

**Bimtek Strategi Pemasaran Melalui Peningkatan Kualitas dan Pengemasan Produk Abon Ikan di Desa Karangjaladri Kabupaten Pangandaran*****Technical Guidance on Marketing Strategies Through Improving the Quality and Packaging of Shredded Fish Products in Karangjaladri Village, Pangandaran Regency*****Risna Amalia Hamzah\*, Ade Komaludin, Dodi Tirtana, Dedi Rudiana**

Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi

\*Email: risna.amalia@unsil.ac.id

(Diterima 18-10-2023; Disetujui 03-01-2024)

**ABSTRAK**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen kepada masyarakat Desa Karangjaladri Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran merupakan bentuk tri dharma perguruan tinggi dalam upaya memberikan sumbangan ilmu kepada masyarakat. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan strategi pemasaran produk abon ikan melalui peningkatan kualitas dan pengembangan pengemasannya. Sehingga diharapkan kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pengembangan strategi pemasaran produk abon ikan yang lebih baik dalam upaya meningkatkan pendapatan usaha masyarakat di Desa Karangjaladri Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran, khususnya bagi nelayan dan pedagang pengolah abon ikan. Metode pendekatan yang dilaksanakan adalah melakukan identifikasi permasalahan, analisis kebutuhan, melakukan penyuluhan atau sosialisasi dan membuat laporan. Permasalahan yang muncul adalah: (1) Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pengembangan strategi pemasaran melalui peningkatan kualitas abon; dan (2) Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pengembangan strategi pemasaran melalui pengembangan pengemasan produk abon ikan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Peningkatan Kualitas, Pengemasan Produk, Abon Ikan

**ABSTRACT**

*Community Service activities carried out by lecturers to the community of Karangjaladri Village, Parigi District, Pangandaran Regency are a form of Tri Dharma of higher education in an effort to contribute knowledge to the community. The purpose of this service is to improve the marketing strategy of abon fish products through quality improvement and packaging development. So it is hoped that this activity will be able to increase community knowledge related to the development of a better marketing strategy for abon fish products in an effort to increase community business income in Karangjaladri Village, Parigi District, Pangandaran Regency, especially for fishermen and traders processing abon fish. The approach method implemented is to identify problems, analyze needs, conduct counseling or socialization and make reports. The problems that arise are: (1) Lack of community knowledge about developing marketing strategies through improving the quality of abon; and (2) Lack of community knowledge about developing marketing strategies through developing abon fish product packaging.*

*Keywords: Marketing Strategy, Quality Improvement, Product Packaging, Fish Floss***PENDAHULUAN**

Karangjaladri merupakan desa di Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat, Indonesia. Karangjaladri terdiri dari beberapa dusun, di antaranya Buniayu, Astamaya dan Bojongsalawe. Jumlah penduduk di Desa Karangjaladri sebanyak 5.938 Jiwa dan mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan dan petani.



**Gambar 1. Kantor Desa Karangjaladri**

Jarak antara Universitas Siliwangi dengan Desa Karangjaladri sekitar 76 km yang dapat ditempuh dengan kendaraan selama 2 jam 42 menit. Pejabat Kepala Desa Karangjaladri adalah Bapak Eris Darmawan. Di Desa Karangjaladri terdapat beberapa fasilitas, diantaranya Tempat Pelelangan Ikan, Koperasi Unit Desa Minapari, Lapangan Terbang Angkatan Udara Republik Indonesia (AURI), serta terdapat 4 Sekolah Dasar dan 1 Sekolah Menengah Umum, yaitu SMA Negeri 1 Parigi.



**Gambar 2. Jarak Tempuh Desa Karangjaladri**

Pengembangan industri kecil (IK) untuk meningkatkan pemanfaatan potensi lokal di suatu daerah memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap ketahanan ekonomi nasional, menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa (Nuhung, 2012). Potensi industri kecil dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat membuat pemerintah terus mendorong perkembangan industri di setiap daerah, termasuk salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat. Sebagai provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia yang memiliki berbagai permasalahan tenaga kerja dan kemiskinan yang cukup kompleks.

Mata pencaharian sebagai nelayan merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam mendukung perekonomian di Kecamatan Parigi, khususnya di Desa Karangjaladri.

Nelayan menjadi salah satu sektor utama yang menjadi mata pencaharian bagi masyarakat desa Karangjaladri untuk memenuhi segala kebutuhan serta meningkatkan kesejahteraan.

Pemanfaatan potensi sumberdaya hasil perikanan, khususnya hasil laut, belum banyak dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat. Belum maksimalnya pemanfaatan potensi sumberdaya alam tersebut disebabkan masih terbatasnya informasi dan pengetahuan masyarakat dalam teknik pengolahan hasil-hasil perikanan tersebut. Hal tersebut menyebabkan perkembangan peningkatan perekonomian masyarakat pesisir sangat lambat. Kondisi ini dapat dilihat dari banyaknya desa-desa nelayan yang taraf kehidupan masyarakatnya yang cenderung menengah ke bawah (Yasrizal, 2018).

Ikan sebagai komoditi utama di sub sektor perikanan merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein sehingga baik untuk dikonsumsi setiap harinya. Nmaun demikian ikan merupakan komoditi yang cepat mengalami pembusukan (*perishable food*). Seiring dengan perkembangan teknologi, ikan dimanfaatkan sebagai bahan baku produk olahan. Salah satu produk olahan yang cukup terkenal di masyarakat desa Karangjaladri adalah olahan abon ikan.

Menurut Suryani (2007), abon ikan merupakan jenis makanan olahan ikan yang diberi bumbu, diolah dengan cara perebusan dan penggorengan. Abon ikan biasanya digunakan sebagai makanan pedamping. Abon ikan baik digunakan oleh semua kalangan karena banyak gizinya, terutama anak-anak yang masih dalam masa pertumbuhan, dan baik untuk perkembangan otak karena mengandung protein tinggi, omega 3, omega 6 dan rendah kolestrol (Aliyah et al., 2015).

Strategi pemasaran abon ikan menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh industri rumah tangga abon ikan yang sebagian besar dikelola oleh ibu-ibu PKK sebagai kegiatan dalam mendukung pemberdayaan masyarakat. Namun, pengolah abon ikan masih belum memahami bagaimana cara mengembangkan kualitas produk abon ikan sehingga produk ini mampu meningkatkan ekonomi masyarakat desa Karangjaladri.

Permasalahan yang dihadapi dalam pengolahan bahan baku ikan adalah karena masih terdapat bau amis, maka perlu adanya pengembangan kualitas olahan bahan baku abon ikan supaya mengurangi bau amis. Selanjutnya, masih kurangnya proses pengemasan abon ikan dari mulai bagaimana cara pengemasan sampai kemasan abon ikan. Kemasan merupakan salah satu cara untuk mempromosikan suatu produk serta menarik minat konsumen untuk membeli, oleh karena itu kemasan harus sesuai dengan fungsi yang akan dibidik oleh para produsen (Harminingtyas, 2013). Kemasan produk merupakan bagian penting dalam sebuah

pemasaran, karena kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pembungkus produk, namun untuk menambah nilai jual suatu produk (Purnomo, Ardana and Handoko, 2013).

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, maka perlu adanya analisis lebih lanjut dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam upaya memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada nelayan dan pengolah abon ikan di Desa Karangjaladri Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Berdasarkan analisis situasi di atas, permasalahan yang mendasar adalah: (1) Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pengembangan strategi pemasaran melalui peningkatan kualitas abon ikan, dan (2) Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pengembangan strategi pemasaran melalui pengembangan pengemasan produk Abon Ikan.

## **BAHAN DAN METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

### **1. Identifikasi Masalah Obyek Pengabdian**

Melalui survei yang dilakukan oleh tim, banyak potensi pertumbuhan pengusaha untuk setiap warga Karangjaladri. Pindang sa`at menjadi produk andalan warga Karangjaladri. Namun dengan kondisi produk yang tidak tahan lama, menjadikan pindang sa`at menjadi kurang diminati dikarenakan kurangnya jangkauan pemasaran dan inovasi olahan produk makanan. Produk unggulan selanjutnya yakni abon ikan. Dengan adanya paguyuban dan perkumpulan ibu-ibu PKK Desa Karangjaladri memungkinkan untuk membentuk generasi pengusaha baru. Namun, permasalahan utama yakni akses pemasaran dan kualitas produk olahan menjadi problem utama. Oleh karena itu, tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Siliwangi berfokus pada strategi pemasaran dan kualitas produk olahan ikan.

### **2. Kegiatan Penyuluhan**

Pengabdian pada masyarakat dilaksanakan di Desa Karangjaladri Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran dengan pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masyarakat adalah melakukan penyuluhan/sosialisasi dengan mengundang masyarakat dari beberapa unsur terkait, yaitu yaitu ibu-ibu PKK, pengusaha pengolah abon ikan, aparat desa, serta masyarakat setempat. Diharapkan masyarakat memahami pentingnya pengembangan strategi pemasaran melalui peningkatan kualitas dan pengemasan produk abon ikan. Kegiatan dilaksanakan 1 hari dan bertempat di Gedung Serba Guna Kecamatan Parigi.

### 3. Partisipasi Mitra

Peran serta masyarakat sebagai mitra dalam kegiatan PPM ini lebih kepada hal-hal teknis, meliputi menyediakan tempat penyuluhan, menyebarkan undangan, peralatan untuk penyuluhan seperti kursi, meja, ATK, infocus, dll; serta melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait. Sementara pengusul berperan dalam menyediakan materi presentasi dan moderasi.

### 4. Kegiatan Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan sebagai implementasi dari hasil kegiatan penyuluhan sebelumnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengabdian pada masyarakat di Desa Karangjaladri kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran dilaksanakan menggunakan metode penyuluhan dengan peserta sebanyak 20 orang peserta terdiri atas beberapa unsur masyarakat, yaitu nelayan ikan, pengolah abon ikan, ibu-ibu PKK, aparat desa, dan masyarakat setempat.

Dalam kegiatan PPM tahun ini, dijelaskan bagaimana cara meningkatkan strategi pemasaran produk abon ikan melalui peningkatan kualitas dan pengembangan pengemasannya. Sehingga diharapkan kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pengembangan strategi pemasaran produk abon ikan melalui peningkatan kualitas produknya dari mulai pengolahan dan pengemasan dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan usaha masyarakat di Desa Karangjaladri Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran.

Strategi pemasaran abon ikan menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh industri rumah tangga abon ikan yang sebagian besar dikelola oleh ibu-ibu PKK sebagai kegiatan dalam mendukung pemberdayaan masyarakat, namun pengolah abon ikan masih belum memahami terkait strategi pemasaran yang baik dan tepat untuk meningkatkan kualitas produknya, dikarenakan pengolah abon ikan adalah ibu-ibu rentang usia 50 tahun ke atas, sehingga tidak memahami strategi pemasaran modern.

Maka dari itu, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang strategi pemasaran menjadi materi penyuluhan yang disampaikan kepada masyarakat desa. Pada akhirnya masyarakat menyadari bahwa mereka memiliki potensi dan kemampuan untuk mengembangkan kualitas produk abon ikan atau produk lainnya supaya mampu bersaing di pasaran, dengan mengenal pangsa pasar terlebih dahulu atau melihat kondisi dan keinginan konsumen, sehingga mereka bisa menentukan kualitas dan strategi pemasaran yang tepat untuk dilakukan.

Kegiatan tersebut menjadi salah satu media edukasi bagi ibu-ibu PKK yang mengolah ikan dan juga bagi masyarakat umum yang berniat untuk berjualan produk abon ikan. Masyarakat selama ini membuat produk abon ikan hanya pada saat ada pesanan saja, dikarenakan ketika menyimpan produk abon ikan sebagai stok mereka kebingungan untuk mendistribusikan atau menjual produk tersebut kemana. Masyarakat juga kebingungan dan kekurangan informasi terkait media promosi yang harus dilakukan agar produknya dikenal dan laku di pasaran. Dengan kegiatan penyuluhan masyarakat akhirnya mengetahui media promosi selain dari mulut ke mulut, yaitu melalui media sosial (Tiktok, Instagram, Facebook, Whatsapp dll) atau yang disebut *digital marketing*.

Melalui kegiatan PPM yang diselenggarakan pada hari Sabtu tanggal 22 Juli 2023 oleh tim pengabdian diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai strategi pemasaran produk abon ikan melalui peningkatan kualitas dan pengembangan pengemasannya, sehingga para pengolah ikan mampu meningkatkan penjualan dan pendapatannya.

Selain meningkatkan pendapatan, juga produk abon ikan yang berkualitas didukung dengan strategi pemasaran yang baik dan tepat dapat menarik masyarakat umum atau wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut untuk membeli produk sebagai oleh-oleh khas Desa Karangjaladri. Dengan adanya kerja sama dengan ibu-ibu PKK juga mereka bisa membuka usaha warung di sekitar pantai pangandaran atau mendistribusikan produk abon ikan ke warung atau toko di sekitar pantai Pangandaran.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa para ibu-ibu PKK dan masyarakat sangat antusias memperhatikan materi yang disampaikan oleh narasumber terkait dengan pengembangan strategi pemasaran melalui peningkatan kualitas produk abon ikan. Mereka antusias dan semangat untuk mengembangkan produk abon ikan dan olahan ikan lainnya dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Karangjaladri Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran.

### **Saran**

Berkanaan dengan simpulan di atas, beberapa rekomendasi yang dipandang penting diantaranya:

1. Ibu-ibu PKK diberikan pelatihan terkait *digital marketing*.

2. Pengolah ikan merekrut anak muda atau yang melek literasi terkait strategi pemasaran untuk membantu para pengolah abon ikan dalam memasarkan produknya.
3. Adanya kerja sama dengan pihak lain yang bisa membantu terkait pengemasan produk yang baik dan tepat.
4. Diharapkan ibu-ibu PKK atau pengolah abon ikan memperbanyak pengetahuan dengan mengikuti pelatihan-pelatihan UMKM untuk menjalin relasi dengan banyak pihak tentunya untuk mendukung penjualannya.
5. Pemerintah setempat memberikan kesempatan atau wadah kepada para pengolah ikan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan terkait dengan pengembangan produk UMKM atau produk industri rumah tangga.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Siliwangi yang telah mendanai program pengabdian kepada masyarakat sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aliyah, R., Gumilar, I., & Maulina, I. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung) Business Development Strategies Of Processing Fish Floss (Case Study Of Rumah Abon In Bandung).
- Yasrizal. (2018). Peningkatan Kesejahteraan Rumah Tangga Nelayan Melalui Pengelolaan dan Pengembangan Hasil Perikanan Di Meulaboh Provinsi Aceh. *Marine Kreatif*, 1(2), 1–8.
- Harminingtyas, R. (2013) ‘Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe Di Kota Semarang’, *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 1–18.
- Nuhung, R. (2012). Tantangan, Masalah Dan Solusi UMKM.
- Mukhtar S, Nurif M. 2015. Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*. 8(2): 181–191.
- Purnomo, N. C., Ardana, I. And Handoko, C. T. (2013) ‘Perancangan Kemasan dan Media Promosi Kue Gandjelrel Khas Kota Semarang’, *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), P. 7.
- Wibowo Dh, Arifin Z, Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 9(1): 59– 66.
- Zuhri, S. (2013). Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Manajemen dan Akuntansi*, 2(3).