



PKM PENGOLAHAN LIMBAH CANGKANG KERANG MENJADI CINDERAMATA DITENGAH PANDEMI COVID-19 DI KARANGANTU KELURAHAN BANTEN

Andi Hasryningsih Asfar¹, Nita Wahyuni², Anisa Paradila³, Elsa Putri Indira⁴, Putri Alfitriani⁵

¹Universitas Bina Bangsa (Lecturer Author)

^{2,3,4,5}Universitas Bina Bangsa (Student Authors)

Email: andihasryningsih@gmail.com¹

Abstract

Banten Village, which is located in the Kasemen District, Serang City, Banten Province, is a coastal area that has considerable potential, especially in the field of fisheries. Marine products are the main source of livelihood for the majority of the population. Shellfish is one of the fishery products that is quite large, but only the meat is used so that the skin or shell becomes unused waste. With this potential waste, the Uniba Group 04 Student PKM program utilizes the development of shellfish waste into souvenirs which are expected to contribute to economic improvement for the Karangantu community, Banten Village by conducting counseling, discussions and training for community members who are interested in this activity. It is hoped that this activity will continue and be continued by the participants in order to become a business area that can improve the family's economy, supported by online-based marketing amidst the COVID-19 pandemic, which is still not moving from Indonesia.

Keywords: Shell Waste, Souvenirs

Abstrak

Kelurahan Banten yang berada dilingkungan Kecamatan Kasemen, Kota Serang, Provinsi Banten merupakan daerah pesisir yang memiliki potensi yang cukup besar khususnya bidang perikanan. Hasil laut yang merupakan sumber utama pencaharian sebagian besar penduduknya. Kerang merupakan salah satu hasil perikanan yang cukup besar namun yang dimanfaatkan adalah dagingnya saja sehingga kulit atau cangkangnya menjadi limbah yang tidak terpakai. Dengan potensi limbah ini maka program PKM Mahasiswa Uniba Kelompok 04 memanfaatkan dengan mengadakan pengembangan limbah cangkang kerang menjadi cinderamata yang diharapkan memberikan kontribusi peningkatan ekonomi bagi masyarakat Karangantu Kelurahan Banten dengan melakukan penyuluhan, diskusi dan pelatihan bagi warga masyarakat yang berminat dengan kegiatan ini. Diharapkan kegiatan ini akan tetap berlanjut dan diteruskan oleh peserta agar menjadi suatu lahan usaha yang dapat meningkatkan perekonomian keluarga ditunjang dengan pemasaran berbasis online ditengah pandemi covi-19 yang masih tetap belum beranjak dari Indonesia.

Kata kunci: Limbah Cangkang Kerang, Cinderamata

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Salah satu kawasan pesisir di Banten yaitu Karangantu yang terletak di Kelurahan Banten, Kecamatan Kasemen. Wilayah ini merupakan lokasi Pelabuhan Perikanan Nusantara yang merupakan pelabuhan terbesar kedua setelah Pelabuhan Sunda Kelapa di Jakarta. Selama ini, Karangantu dikenal dengan daerah pesisir yang sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai nelayan. Berbagai hasil tangkapan laut diperoleh para nelayan Karangantu salah satunya adalah kerang. Namun kerang yang dihasilkan hanya dimanfaatkan bagian dagingnya saja sehingga menumpuk dan menjadi limbah yang akan mengganggu pemandangan dan juga kesehatan karena limbah ini tidak dapat diurai oleh tanah. Menurut Sawiji & Perdanawati (2018) bahwa mayoritas nelayan hanya memanfaatkan daging

kerang untuk diperjualbelikan, sedangkan sebagian besar menjadi limbah cangkang kerang menumpuk di pesisir Desa. Lebih lanjut dikatakan bahwa limbah cangkang kerang menyebabkan bau dan ketidakbersihan akan tetapi limbah ini juga dapat dilihat sebagai potensi/aset lingkungan masyarakat yang dapat menjadi nilai jual. limbah padat cangkang kerang ini merupakan sisa industri pengolahan kerang simping, selama ini kerang simping hasil tangkapan nelayan hanya dimanfaatkan daging/otot aduktornya saja sementara cangkangnya dibuang dan menjadi limbah. Besarnya jumlah limbah kulit kerang tersebut secara tidak langsung akan berdampak pada menurunnya kualitas lingkungan dan menurunnya tingkat kesehatan masyarakat setempat. Dari adanya limbah kulit kerang yang melimpah, kualitas lingkungan dan kesehatan masyarakat pesisir menjadi menurun secara tidak langsung. Pengaruh tersebut disebabkan karena sisa dari daging kerang yang tertinggal dikulit kerang mengalami pembusukan sehingga bibit penyakit muncul dari makhluk hidup pengurai.

Solusi yang dapat dilakukan untuk memanfaatkan limbah cangkang kerang ini adalah memanfaatkannya sebagai bahan pembuatan produk kerajinan tangan yang bernilai tinggi yang dapat dikembangkan oleh masyarakat dalam meningkatkan perekonomiannya. Cangkang kerang ini dapat diolah menjadi produk kerajinan seperti cenderamata. Cenderamata adalah tanda mata; pemberian; sebagai kenang-kenangan. Menurut Agustini et.al (2011) bahwa memanfaatkan kulit kerang yang mengandung unsur mineral dan senyawa kimia alami untuk berbagai produk, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah (added value).

Potensi cangkang kerang tersedia dimana-mana dengan cangkang kerang yang memiliki bentuk dan keindahan. Bentuknya pipih dan ada pula yang menyerupai tanduk berduri, semuanya dapat digunakan untuk kerajinan tangan. Jenis cangkang kerang ada dua macam, yakni yang berpasangan dan ada yang tidak berpasangan (spiral). Bentuk berpasangan selalu memiliki alur garis permukaan yang mengarahkan dari engsel menuju ke tepian. Sedangkan motif cangkang tidak berpasangan pada permukaan luar melengkung mengarahkan ke bagian pusat, selain bagian atasnya tampak melebar. Beragam bentuk kerang laut ternyata bisa di buat menjadi aneka bentuk kerajinan tangan yang unik dan lucu serta bermanfaat (Syahmidarni Al Islamiah dkk, 2021). Berdasarkan keterangan ini maka potensi cangkang kerang dapat dibuat berbagai macam cenderamata yang bernilai ekonomi tinggi. Salah satu cenderamata yang dapat diproduksi dari cangkang kerang ini adalah bros dan lampu hias yang memiliki nilai estetika dan nilai jual yang ekonomis. Dalam proses pembuatannya pun tidak memakan biaya yang

besar serta pengerjaannya tergolong mudah sehingga dapat dilakukan oleh masyarakat dengan hanya pelatihan yang tidak memerlukan waktu yang lama.

Karangantu selain kaya akan sumber daya perairan juga terkenal dengan pemandangan alamnya yang indah berupa pantai yang indah dan dikenal sebagai Pantai Gope dengan air laut biru yang jernih dengan jejeran perahu nelayan menjadikan wilayah pesisir ini menjadi salah satu objek wisata alam di Provinsi Banten. Oleh karena itu, membuat berbagai cinderamata dari cangkang kerang sangatlah tepat dijadikan sebagai cinderamata khas Karangantu yang dapat diperoleh ketika berkunjung ke Kelurahan Banten.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2021 di Karangantu di Kelurahan Banten Kecamatan Kasemen Kota Serang Provinsi Banten. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah pemaparan materi, diskusi dan pelatihan. Adapun tahap pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari:

1. Tahap pra-kegiatan yaitu tahap koordinasi dengan pihak pemerintah setempat dan persiapan kegiatan pengabdian.
2. Tahap pelaksanaan kegiatan terdiri dari pemaparan materi dan diskusi dengan peserta pengabdian.
3. Tahap pelatihan terdiri dari persiapan alat dan bahan serta praktek pembuatan cinderamata

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Pra Kegiatan

Tahap pelaksanaan Pra kegiatan dilakukan dengan melakukan koordinasi dengan pihak kelurahan dan pelaku UMKM serta warga masyarakat setempat mengenai potensi yang ada yang belum dimanfaatkan oleh masyarakat dan permasalahan yang dihadapi. Dari hasil koordinasi diperoleh informasi bahwa salah satu sumber daya perairan yang banyak tersedia di Kelurahan Banten dan belum dimanfaatkan oleh masyarakat adalah cangkang kerang. Dengan melihat bahwa Kelurahan Banten khususnya wilayah Karangantu merupakan salah satu tempat wisata dengan Pantai Gope menjadi tempat yang ramai dikunjungi wisatawan domestik di Provinsi Banten dan juga sebagai tempat penyebarangan menuju Pulau-Pulau terdekat yang ada di Provinsi Banten sehingga tidak akan sepi dari pengunjung. Dengan keadaan ini maka tim PKM berinisiatif untuk melakukan pengabdian tentang pembuatan cangkang kerang menjadi berbagai cinderamata sebagai oleh-oleh khas Karangantu dengan memberdayakan

para nelayan beserta keluarga yang memiliki banyak waktu luang. Kegiatan pemberdayaan ini menjadi media pendayagunaan modal penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat (Erwin et al., 2013). Apalagi ditengah pandemi covid-19 yang masih belum berakhir menjadikan banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya.

Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari sesi presentasi yaitu pemaparan materi pengabdian dan diskusi. Materi pengabdian dilaksanakan secara langsung dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan pembuatan produk kepada warga sebagai peserta yang hadir saat itu. Dalam aksi program ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan edukasi dan kemandirian kepada masyarakat agar dapat memanfaatkan limbah yang berpotensi untuk diolah dan dikembangkan sebagai bahan dasar pembuatan produk. Cangkang kerang yang terbuang percuma sangat banyak manfaatnya jika diberikan sentuhan kreatifitas dari tangan-tangan terampil mereka. Berbagai macam produk bisa dihasilkan dari limbah tersebut. Tinggal bagaimana mereka memiliki kemauan dan pengetahuan untuk mengolahnya. Semangat dan kemauan sangat diperlukan untuk memulai sesuatu usaha dan disekitar pemukiman warga yang mayoritas adalah nelayan memiliki sumberdaya alam yang potensial untuk dikembangkan. Rasa percaya diri masyarakat perlu ditingkatkan untuk dapat merubah pola pikir mereka karena dari beberapa moment pembicaraan mereka baru bergerak jika ada modal yang besar.

Menjelaskan pula bahwa jika produk sudah terbentuk maka perlu diberi kemasan dan label. Label produk adalah salah satu faktor penting untuk branding produk. Adanya label dalam suatu kemasan menjadikan sebuah identitas pembeda dengan kompetitor yang lain. Dengan label, kita dapat memberikan informasi mengenai kualitas, brand, kode produksi, komposisi, atau logo perusahaan atau produk kita. Karena pemberian informasi tentang produk itu sangat penting, agar konsumen kita mengetahui apa yang mereka beli. Selain itu disampaikan juga bahwa mempromosikan produk juga sangat penting agar karya tersebut dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat bukan hanya yang ada di Karangantu tetapi diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu diberikan juga ilmu terkait dengan pemasaran online dengan menggunakan media sosial. Dalam aksi ini dilakukan sosialisasi sekaligus pelatihan dengan tujuan untuk mengedukasi dan memberi pemahaman tentang pemasaran melalui media online dengan tujuan untuk mengedukasi dan sekaligus menciptakan kemandirian masyarakat agar dapat memanfaatkan teknologi.

Pelatihan Pembuatan Cinderamata

Kegiatan pelatihan dilakukan setelah memberikan informasi terkait dengan pemanfaatan limbah cangkang kerang dan informasi yang berkenaan dengan strategi pemasaran produk. Peserta dilatih dengan memberikan arahan yang simpel dan langsung mempraktekkan sesuai dengan bahan yang telah disiapkan. Produk yang dirancang adalah Bros dan Lampu Hias. Adapun bahan pembuatannya adalah cangkang kerang, fiber, lem fox, zat kimia, gerindra, pernis, kuas, papan dan pin. Setelah mengikuti tahap pelatihan ini maka peserta telah memiliki keterampilan membuat cinderamata dari cangkang kerang berupa Bros dan lampu hias. Namun demikian tidak terbatas pada dua produk itu saja, peserta bebas menciptakan produk sesuai dengan ide dan kreatifitas mereka sehingga akan menambah ragam produk yang dapat dipilih oleh konsumen.

Pada pelatihan ini yang pertama disampaikan adalah cara membuat Bros yang cantik dan menawan. Diberikan contoh bagaimana memilih cangkang kerang yang berkualitas bagus dari berbagai macam aneka cangkang kerang. Dan kemudian menyusunnya dan mengelem dengan rapi sehingga terbentuk bros yang cantik nan elegan. Disini peserta bebas menentukan model apapun sesuai dengan selera mereka agar kreatifitasnya muncul.

Untuk pelatihan pembuatan lampu memang agak sedikit rumit karena menggunakan fiber dan zat kimia yang membutuhkan kehati-hatian. Cangkang kerang yang kotor terlebih dahulu harus dicuci dengan bersih dengan menggunakan Hcl dengan perbandingan 1 liter Hcl dengan 1 liter air. Kemudian dilap sampai bersih. Setelah itu kita bisa potong cangkang dengan menggunakan gerinda sesuai yang kita inginkan. Untuk mendapatkan model lampu yang kita inginkan maka menggunakan media fiber. Cangkang yang sudah kita pilih bisa ditempelkan ke media fiber sesuai dengan yang model yang diinginkan dengan menggunakan lem fox. Lampu yang sudah jadi dapat dipadukan dengan kayu sebagai kaki agar terlihat lebih indah.



Gambar 1. Cangkang kerang yang sudah dipotong



Gambar 2. Proses pembuatan Lampu hias dan Bros

Pengembangan Produk dengan Kemasan, Label, Merek

Dalam pengembangan produk memerlukan beberapa referensi dari berbagai sumber, baik internet maupun sumber lainnya. Suatu produk akan mempunyai value added bila di dalam produk tersebut tercipta suatu ciri khas yang menggambarkan differensi produk dengan produk yang lain. Pengemasan sangat penting untuk memberikan nilai tinggi kepada produk tersebut sehingga perlu adanya pengetahuan kepada peserta agar dapat memahami bahwa sebuah produk perlu diberikan kemasan, label dan merek agar dapat lebih mudah dikenal dan menjadi ciri khas tersendiri yang akan membedakan dengan kompetitor.



Gambar 3. Bros dan Lampu hias sebelum dikemas dan diberi label



Gambar 4. Produk lampu hias telah dikemas dan diberi label

Pemilihan Pemasaran Online dimasa Pandemi Covid-19

Keadaan pandemi Covid 19 dan juga seiring dengan era industri 4.0 yang sudah dilalui dan society 4.0 yang sedang dijalani maka tantangan dan ancaman bagi UMKM khususnya para UMKM lokal yang tidak mau dan tidak bisa beradaptasi dengan era ini maka tentunya tidak akan bertahan lama. Demikian sebaliknya jika dapat menghadapinya bukan hanya peluang besar dalam pengembangannya tetapi diharapkan dapat merambah pasar internasional.

Terdapat 3 pilihan pemasaran dalam memasarkan produk bros dan lampu hias ini, yaitu:

- a. Sosial media atau jejaring sosial marketing, terdapat aplikasi yang sering digunakan oleh para pengguna aplikasi ini oleh orang Indonesia yaitu Whatsupp, Facebook dan Instagram akan digunakan sebagai strategi awal dalam membuka jaringan dan memberikan informasi kepada khalayak umum akan produk bros dan lampu hias. Disamping lebih murah, juga lebih banyak yang menggunakannya.
- b. Toko online, terdapat beberapa marketplace yang bisa memfasilitasi produk untuk dipajang atau ditawarkan. Pemasaran melalui toko ini diibaratkan pasar digital bukan hanya kita saja yang berjualan akan tetapi terdapat pesaing yang lain dengan menjual produk yang sama. Produk bros dan lampu hias ini bisa menjadi peluang, dikarenakan produk lokal dan belum semua orang menjualnya. Siapkan tampilan foto dan deskripsi produk yang akan dijual. Tidak lupa cara pembayaran, nomor kontak, serta pemilihan sistem pengirimannya.
- c. Yang terakhir Digital Marketing, pemasaran ini dibutuhkan keahlian dalam manage serta menghubungkan dengan berbagai jenis aplikasi lainnya. Dalam hal ini, UMKM bros dan Lampu Hias tidak disarankan untuk digunakan, karena urgensinya tidak terlalu berfungsi untuk diaplikasikan.

Setelah melihat opsi pemasaran online diatas dapat diberikan strategi yang optimal untuk Bros dan Lampu Hias dalam menyongsong era industri 4.0, yaitu dengan menggunakan Sosial Media Marketing dan Toko Online. Kedua opsi tersebut dirasakan cukup karena tidak

membutuhkan banyak biaya. Untuk memudahkan dalam hubungan transaksi bisa menggunakan hubungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa limbah cangkang kerang ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku berbagai macam kerajinan yang berkualitas bagi masyarakat Karangantu Kelurahan Banten karena dapat dijadikan sebagai usaha yang bernilai ekonomi tinggi seperti bros dan lampu hias, dimana diharapkan menambah penghasilan keluarga ditengah pandemi Covid-19 yang belum juga beranjak dari Indonesia. Kedepannya, diharapkan kegiatan PKM dapat sesering mungkin dilakukan mengingat manfaat langsung yang didapatkan masyarakat, selain memanfaatkan limbah dalam pengelolaan lingkungan hidup juga dapat meningkatkan kualitas masyarakat dengan mendorong kreatifitas mereka untuk membantu memperbaiki tahap hidup mereka dengan bertambahnya lahan usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, T. W., Jusup S., Indah S. dan Laksmi W., 2009. Pengembangan Produk Snack Kaya Calsium Berbasis Kerang Simping Untuk Ibu dan Anak. Laporan Penelitian Hibah World Class University. Lembaga Penelitian, Universitas Diponegoro. 31 hlm
- Angipora, Marinus. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal.192
- Al Islamiyah, Syahmidarmi, dkk. 2021. Limbah Cangkang Kerang Menjadi Cinderamata. Jurnal Ilmiah Pengabdhi. Volume 7 No 1 April 2021. Prodi Teknologi Pertanian Politeknik Gorontalo. DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v7i1.9883>.
- Danger, E.P. 1992. Memilih Warna Kemasan. Jakarta: PT. Pustaka Bina Pressindo. Hal.3.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo. Hal.478.
- Swastha, Basu. 1984. Azas-Azas Marketing. Yogyakarta: Liberty. Hal.142.
- Sawiji, A., & Perdanawati, R. A. (2018). Pemetaan Pemanfaatan Limbah Kerang Dengan Pendekatan Masyarakat Berbasis Aset (Studi Kasus: Desa Nambangan Cumpat, Surabaya). Marine Journal, 3(1), 10-19.
- Qurrota A'yuni, dkk. 2019. Pemanfaatan Limbah Cangkang Kerang sebagai pakan Ternak Berkualitas di Desa Tambak Cemandi Sidoarjo. Journal of Science and Social Development. Vol.2 No.Desember 2019. E-ISSN : 2620 – 3200.