



**PENGEMBANGAN PENGOLAHAN KERANG MENJADI BENTUK SEDIAAN
ABON DI DESA PEMATANG CENGAL KABUPATEN LANGKAT**

**DEVELOPMENT OF SEAFOOD TRADE DURING ABON PREPARATION IN
PEMATANG CENGAL LANGKAT REGENCY VILLAGE**

Khairina Nasution^{1*}, Jansen Silalahi², Pujiati³, Arlina Lubis⁴

^{1*.2.3.4} Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*email: khairina_nst@usu.ac.id

Abstrak: Desa Pematang Cengal merupakan salah satu desa di Kecamatan Tanjungpura, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Nelayan di Desa Pematang Cengal sebagian besar menangkap hasil tangkapan berupa kerang-kerangan, karena desa ini merupakan basis penangkapan kerang-kerangan. Rendahnya kesadaran masyarakat dan kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan kerang menyebabkan rendahnya pendapatan keluarga dan peningkatan ekonomi di desa Pematang Cengal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu masyarakat mengembangkan peluang kerja dengan meningkatkan keterampilan istri nelayan di desa Pematang Cengal dalam mengolah kerang menjadi abon kerang yang dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat. Tim pengabdian bersama mitra melakukan kegiatan pemasaran kerang dengan menggunakan jejaring sosial seperti TikTok dan Instagram. Adanya kegiatan pemasaran yang beragam dapat meningkatkan nilai jual kerang cacah yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Kata Kunci: Pematang Cengal, Kerang, Tim Pengabdi, Pemasaran

Abstract: Pematang Cengal village is one of the villages in Tanjungpura sub-district, Langkat Regency, North Sumatra. Fishermen in Pematang Cengal village mainly catch their catch in the form of shellfish, as this village is especially a shellfish fishing base. Low community awareness and lack of knowledge about shellfish management have led to low family income and improved economy in Pematang Cengal village. This service activity aims to help the community develop employment opportunities by enhancing the skills of fishermen's wives in Pematang Cengal village in processing shellfish into chopped shellfish that can become a source of additional income for the community. The service team together with partners conducts mussel marketing activities using social networks such as TikTok and Instagram. The existence of diverse marketing activities can increase the selling value of clam scraps, which in turn can increase the economic value for the community.

Keywords: Pematang Cengal, Shellfish, Service Team, Diverse Marketing

Received	Revised	Published
30 Juni 2024	10 July 2024	15 July 2024

Pendahuluan

Desa Pematang Cengal adalah salah satu desa di Kecamatan Tanjungpura, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Desa ini memiliki luas wilayah 179,61 km² dan berbatasan langsung dengan Sungai Paluh Nipah. Jumlah penduduk desa ini adalah 1.032.330 jiwa. Sebagian besar penduduk di desa ini bermata pencaharian nelayan, hanya sebagian kecil yang bekerja sebagai petani dan buruh.

Nelayan di Desa Pematang Cengal umumnya menangkap hasil tangkapan

berupa kerang, karena di desa ini khusus daerah penangkap kerang. Hasil tangkapan kerang yang diperoleh nelayan dijual ke pengepul kerang dan kemudian dijual kembali di pasar tradisional. Ada juga produk kerang yang langsung diolah oleh para istri nelayan, yang bersama-sama mengupas kerang untuk menerima upah dari pengepul. Rosramadhana dkk (2022) berpendapat bahwa kerang memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia dan merupakan solusi yang dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar untuk keluar dari lingkaran kemiskinan yang sudah berlangsung lama.

Rendahnya kesadaran masyarakat dan kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan kerang menyebabkan rendahnya pendapatan keluarga dan peningkatan ekonomi di desa Pematang Cengal. Selain itu, belum adanya minat masyarakat dalam pengelolaan sumber daya alam terkait potensi desa untuk mengembangkan kegiatan ini. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu masyarakat mengembangkan peluang kerja dengan meningkatkan keterampilan istri nelayan di desa Pematang Cengal dalam mengolah kerang menjadi abon yang dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat.

Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu agar diketahui, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Definisi lain dari sosialisasi adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk menginformasikan, membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan. Tujuan dari sosialisasi dalam masyarakat adalah untuk mengetahui nilai dan norma yang berlaku dalam suatu masyarakat sebagai keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan. Masyarakat sebagai keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melangsungkan kehidupan. Mengetahui lingkungan sosial budaya berpengaruh terhadap individu berada termasuk juga dalam lingkungan sosial yang baru agar terbiasa dengan nilai dan norma yang berlaku dalam suatu masyarakat. Meningkatkan kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien serta mengembangkan kemampuan seperti membaca, menulis, dan mengarang. mengembangkan kemampuannya seperti membaca, menulis, kreatifitas, dan lain-lain (Syahrial dan Rusdiyanta, 2009).

Fungsi sosialisasi adalah membentuk pola perilaku dan kepribadian berdasarkan kaidah-kaidah nilai dan norma suatu masyarakat. Memelihara tatanan kehidupan dalam masyarakat agar terjadi keragaman pola perilaku berdasarkan nilai dan norma yang diajarkan, memelihara integrasi kelompok dalam masyarakat (Putri, 2010).

Kegiatan sosialisasi yang melayani masyarakat dilakukan oleh tim pengabdian yang berkoordinasi dengan tiga fakultas, Fakultas Ilmu Budaya, Fakultas Farmasi dan Fakultas Ilmu Ekonomi. Sosialisasi pengabdian kepada masyarakat ini selaras dengan tujuan pencapaian SDG 8 yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang merata dan berkelanjutan, menciptakan tenaga kerja yang optimal dan produktif, serta lapangan kerja yang berkelanjutan untuk semua orang.



Gambar 1 Tim Pengabdian dari Universitas Sumatera Utara Bersama dengan Masyarakat

Metode

Tim pengabdian mengajarkan kepada para istri nelayan di desa Pematang Cengal cara membuat masakan dengan bahan dasar kerang dengan menambahkan beberapa bumbu tambahan seperti bawang merah, bawang putih, ketumbar, sereh, lengkuas, garam, santan dan gula merah pada kerang yang sudah direbus dan dikupas kemudian diolah dengan cara dipanaskan dalam waktu yang cukup lama. Selain itu, juga dikenalkan cara pengemasan abon kerang agar tidak cepat berjamur dan dapat disimpan dalam waktu yang lama. Tim pengabdian juga mensosialisasikan pemasaran produk abon kerang kepada para istri nelayan dengan tidak hanya memasarkan produk abon kerang di pasar-pasar tradisional tetapi juga di jejaring sosial seperti Tiktok dan Instagram.

Ada beberapa langkah yang dilakukan oleh tim pengabdian dalam kegiatan ini, yaitu:

1. Teknik penyuluhan

Sosialisasi dilakukan di rumah salah satu pengepul kerang di Desa Pematang Cengal. Kegiatan sosialisasi ini diawali dengan mengolah kerang menjadi kerang dan sekaligus memasarkannya.

2. Pelatihan

Langkah selanjutnya adalah pengolahan kerang. Kegiatan pembuatan abon kerang ini diikuti oleh 5 orang mahasiswa. Tahapan pembuatan abon kerang yaitu :

- Kerang dicuci dengan hati-hati untuk menghilangkan kotoran yang tersisa pada kerang.
- Kerang disiangi dengan membuang bagian dalam kerang.
- Semua bumbu disiapkan dan ditumbuk kecuali daun salam, serai, dan lengkuas yang ditumbuk sampai halus.



Gambar 2 Bumbu Halus Pada Pembuatan Abon Kerang

- Rebus kerang yang sudah dipotong-potong selama 30-40 menit (sampai lunak dan matang). Tiriskan kerang yang sudah matang (letakkan di atas saringan).
- Daging kerang yang sudah dingin (setelah direbus) disobek-sobek dengan tangan untuk membentuk serat-serat halus.
- Bumbu ditumis dan ditambahkan santan hingga mendidih dan matang. Selanjutnya ditambahkan gula merah. Serat daging kerang ditambahkan sedikit demi sedikit. Penggorengan selesai jika abon sudah benar-benar kering dan gagangnya keras (jika ditekan akan hancur). Setelah dingin, kerang yang sudah dicincang dikemas dalam kemasan plastik, dipres dan diberi label.
- Kerang yang telah diparut dan siap dijual ke pasar.

3. Pemasaran Abon Kerang

Tim pengabdian bersama mitra melakukan kegiatan pemasaran kerang menggunakan jejaring sosial seperti TikTok dan Instagram sehingga para istri nelayan dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan proses pembelian kerang, menjawab pertanyaan konsumen dan mempromosikan produk kerang di jejaring sosial. Adanya kegiatan pemasaran yang beragam dapat meningkatkan nilai jual kerang yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Mitra yang berpartisipasi dalam pelaksanaan program pengabdian ini antara lain mitra yang mengikuti kegiatan sosialisasi dan kegiatan demonstrasi pembuatan abon kerang yang dilakukan oleh tim pengabdian.

4. Monitoring dan Evaluasi

Pada tahap ini, evaluasi dilakukan terhadap produksi abon kerang, jumlah yang dapat dijual oleh nelayan setiap bulannya. Hal ini dimaksudkan untuk terus memperbaiki sistem yang digunakan untuk memasarkan abon kerang.

Hasil dan Pembahasan



Gambar 3 Abon Kerang

Hasil abon kerang yang diperoleh berupa abon yang gurih, lembut, manis dan berserat.



Gambar 4 Kemasan Abon Kerang

Pengemasan yang dilakukan pada abon kerang yaitu kemasan yang dibuat dari plastik stainless, kedap udara dan tahan terhadap penyimpanan jangka panjang. Untuk kemudian dapat dipasarkan tidak hanya melalui pasar market, tetapi juga dapat dipasarkan melalui media sosial seperti Tiktok dan Instagram.

Kesimpulan

Telah dilakukan kegiatan masyarakat di desa Pematang Cengal Kabupaten Langkat, Sumatera Utara dalam hal pengembangan pengolahan kerang menjadi sediaan abon. Tujuan dari kegiatan masyarakat ini yaitu membantu masyarakat untuk

meningkatkan penghasilan ekonomi masyarakat sekitar. Selain itu dengan adanya pengembangan pengolahan kerang menjadi abon kerang, pemanfaatan kerang tidak hanya sebatas sebagai makanan yang harus habis dalam jangka singkat, tetapi juga dapat dimanfaatkan dalam jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada LPPM Universitas Sumatera Utara yang telah membantu tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Selain itu tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada ibu-ibu istri para nelayan yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengolahan kerang menjadi sediaan abon.

Referensi

- [1] [DPR RI] House of Representatives of the Republic of Indonesia. 2008. Law Number 20 of 2008 on Micro, Small and Medium Enterprises. Jakarta (ID): DPR RI.
- [2] Anggraeni, Feni D, Hardjanto, Imam, Hayat, Ainul. 2012. Development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through External Party Facilitation and Internal Potential (Case Study on the "Emping Jagung" Business Group in Pandanwangi Village, Blimbing District, Malang City). *Journal of Public Administration (JAP)*. 6(6): 1286-1295.
- [3] Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. 2020. Development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) with the Jambu Raya Village marketing program in Jambu Village, Sumedang Regency. *Journal of the Center for Community Innovation (PIM)*, 2(3), 493-498.
- [4] Kara, Muslimin and Jamaluddin. 2010. *Introduction to Entrepreneurship*. Makassar (ID): Alauddin Press.
- [5] Musyaddad, A., Ramadhani, A., Pratama, M. A., Juliyanto, Safitri, I., & Fitri, N. 2019. Catfish Abon Production as an Alternative Business to Improve the Economy of Pelutan Village Community. *Pelutan Village Community Economy. Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 04 (September), 199-206.
- [6] Rosramadhana, R., Sudirman, S., Nainggolan, E., Azmi, S. W. N., Manalu, M. N., & Ningsih, Z. (2022). Women's Empowerment Through Abon Shells in Realizing Sdgs in the Digital Era at the Omak Kito Community in Bagan Asahan Baru Village. *E-Coops-Day*, 3(1), 133-140.

- [7] Sudjana, N. 2010. Assessment of Teaching and Learning Process Results. Bandung: Teenage Workshop.
- [8] Syahrial., and Rusdiyanta, S. 2009. Fundamentals of Sociology. First Edition. First Printing. Yogyakarta: Graha Ilmu. Page. 95.
- [9] Puti, D.U. 2010. Program Socialization Strategy. Yogyakarta: Atmajaya University.