

STRATEGI PEMASARAN ONLINE KERUPUK AMPLANG DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT PADA MASA ENDEMI DI DESA PEKAN KAMIS

¹Susanti, ²M. Iqbaluddin, ³Rahdi Ahyar, ⁴Khairunnisa, ⁵Shintya Zulaikha, ⁶Cindy Nadya Marlina
¹Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ilmu Agama Islam, ²Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, ³Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ilmu Agama Islam, ⁴Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, ⁵Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ilmu Agama Islam, ⁶Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri
Email: smksusanti76@gmail.com, saptazies@gmail.com, radiakhyar1@gmail.com,
khairunnisa110599@gmail.com, shintyazulaikha@gmail.com, cyndynadyamarlina20@gmail.com

ABSTRAK

Amplang yang beredar pada umumnya berwarna putih, bertekstur tebal dan renyah. Hingga kini, belum begitu banyak produsen yang memberikan pewarna pada produk Amplang. Melalui penelitian ini, peneliti ingin memberikan pewarna pada Amplang. Pemberian pewarna dapat menggunakan pewarna alami dan pewarna sintesis. Namun, pewarna sintesis kurang baik untuk kesehatan, sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan pewarna alami. Bagaimana Strategi Pembuatan Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19, dan Bagaimana faktor penghambat dan faktor pendukung Strategi Pembuatan Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19. Pokok-pokok pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah Kebijakan, Masyarakat lebih memahami tentang Strategi Pembuatan Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19. Strategi, Memberikan edukasi atau alternatif kepada masyarakat dalam memberikan pemahaman tentang Strategi Pembuatan Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19. Upaya, Berharap agar alternatif tentang Strategi yang bisa di tempuh dalam pembuatan Amplang Sebagai Solusi Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu. Hasil dalam penelitian ini Dalam hal Strategi Pembuatan Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19 Dalam hal Strategi Pembuatan Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19 pembuatan Amplang memang berbahan dasar dari kelapa tetapi juga menggunakan tempat yang memang dapat di sediakan dalam membuat Amplang. Faktor pendukung dalam Strategi Pemasaran Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19 adalah adanya dukungan dari semua pihak yang menjadikan penerapan strategi pembuatan Amplang ini dapat di laksanakan dengan baik dan faktor penghambat Strategi Pembuatan Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19 adalah tidak adanya kepengurusan tersendiri yang mengurus promosi untuk pengusaha Amplang dan juga tidak adanya alat bantu yang memadai sehingga pembuatan Amplang kurang dapat berjalan dengan baik sehingga masyarakat memang masih kurang berminat dalam pengolahan Amplang menjadi makanan olahan di daerah tersebut.

Kata Kunci: Kerupuk Amplang, Perekonomian, Pemasaran

ABSTRACT

Amplang in circulation is generally white, thick and crunchy in texture. Until now, not many manufacturers have provided coloring to Amplang products. Through this research, researchers want to provide coloring to Amplang. Dyeing can use natural dyes and synthetic dyes. However,

Susanti, Strategi Pemasaran Online Kerupuk Amplang Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Endemi Di Desa Pekan Kamis

synthetic dyes are not good for health, so in this study the researchers used natural dyes, How is the Strategy for Making Amplangs to Improve the Economy of the Pekan Kamis Village Community, Tembilahan Hulu District Post Covid-19 Pandemic, and What are the inhibiting and supporting factors for the Strategy for Making Amplangs to Improve The Economy of the Pekan Kamis Village Community, Tembilahan Hulu District Post the Covid-19 Pandemic. The main points of problem solving in this research are policies, the community understands more about the Amplang Making Strategy to Improve the Economy of the Pekan Kamis Village Community, Tembilahan Hulu District Post the Covid-19 Pandemic. Strategy, Providing education or alternatives to the community in providing an understanding of the Amplang Making Strategy to Improve the Economy of the Pekan Kamis Village Community, Tembilahan Hulu District Post the Covid-19 Pandemic. Efforts, hope that alternative strategies can be taken in making Amplang as a solution to improve the economy of the Pekan Kamis village community, Tembilahan Hulu District. The results of this research are in terms of strategies for making amplangs to improve the economy of the Pekan Kamis village community, Tembilahan Hulu District, post the Covid-19 pandemic. coconut but also using the space that can be provided in making Amplangs. The supporting factor in the Amplang Marketing Strategy to Improve the Economy of the Pekan Kamis Village Community, Tembilahan Hulu District Post Covid-19 Pandemic is the support from all parties which makes the implementation of this Amplang making strategy possible. and the inhibiting factor for the Amplang Making Strategy to Improve the Economy of the Pekan Kamis Village Community, Tembilahan Hulu District Post the Covid-19 Pandemic is the absence of a separate management that takes care of promotions for Amplang entrepreneurs and also the absence of adequate tools so that the Amplang making cannot run well. So people are still less interested in processing Amplang into processed food in the area.

Keywords: Amplang Crackers, Economy, Marketing

1 PENDAHULUAN

Sektor perdagangan ini memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dilihat dari pembangunan pertanian yang diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi., 2005:22).

Sesuai dengan perkembangan zaman dan lingkungan maka orang-orang zaman sekarang akan lebih berhati-hati dalam membeli suatu produk ntah itu produk makanan, dan minuman. Zaman dulu orang membeli makanan hanya memperhatikan pada rasanya yang enak dengan harga murah tanpa harus melihat dari perpekstif kesehatannya dan tidak tahu apa yang akan terjadi jika makanan tersebut masuk kedalam tubuh kita. Akan tetapi akhir akhir ini kecendrungan masyarakat kita dalam membeli makanan adalah memperhatikan rasa, gizi dalam makanan tersebut, dan baru memikirkan harga. Oleh karena itu amplang dapat dijadikan inovasi bagi kaum manusia zaman sekarang. Mengapa demikian?. Karena manusia zaman sekarang tidak melihat suatu produk makanan dari harga saja namun juga melihat gizi apa saja yang terkandung di dalamnya. Mudahnya mendapatkan udang ini, menjadikan udang banyak diolah menjadi olahan makanan. Udang yang kita kenal selama ini banyak dikonsumsi sebagai lauk, seperti di gulai, goreng, dll. Kandungan vitamin dan mineral yang terkandung dalam bayam sangat baik bagi kesehatan tubuh. Mengkonsumsi udang secara rutin dapat menurunkan risiko terkena penyakit stroke. Selain itu, makanan udang juga sangat berguna untuk pembentukan sel darah merah di dalam tubuh sehingga tubuh tidak mudah terserang anemia atau kurang darah.

Amplang merupakan cemilan yang sangat digemari oleh berbagai kalangan baik kalangan muda maupun tua karena rasanya yang enak, gurih, dan sehat. Peluangnya banyak anak anak yang suka begitu pulah orang tua sehingga hal tersebut bisa menjadi patokan atau semangat motivasi bagi saya untuk tetap dan selalu berusaha memproduksi amplang ini.

Namun, tak sedikit dari masyarakat Indonesia yang tidak suka mengkonsumsi sayuran. Melihat keadaan tersebut, saya bermaksud membuat udang menjadi produk olahan yang berbeda dari biasanya. Di sini, saya akan membuat udang menjadi keripuk amplang. Rasa keripik yang renyah dan gurih menjadikan keripik masih menjadi primadona cemilan bagi kebanyakan orang.

2 METODE PELAKSANAAN

Peneliti menggunakan metode wawancara dengan pedoman umum untuk mengumpulkan data dari subjek. Metode ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana memberikan pemahaman tentang Strategi pemasaran amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19. Dan melakukan Pelatihan pembuatan kerupuk amplang/udang serta sosialisasi pendampingan dan pengembangan pada pelaku UMKM.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran

Pengertian Pemasaran. Definisi marketing atau pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain.

Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebriti, selebgram atau siapapun yang memiliki kepopuleran untuk mendongkrak produk tersebut. Tak hanya itu, dalam pemasaran, bagian yang memiliki tugas ini akan membuat kemasan atau desain yang menarik pada iklan sehingga akan banyak orang yang tertarik.

Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan bisa didapatkan.

Strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan pada umumnya dan bidang pemasaran pada khususnya. Disamping itu strategi yang menetapkan harus ditinjau kembali sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan yang selalu berubah. Dengan demikian strategi pemasaran dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan perusahaan. Untuk memperoleh pengertian lebih luas tentang strategi pemasaran, maka pada awal pembahasan ini, peneliti kemukakan definisi strategi pemasaran dari beberapa ahli diantaranya adalah: Menurut Dedi Mulyadi yang dikutip dalam jurnal manajemen yang mengemukakan bahwa, strategi adalah hal yang menetapkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya didalam bisnis dan tentang untuk membantu menenangkan persaingan didalam pasar. Menurut Indra Wijaya yang dikutip dalam jurnal ilmu manajemen yang mengemukakan bahwa, strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (objectives), dalam situasi persaingan tertentu. Untuk itu kegiatan dalam pemasaran industri bisnis harus direncanakan sesuai strategi yang optimal. Menurut Sofjan Assauri berpendapat bahwa, strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Pemasaran mencakup kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu dan kepemilikan. Pemasaran menggerakkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, menyimpan kemudian membuat perubahan dalam kepemilikan,

melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan aktifitas komersial yang berhubungan dengan arus barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009), "Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya." Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2012), "Pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter." Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pembeli.

Konsep pemasaran diperlukan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran guna menentukan dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran. Pemasaran harus dibedakan dengan penjualan, Pemasaran merupakan orientasi manajemen yang beranggapan bahwa tugas utama perusahaan adalah memaksimalkan kepuasan konsumen (consumer satisfaction), sedangkan penjualan hanya merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang lebih berorientasi kepada peningkatan volume penjualan yang maksimal. Menurut Kotler dan Keller (2009), "Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produk Anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan Anda." Dalam manajemen pemasaran, terdapat empat hal pokok yang dapat menjamin keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya, keempat hal pokok tersebut disebut bauran pemasaran (marketing mix).

Dalam dunia industri, strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana dasar dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai tujuannya. Menurut Tjiptono (2008), "Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu."

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), "Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarnya." Berdasarkan definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk yang dihasilkan sampai kepada tangan konsumen.

Strategi pemasaran di setiap perusahaan merupakan perencanaan secara keseluruhan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara sendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai dengan karakteristik dan kesanggupan masing-masing perusahaan.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien, manajemen dapat menggunakan salah satu variabel pemasaran, yaitu bauran pemasaran. Menurut Sumarmi dan Soeprihanto (2010), "Marketing mix adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi." Dengan kata lain, marketing mix adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat memengaruhi tanggapan konsumen atau yang biasa kita sebut sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran mencakup empat unsur kombinasi yang saling berhubungan dimana masing-masing unsur atau elemen di dalamnya saling memengaruhi satu sama lainnya.

Pelatihan pembuatan kerupuk amplang

Kerupuk amplang merupakan makanan ringan tradisional khas yang terbuat dari udang yang dicampur dengan tepung kanji dan bahan-bahan lainnya, kemudian di goreng. Cara membuat amplang udang ini menghasilkan cemilan kerupuk yang berbentuk memanjang dengan rasa udang yang kuat. Secara penampilan dan bahan sedikit berbeda dengan jenis amplang dari ikan tenggiri

berbentuk persegi. Udang yang biasa dipilih adalah udang yang berukuran sedang, yakni seukuran jari orang dewasa. Udang dibersihkan menggunakan air bersih, kemudian dikuliti hanya meninggalkan bagian daging saja. Setelah selesai, udang kemudian dimasukkan ke dalam kantong plastik untuk didinginkan sampai membatu. Pembekuan ini dilakukan agar udang nantinya dapat mengembang sempurna ketika digoreng. Dalam pembekuan tidak boleh ditambah air. Air yang membeku dalam plastik harus berasal dari udang itu sendiri.

Pembuatan amplang selalu menggunakan bahan segar yang didapat langsung dari nelayan maka tidak heran jika rasanya mantap. Bahan lain yang diperlukan adalah tepung terigu dan air untuk membuat adonan kerupuk. Bumbu untuk rasa original pun sederhana cukup bawang putih dan sedikit garam. Kalau ingin rasa lain bisa menambahkan bahan seperti lada, bubuk bawang ataupun cabe bubuk. Cara membuat. Pertama-tama, bersihkan udang segar yang telah disiapkan. Ingat buang bagian kepala karena ada kotoran disana dan kupas kulitnya lalu cuci bersih dengan air mengalir. Haluskan udang dengan cara diblender ataupun ditumbuk manual. Masukkan udang ke dalam panci kecil lalu tuangkan tepung terigu. Selanjutnya tambahkan bumbu dan air sedikit demi sedikit sambil terus diuleni sampai adonan tercampur rata. Ambil sedikit adonan lalu gunakan telapak tangan untuk membentuknya menjadi bulat memanjang. Siapkan minyak goreng dalam wajan besar, masukkan amplang udang yang telah dibentuk sampai terendam di dalam minyak. Goreng sampai amplang berubah warna menjadi kuning kecoklatan. Angkat dan tiriskan.

Penggorengan menggunakan api besar yang stabil. Sejak pertama dinyalakan api, sang pemasak harus mulai mengaduk kletrek tersebut. Pertama, ini agar irisan kletrek satu dengan yang lain tidak saling menempel. Kedua, agar kletrek dapat mengembang sempurna. Proses memasak ini membutuhkan waktu setidaknya setengah jam hingga amplang mengembang sempurna. Selama itu pula proses mengaduk dengan dua tangan tidak boleh berhenti sama sekali.



Gambar 1 Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Konsep Kesejahteraan

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia bahwa pengertian Kesejahteraan mengandung empat arti yaitu (W.J.S. Poerwadarminta; 2014):

- 1) Bahwa secara umum sejahtera menunjuk ke keadaan yang lebih baik, kondisi manusia di mana orang-orangnya dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai.

- 2) Dalam ekonomi, sejahtera dihubungkan dengan keuntungan benda. Sejahtera memiliki arti khusus resmi atau teknikal (lihat ekonomi kesejahteraan), seperti dalam istilah fungsi kesejahteraan sosial.
- 3) Dalam kebijakan sosial, kesejahteraan sosial menunjuk ke jangkauan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Ini adalah istilah yang digunakan dalam ide negara sejahtera.
- 4) Di Amerika Serikat, sejahtera menunjuk ke uang yang dibayarkan oleh pemerintah kepada orang yang membutuhkan bantuan finansial, tetapi tidak dapat bekerja, atau yang keadaannya pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan dasar tidak berkecukupan. Jumlah yang dibayarkan biasanya jauh di bawah garis kemiskinan, dan juga memiliki kondisi khusus, seperti bukti sedang mencari pekerjaan atau kondisi lain, seperti ketidakmampuan atau kewajiban menjaga anak, yang mencegahnya untuk dapat bekerja. Di beberapa kasus penerima dana bahkan diharuskan bekerja, dan dikenal sebagai workfare.

Kesejahteraan atau sejahtera dapat memiliki empat arti (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Dalam istilah umum, sejahtera menunjuk ke keadaan yang baik, kondisi manusia di mana orang-orangnya dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai. Dalam ekonomi, sejahtera dihubungkan dengan keuntungan benda. Sejahtera memiliki arti khusus resmi atau teknikal (lihat ekonomi kesejahteraan), seperti dalam istilah fungsi kesejahteraan sosial. Dalam kebijakan sosial, kesejahteraan sosial menunjuk ke jangkauan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Ini adalah istilah yang digunakan dalam ide negara sejahtera. Di Amerika Serikat, sejahtera menunjuk ke uang yang dibayarkan oleh pemerintah kepada orang yang membutuhkan bantuan finansial, tetapi tidak dapat bekerja, atau yang keadaannya pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan dasar tidak berkecukupan. Jumlah yang dibayarkan biasanya jauh di bawah garis kemiskinan, dan juga memiliki kondisi khusus, seperti bukti sedang mencari pekerjaan atau kondisi lain, seperti ketidakmampuan atau kewajiban menjaga anak, yang mencegahnya untuk dapat bekerja. Di beberapa kasus penerima dana bahkan diharuskan bekerja, dan dikenal sebagai workfare.

Menurut Undang-undang No 11 Tahun 2009, tentang Kesejahteraan Sosial. Kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Permasalahan kesejahteraan sosial yang berkembang dewasa ini menunjukkan bahwa ada warga negara yang belum terpenuhi hak atas kebutuhan dasarnya secara layak karena belum memperoleh pelayanan sosial dari negara. Akibatnya, masih ada warga negara yang mengalami hambatan pelaksanaan fungsi sosial sehingga tidak dapat menjalani kehidupan secara layak dan bermartabat.

“Kesejahteraan sosial adalah sistem yang terorganisir dari pelayanan-pelayanan sosial dan lembaga-lembaga yang bertujuan untuk membantu individu dan kelompok untuk mencapai standar hidup dan kesehatan yang memuaskan dan relasi-relasi pribadi dan sosial yang memungkinkan mereka mengembangkan kemampuannya sepenuh mungkin dan meningkatkan kesejahteraannya secara selaras dengan kebutuhan keluarga dan masyarakat.” Definisi-definisi di atas mengandung pengertian bahwa kesejahteraan sosial mencakup berbagai usaha yang dikembangkan untuk meningkatkan taraf hidup manusia manusia, baik itu di bidang fisik, mental, emosional, sosial, ekonomi dan spiritual.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa “Sejahtera” berarti “aman, sentosa dan makmur; selamat (terlepas) dari segala macam gangguan, kesukaran dan sebagainya.” Dengan demikian kesejahteraan adalah keadaan masyarakat yang sejahtera, yakni masyarakat yang aman, terpenuhi segala kebutuhannya dan jauh dari berbagai problem.¹ Sedangkan kesejahteraan menurut Undang – Undang No 11 tahun 2009 pasal 1 dan 2 tentang kesejahteraan. Kesejahteraan didefinisikan sebagai suatu kondisi terpenuhinya kebutuhan yang layak bagi masyarakat, sehingga mampu mengembangkan diri dan dapat melaksanakan fungsi sosialnya.

Kesejahteraan menurut pandangan masyarakat modern yaitu suatu kondisi dimana kebutuhan pokok seseorang dapat terpenuhi, baik itu kebutuhan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang layak yang dapat mengangkat derajat kualitas hidupnya sehingga bisa mempunyai status sosial terhadap warga lainnya. Kemudian, menurut pengertian Hak Asasi Manusia (HAM), kesejahteraan didefinisikan bahwa setiap laki laki maupun perempuan, pemuda dan anak kecil memiliki hak untuk hidup layak baik dari segi kesehatan, makanan, minuman, perumahan, dan jasa sosial, jika tidak maka hal tersebut telah melanggar HAM.

Garda maeswara menjelaskan kesejahteraan merupakan rasa nyaman masyarakat karena terpenuhinya keinginan lahir dan batin. Kesejahteraan lahir meliputi kesejahteraan ekonomi sosial seperti kesejahteraan sandang, pangan, dan papan. Sedangkan kesejahteraan batin, itu yang bersifat emosional, intelektual, dan spiritual masyarakat.

Kesejahteraan menurut Hatta, adalah peran hidup seseorang yang sederajat lebih tinggi dari kebahagiaan. Seseorang merasa hidupnya sejahtera apabila merasa bahagia, merasa tercukupi terhadap apa yang mungkin sudah dicapai dalam batasan hidupnya. Ia merasa jiwanya tenram baik itu lahir maupun batin dan merasa adanya keadilan dalam hidupnya, terlepas dari bahaya kemiskinan yang mengancam dan menyiksa.

Menurut David Mc Celland, kesejahteraan didapatkan ketika seseorang mempunyai etos kerja yang baik. Seseorang itu sendirilah yang mempunyai tanggung jawab atas masa depannya terhadap kesejahteraannya. Hal ini akan terjadi ketika seseorang itu bisa menjadi pesaing yang baik dan mempunyai tingkat keinginan untuk berprestasi di dalam diri sendiri.

Berdasarkan pengertian kesejahteraan diatas dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan adalah suatu kondisi seseorang yang dipertanggung jawabkan atas kebutuhannya melalui semangat kerja yang baik. Sehingga, segala kebutuhannya dapat terpenuhi baik itu kebutuhan material maupun non material, yang dapat dilihat dari pendapatan yang diterima, kualitas kesehatan yang semakin meningkat dan menyeluruh, dan pendidikan yang mudah dijangkau.

Kesejahteraan ekonomi adalah salah satu cabang ilmu ekonomi yang normatif yang berkaitan dengan pertanyaan apa yang buruk dan apa yang baik di dalam perekonomian.⁶ Ilmu ekonomi dapat dikatakan bagian dari ilmu sosial yang meninjau perilaku manusia dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan. Seperti kita tahu bahwa kebutuhan manusia itu banyak beraneka ragam. Satu kebutuhan terpenuhi akan muncul kebutuhan lain. Kebutuhan ini akan semakin bertambah dan akan terus berkembang baik jumlah maupun kualitasnya seiring dengan kemajuan peradaban manusia.

Ekonomi merupakan suatu kegiatan yang mempunyai tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dalam meningkatkan kualitas hidup manusia. Hal ini dapat dijelaskan bahwa kualitas hidup manusia dipengaruhi oleh keadaan dan kegiatan ekonomi yang terjadi dimasyarakat. Tingkah laku masyarakat ditujukan terhadap faktor dan nilai-nilai yang ada dimasyarakat. Seperti, keinginan dan kebutuhan konsumsi masyarakat yang dipengaruhi oleh hukum ekonomi.

Ekonomi mempunyai peran untuk memberikan prinsip yang logis bagi setiap bisnis sebagai suatu kegiatan ekonomi, sehingga kegiatan ekonomi yang dilaksanakn tidak hanya mengarah kepada kebutuhan hidup individu jangka pendek, tetapi juga mengarah kepada kesejahteraan banyak orang yang bisa memberikan nilai plus. Kegiatan ekonomi dapat dikatakan sebagai kegiatan yang tidak terlepas dari pasar. Pada dasarnya kegiatan ekonomi lebih mengutamakan sebuah margin keuntungan bagi pelaku ekonomi dari pasar tersebut, sehingga sangat sulit untuk menemukan ekonomi yang dapat menyejahterakan, jika dilihat dari mekanisme pasar yang ada.

Persaingan pasar yang mencari keuntungan, dapat dikatakan salah satu hal yang menjadi penghalang untuk menuju kesejahteraan. Persaingan dalam pasar adalah hal yang sangat wajar, karena persaingan menjadi hal yang wajib dalam mekanisme pasar. Dalam kegiatan pasar akan banyak pengaruh optimal atau tidaknya kegiatan ekonomi. Persaingan dalam pasar bisa mengakibatkan dampak yang tidak baik terhadap terwujudnya kesejahteraan ekonomi. Dimana

persaingan pasar membuat kondisi sosial yang harus diperhatikan dalam pencapaian ekonomi kesejahteraan menjadi lebih sulit tercapai.

kegiatan pasar akan banyak pengaruh optimal atau tidaknya kegiatan ekonomi. Persaingan dalam pasar bisa mengakibatkan dampak yang tidak baik terhadap terwujudnya kesejahteraan ekonomi. Dimana persaingan pasar membuat kondisi sosial yang harus diperhatikan dalam pencapaian ekonomi kesejahteraan menjadi lebih sulit tercapai.

Kesejahteraan merupakan titik ukur dalam suatu masyarakat bahwa mereka telah berada di tingkatan atau kondisi sejahtera. kesejahteraan dapat diukur melalui beberapa indikator diantaranya: Kesehatan, keadaan ekonomi, kebahagiaan, dan kualitas hidup masyarakat (Takumansang et al., 2022). Pada umumnya kesejahteraan berhubungan dengan kebutuhan dasar. Kebutuhan dasar mencakup kecukupan dan mutu pangan, sandang, papan, kesehatan, pendidikan, lapangan pekerjaan. Jika kebutuhan dasar kehidupan sehari-hari sudah terpenuhi, maka dapat dikatakan bahwa tingkat kesejahteraan manusia sudah terpenuhi, dan sebaliknya jika kebutuhan belum tercukupi maka dikatakan bahwa tingkat kesejahteraannya masih berada digaris kemiskinan.

Kesejahteraan masyarakat juga akan menunjukkan ukuran hasil pembangunan masyarakat dalam mencapai kehidupan yang lebih baik meliputi antara lain: pertama, meningkatnya kemampuan dan meratanya distribusi kebutuhan dasar seperti makanan, perumahan, kesehatan dan perlindungan. Kedua, meningkatnya tingkat kehidupan, tingkat pendapatan, pendidikan yang jauh lebih baik dan peningkatan atensi terhadap budaya dan nilai – nilai kemanusiaan. Ketiga, meluasnya skala ekonomi dan ketersediaan pilihan sosial dari individu dan bangsa (Todaro & Smith, 2012).

4 KESIMPULAN

Dalam hal Strategi pemasaran Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19 pembuatan Amplang memang menggunakan pemasaran dari facebook dan wa saja di karenakan belum ada toko khusus atau melakukan penitipan di warung-warung hanya dengan secara online saja.

Faktor pendukung dalam Strategi pemasaran Amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19 adalah adanya dukungan dari semua pihak yang menjadikan penerapan strategi pemasaran Amplang ini dapat di laksanakan dengan baik dan faktor penghambat Strategi pemasaran Kerupuk amplang Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Pekan Kamis Kecamatan Tembilahan Hulu Pasca Pandemi Covid-19 adalah tidak adanya kepengurusan tersendiri yang mengurus promosi untuk pengusaha Amplang dan juga tidak adanya alat bantu yang memadai sehingga pemasaran Amplang kurang dapat berjalan dengan baik sehingga masyarakat memang masih kurang berminat dalam pemasaran Amplang menjadi makanan olahan di daerah tersebut.

Dari penelitian ini yang berupa wawancara dan diskusi, peneliti mengharapkan masyarakat terutama yang memiliki usaha kelapa dengan membuat kegiatan pemasaran Amplang yang berbahan dasar dari kelapa sehingga masyarakat dapat mengambil pembelajaran dari pemasaran Amplang tersebut.

Selain itu baik pemerintah desa atau kabupaten terus menambahkan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pengolahan yang berbahan dasar udang dengan menjadikan produk yang memang ada di desa tersebut sebagai bentuk kegiatan-kegiatan yang memang bisa di lakukan kegiatan yang di lakukan oleh masyarakat dan boleh menjadi makanan khas di daerah tersebut.

REFERENSI

- Andarwulan, N., Kusnandar, F., dan Herawati. 2011. *Analisa Pangan*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Astawan. 2009. *Tepung Tapioka: Manfaatnya dan Cara Pembuatannya*. Jakarta: Penebar Swadaya
- De Man, J.M. 1997. *Kimia Makanan Bogor*. ITB Press.
- Estiasih, T dan Ahmadi. 2011. *Teknologi Pengolahan Pangan*. Cet. 2. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hariyadi, P. 2008. Teknologi Penggorengan. *FOODVIEW INDONESIA* 3 (3): 23- 28.
- Kataren, S. 1986. Minyak dan Lemak Pangan. UI press. Jakarta
- Muchtadi, T. R., Sugiyono., dan Ayustaningwarno, F. 2010. Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan. Bandung: Alfabeta.
- Muchtadi, T. R., dan Ayustaningwarno, F. 2010. Teknologi Proses Pengolahan Pangan. Cet. 4. Bandung: Alfabeta.
- Nuraini, D., Irianti, H., dan Hapsari, H. 2013. Kajian Tingkat Penyerapan Minyak Goreng oleh Tepung Penyalut Kacang Keriting. Tangerang Selatan. Institut Teknologi Indonesia.