promotion skills, which constrain value creation. This study aimed to analyse the improvement of promotion and added value of handicraft enterprises as a diversification strategy for fisheries agribusiness among small business groups in Bahoi Village, West Likupang District, North Minahasa Regency. A qualitative-evaluative descriptive approach was applied through observation, interviews, discussions, documentation, extension activities, training, and mentoring. The intervention focused on the role of handicrafts in supporting marine ecotourism, product design development, utilization of coastal natural materials, and online marketing through social media. The results show that handicraft activities have become an economic activity supporting ecotourism but remain constrained by limited tools, capital, design variation, and market access. Extension and mentoring activities broadened the participants' understanding of creative products, promotional techniques, and digital content. Added value can be strengthened by integrating production capacity, coastal-based product design, product photography, social media promotion, and business group strengthening. This model is relevant for enhancing coastal household income diversification based on marine ecotourism.

Keywords: Bahoi; digital promotion; fisheries agribusiness; handicraft; marine ecotourism

Abstrak

Pengolahan ikan demersal di Desa Mantehage-Buhias, Kecamatan Wori, memiliki potensi agrobisnis karena ketersediaan sumber daya ikan dan keberadaan kelompok perempuan pengolah ikan. Namun, usaha pengolahan masih menghadapi keterbatasan modal, manajemen usaha, teknologi pengolahan, pengemasan, promosi, dan jejaring pemasaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis penguatan nilai tambah perikanan tangkap demersal melalui pendekatan ekonomi kreatif pada kelompok perempuan pengolah ikan. Penelitian menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan evaluatif-partisipatif. Data dikumpulkan melalui survei awal, observasi lapangan, wawancara, diskusi kelompok, penyuluhan, demonstrasi, pemutaran video pembelajaran, dan dokumentasi kegiatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok mitra telah memiliki pengalaman mengolah ikan demersal secara tradisional, terutama melalui pengasinan dan pengeringan, serta menerapkan pemasaran berbasis perjanjian harga dan kuantitas produksi dengan pembeli lokal dan pembeli dari Kota Manado. Permasalahan utama meliputi skala usaha kecil, ketergantungan pada pembeli tertentu, belum optimalnya pengemasan, lemahnya pencatatan usaha, dan rendahnya pemanfaatan media sosial. Intervensi edukatif meningkatkan pemahaman kelompok tentang diversifikasi produk, promosi digital, kemasan, dan manajemen usaha sederhana. Penguatan nilai tambah perlu dilakukan melalui integrasi teknologi pengolahan sederhana, inovasi kemasan, pemasaran digital, kelembagaan kelompok, dan pengelolaan limbah. Model ini relevan untuk meningkatkan posisi tawar perempuan pengolah ikan dan keberlanjutan agrobisnis perikanan pulau kecil.

Kata kunci: agrobisnis perikanan; ekonomi kreatif; ikan demersal; nilai tambah; pengolah ikan perempuan

PENDAHULUAN

Agrobisnis perikanan di wilayah pesisir tidak hanya berkaitan dengan produksi dan pemasaran ikan, tetapi juga meliputi kegiatan ekonomi turunan yang berkembang dari sumber daya pesisir, budaya nelayan, dan ekowisata bahari. Dalam konteks desa pesisir, diversifikasi usaha menjadi strategi penting untuk memperkuat pendapatan rumah tangga, mengurangi ketergantungan pada satu sumber nafkah, serta memperluas peluang ekonomi masyarakat. Salah satu bentuk diversifikasi tersebut adalah usaha kerajinan tangan atau handy craft berbasis identitas pesisir yang dapat berfungsi sebagai cenderamata bagi wisatawan.

Desa Bahoi di Kecamatan Likupang Barat, Kabupaten Minahasa Utara, dikenal sebagai desa ekowisata bahari yang berkembang melalui pengelolaan pesisir berbasis masyarakat. Keberadaan Daerah Perlindungan Laut sejak tahun 2003 dan kondisi ekosistem pesisir yang relatif terjaga membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha pendukung wisata, termasuk usaha kerajinan tangan. Produk yang dihasilkan antara lain ornamen ikan dari kayu, hiasan dari batok kelapa, gantungan kunci, dan kalung berbahan kayu kelapa. Usaha ini mulai ditekuni sejak sekitar tahun 2010 dan menjadi salah satu identitas ekonomi kreatif Desa Bahoi.

Potensi usaha kerajinan tangan cukup besar karena produk tersebut memiliki hubungan langsung dengan pengalaman wisatawan. Laporan kegiatan menunjukkan bahwa produk kerajinan tangan Desa Bahoi pernah dipesan dalam jumlah besar, termasuk oleh pembeli dari Bogor dan wisatawan mancanegara. Pada kondisi normal, pendapatan usaha diperkirakan berkisar antara Rp1.000.000 sampai Rp3.000.000 per bulan. Namun, kapasitas produksi masih terbatas karena peralatan sederhana, sementara pada masa pandemi dan kondisi New Normal terjadi penurunan pendapatan hingga sekitar 80% akibat berkurangnya kunjungan wisatawan.

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UKM kerajinan tangan di Desa Bahoi mencakup keterbatasan alat bantu produksi, belum diketahuinya ragam ornamen yang paling diminati wisatawan, serta rendahnya kemampuan promosi online. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan nilai tambah tidak cukup dilakukan melalui produksi barang semata, tetapi perlu disertai desain produk, pengemasan, fotografi produk, pemasaran digital, dan penguatan kelembagaan usaha. Dalam perspektif kewirausahaan, inovasi dan kemampuan membaca pasar merupakan dasar penting dalam memperkuat daya saing usaha kecil (Drucker, 1985; Kotler & Keller, 2016).

Kesenjangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang perlu dijawab adalah belum tersusunnya model sederhana yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas produksi, desain produk berbasis identitas pesisir, promosi digital, dan penguatan kelompok usaha pada masyarakat desa ekowisata bahari. Sebagian program pemberdayaan pesisir masih berfokus pada produksi perikanan atau pengembangan objek wisata, sedangkan usaha kreatif pendukung ekowisata belum banyak diposisikan sebagai bagian dari sistem agrobisnis perikanan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji bagaimana kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan dapat memperkuat nilai tambah usaha kerajinan tangan di desa pesisir.

Penelitian ini bertujuan menganalisis peningkatan kemampuan promosi dan nilai tambah usaha kerajinan tangan pada kelompok UKM di Desa Bahoi sebagai bentuk diversifikasi agrobisnis perikanan berbasis ekowisata bahari. Secara khusus, penelitian ini mengidentifikasi kondisi awal usaha, permasalahan utama, proses intervensi, capaian pendampingan, serta implikasi pengembangan usaha bagi masyarakat pesisir.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan pendekatan penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Bahoi, Kecamatan Likupang Barat, Kabupaten Minahasa Utara. Lokasi ini dipilih secara sengaja karena Desa Bahoi merupakan desa pesisir yang memiliki aktivitas ekowisata bahari dan kelompok usaha kerajinan tangan yang berkembang sebagai usaha pendukung wisata. Objek penelitian adalah kelompok UKM handy craft dan pelaku usaha kerajinan tangan yang memanfaatkan bahan lokal pesisir.

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif-evaluatif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian tidak hanya menggambarkan kondisi usaha, tetapi juga mengevaluasi proses intervensi berupa penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Data diperoleh dari laporan kegiatan, observasi lapangan, wawancara, diskusi dengan pelaku usaha, dokumentasi proses pendampingan, serta pengamatan terhadap produk yang dihasilkan.

Tahapan kegiatan dan analisis data

Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, penyusunan materi, penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi capaian. Materi penyuluhan mencakup arti penting kerajinan tangan sebagai penunjang ekowisata, pengembangan desain kerajinan yang populer dan khas pesisir, serta pemasaran online produk melalui media sosial. Pelatihan dilakukan dalam bentuk praktik pembuatan ornamen dan penyusunan konten promosi produk.

Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui reduksi data, pengelompokan informasi, interpretasi temuan, dan penyusunan model peningkatan nilai tambah. Indikator evaluasi meliputi perubahan pemahaman peserta, kemampuan mengembangkan produk kreatif, kesadaran terhadap pentingnya promosi digital, serta identifikasi kebutuhan lanjutan berupa alat produksi, modal, dan pendampingan.

Tabel 1. Fokus intervensi peningkatan promosi dan nilai tambah usaha kerajinan tangan di Desa Bahoi.

Aspek yang dikaji	Masalah awal	Intervensi	Indikator capaian
Produksi	Peralatan sederhana dan kapasitas produksi rendah	Pengenalan alat bantu dan praktik produksi ornamen	Pelaku usaha memahami kebutuhan alat dan efisiensi produksi
Desain produk	Ragam ornamen belum disesuaikan dengan preferensi wisatawan	Pelatihan desain produk khas pesisir dan pemanfaatan bahan alami	Muncul ide produk yang lebih variatif dan berbasis identitas lokal
Promosi	Belum memahami pemasaran online dan konten promosi	Penyuluhan media sosial, foto produk, dan video promosi	Pelaku usaha memahami pentingnya promosi digital
Kelembagaan	Keterbatasan modal dan dinamika kelompok	Pendampingan kelompok dan identifikasi kebutuhan dukungan	Kebutuhan pendampingan lanjutan dan akses pembiayaan teridentifikasi

Sumber: diolah dari data kegiatan PKM, 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konteks usaha kerajinan tangan dalam ekowisata Bahoi

Usaha kerajinan tangan di Desa Bahoi tumbuh dari lingkungan sosial dan ekologis desa pesisir. Produk yang dibuat memanfaatkan inspirasi dari kehidupan bahari, seperti bentuk ikan, penyu, ornamen laut, serta bahan alami yang mudah diperoleh di sekitar desa. Produk ini memiliki fungsi ekonomi karena dapat dijual sebagai cenderamata, sekaligus memiliki fungsi sosial-budaya karena memperkuat identitas Bahoi sebagai desa ekowisata bahari.

Keberadaan ekowisata menciptakan pasar langsung bagi produk kerajinan tangan. Wisatawan yang berkunjung tidak hanya menikmati objek wisata, tetapi juga membutuhkan produk yang dapat dibawa pulang sebagai tanda pengalaman berkunjung. Dalam hal ini, produk kerajinan tangan dapat menjadi bagian dari rantai nilai ekowisata. Namun, nilai tambah produk sangat bergantung pada estetika, keunikan, mutu pengerjaan, kemasan,

dan kemampuan promosi. Jika seluruh unsur tersebut tidak dikelola, potensi permintaan tidak dapat dikonversi menjadi pendapatan yang optimal.

Permasalahan utama dan kebutuhan teknologi sederhana

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa permasalahan utama pelaku UKM handy craft adalah keterbatasan alat produksi, informasi pasar, dan kemampuan promosi online. Keterbatasan alat membuat proses produksi membutuhkan waktu lama. Contoh pada laporan kegiatan menunjukkan bahwa pembuatan sejumlah ornamen dapat memerlukan waktu hingga sekitar satu bulan apabila menggunakan alat sederhana, sedangkan dengan alat yang lebih tepat waktu pengerjaan berpotensi dipangkas menjadi sekitar satu minggu.

Keterbatasan informasi pasar juga memengaruhi arah produksi. Pelaku usaha belum sepenuhnya mengetahui jenis ornamen yang paling populer, paling diminati wisatawan, dan paling sesuai untuk segmen pasar tertentu. Akibatnya, produksi cenderung didasarkan pada kebiasaan atau keterampilan yang sudah dimiliki, bukan pada analisis selera konsumen. Padahal dalam pasar cenderamata, nilai jual produk dipengaruhi oleh kombinasi antara harga, tampilan, makna lokal, ukuran, kemudahan dibawa, dan cerita produk.

Permasalahan ketiga adalah keterbatasan pemasaran online. Ketika kunjungan wisatawan menurun, ketergantungan pada penjualan langsung di lokasi menjadi risiko besar. Pada masa pandemi dan New Normal, laporan kegiatan mencatat adanya penurunan pendapatan hingga sekitar 80%. Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi digital bukan lagi pelengkap, tetapi kebutuhan untuk menjaga kesinambungan pasar.

Tabel 2. Perubahan orientasi usaha kerajinan tangan setelah penyuluhan dan pendampingan.

Komponen usaha	Kondisi sebelum pendampingan	Arah perubahan setelah pendampingan
Orientasi produk	Produk dibuat berdasarkan keterampilan yang sudah ada	Produk diarahkan menjadi cenderamata khas pesisir dan ekowisata
Bahan baku	Menggunakan bahan yang tersedia secara terbatas	Memanfaatkan bahan alami pesisir dan bahan pendukung dari tim pendamping
Pemasaran	Mengandalkan pembelian wisatawan secara langsung	Mulai diarahkan pada promosi foto/video dan media sosial
Daya saing	Harga cenderung tinggi karena proses manual lama	Efisiensi produksi dan desain kreatif menjadi fokus peningkatan nilai tambah

Sumber: diolah dari data kegiatan PKM, 2024.

Penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan sebagai proses peningkatan kapasitas

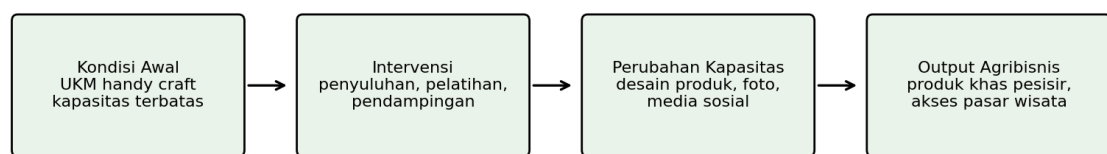
Penyuluhan dilakukan pada kelompok ibu-ibu dan beberapa bapak yang aktif atau berminat dalam usaha kerajinan tangan. Materi penyuluhan disusun agar mudah diterima oleh peserta, yaitu mengenai arti penting handy craft sebagai penunjang ekowisata, desain produk populer, dan pemasaran online. Penyampaian materi tidak hanya dilakukan secara lisan dan tertulis, tetapi juga menggunakan video. Media audio visual terbukti menarik perhatian peserta karena memudahkan mereka melihat contoh bentuk produk, teknik pembuatan, dan kemungkinan pengembangan promosi.

Pelatihan praktik memberi ruang bagi peserta untuk mencoba membuat ornamen kreatif. Pendampingan pada proses produksi memperlihatkan bahwa pelaku usaha dapat memanfaatkan bahan-bahan alami di sekitar pesisir, seperti kayu, batok kelapa, kerang, serta bahan pendukung lain. Produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki fungsi dekoratif,

tetapi juga dapat membawa narasi lokal tentang ekowisata Bahoi, konservasi pesisir, dan kehidupan masyarakat nelayan.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan wawasan mengenai pentingnya desain, variasi produk, dan pemasaran digital. Meskipun demikian, keterbatasan pendidikan dasar dan pengalaman teknologi membuat proses transfer pengetahuan perlu dilakukan bertahap. Tim pendamping perlu menyamakan pemahaman peserta sebelum masuk pada materi pemasaran online yang lebih teknis. Hal ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat bahwa inovasi akan lebih mudah diterima apabila sesuai dengan pengalaman, kebutuhan, dan kapasitas sosial pelaku usaha (Soekanto, 2003; Iskandar, 2001).

Model peningkatan nilai tambah handy craft berbasis ekowisata bahari



Penguatan kelompok dan dukungan modal/peralatan diperlukan untuk keberlanjutan usaha

Gambar 1. Model peningkatan promosi dan nilai tambah usaha kerajinan tangan berbasis ekowisata bahari.

Model nilai tambah berbasis ekowisata dan media sosial

Model peningkatan nilai tambah yang dapat dikembangkan dari kegiatan ini terdiri atas empat unsur. Pertama, peningkatan kapasitas produksi melalui peralatan yang lebih memadai agar waktu pengerjaan lebih singkat dan produk lebih seragam. Kedua, penguatan desain produk melalui ornamen yang khas, mudah dikenali, dan memiliki cerita lokal. Ketiga, promosi digital melalui foto produk, media sosial, dan video singkat. Keempat, penguatan kelembagaan kelompok agar produksi, pembiayaan, dan pemasaran dapat dilakukan secara lebih terorganisasi.

Promosi digital memiliki peran strategis karena dapat memperluas pasar di luar kunjungan wisatawan langsung. Produk kerajinan tangan dapat ditampilkan melalui media sosial, katalog digital, grup percakapan, dan video pendek. Dengan cara ini, calon pembeli dapat melihat produk sebelum datang ke lokasi atau melakukan pemesanan dari luar desa. Pemasaran digital juga memungkinkan pelaku usaha menampilkan proses pembuatan produk, asal bahan, dan cerita lokal sehingga nilai emosional produk meningkat.

Dalam perspektif agrobisnis perikanan, kerajinan tangan di Desa Bahoi dapat dipahami sebagai usaha pendukung ekonomi pesisir. Produk tidak berasal langsung dari ikan, tetapi tumbuh dari ekosistem ekonomi masyarakat pesisir, ekowisata bahari, dan identitas lokal. Oleh karena itu, usaha ini dapat memperkuat diversifikasi pendapatan rumah tangga nelayan, terutama pada saat pendapatan dari aktivitas utama menurun. Diversifikasi usaha menjadi penting untuk menjaga ketahanan ekonomi masyarakat pesisir dan memperluas peluang kerja lokal.

Implikasi pengembangan usaha

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa, pemerintah kabupaten, perguruan tinggi, dan mitra swasta. Dukungan

dapat diarahkan pada penyediaan alat produksi sederhana, pelatihan desain produk, pelatihan fotografi produk, pendampingan pemasaran digital, serta fasilitasi akses pembiayaan. Selain itu, produk kerajinan tangan perlu dihubungkan dengan paket ekowisata Bahoi agar menjadi bagian dari pengalaman wisata yang utuh.

Keterbatasan penelitian ini adalah data yang dianalisis lebih banyak bersifat kualitatif dan berbasis proses pendampingan. Laporan kegiatan belum memuat pengukuran kuantitatif yang rinci mengenai peningkatan jumlah produksi, penjualan, pendapatan, atau jumlah pesanan setelah intervensi. Penelitian lanjutan perlu menggunakan desain pre-test dan post-test, analisis biaya dan keuntungan, serta pemantauan penjualan digital untuk menilai dampak ekonomi secara lebih terukur.

KESIMPULAN

Usaha kerajinan tangan di Desa Bahoi memiliki potensi sebagai diversifikasi agrobisnis perikanan berbasis ekowisata bahari. Potensi tersebut didukung oleh identitas desa sebagai destinasi ekowisata, ketersediaan bahan lokal pesisir, dan minat wisatawan terhadap produk cenderamata. Namun, usaha masih menghadapi kendala berupa keterbatasan alat produksi, modal, variasi desain, dan kemampuan promosi online. Penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan mampu meningkatkan wawasan pelaku usaha mengenai desain produk kreatif, pemanfaatan bahan lokal, dan pentingnya promosi digital. Peningkatan nilai tambah perlu dikembangkan melalui integrasi kapasitas produksi, desain khas pesisir, konten digital, pemasaran media sosial, dan penguatan kelompok usaha.

Disarankan agar pendampingan dilanjutkan secara periodik, terutama pada aspek pengemasan, fotografi produk, pembuatan katalog digital, dan manajemen pesanan. Pemerintah daerah dan lembaga pendamping perlu memfasilitasi akses peralatan, modal usaha, serta promosi produk melalui paket ekowisata bahari Desa Bahoi. Penelitian berikutnya perlu mengukur dampak intervensi terhadap volume produksi, penjualan, pendapatan, dan perluasan pasar secara kuantitatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Sam Ratulangi melalui DIPA Badan Layanan Umum Nomor SP DIPA-023.17.2.677519/2024 yang telah membiayai kegiatan Program Kemitraan Masyarakat Klaster 2. Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Bahoi, kelompok UKM handy craft, mahasiswa pendamping, serta seluruh pihak yang mendukung pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. 2019. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 7th ed. Pearson, Harlow.
- Creswell, J.W. & Poth, C.N. 2018. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 4th ed. SAGE Publications, Thousand Oaks.
- Drucker, P.F. 1985. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row, New York.
- Goode, W.J. 1991. *Sosiologi Keluarga*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hadiwijoyo, S.S. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Iskandar, J. 2001. *Manusia, Budaya, dan Lingkungan: Kajian Ekologi Manusia*. Humaniora Utama Press, Bandung.

- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. Marketing Management. 15th ed. Pearson Education, Boston.
- Kuncoro, M. 2006. Ekonomika Pembangunan: Teori, Masalah, dan Kebijakan. Edisi Keempat. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Porter, M.E. 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press, New York.