

Peningkatan Kapasitas Kelompok Masyarakat Pengelola Produk Olahan Ikan di Kawasan Batu Layar, Lombok Barat Melalui Edukasi Pemasaran dan *Packaging*

M. Jumaedi¹, Himawan Sutanto², Beverly Evangelista³, Khaerul Mujahidi⁴, Subhan Purwadinata⁵, Rishan Adha⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Mataram

*Corresponding author

E-mail: m.jumaedi@staff.unram.ac.id (M. Jumaedi)*

Article History:

Received: April, 2025

Revised: April, 2025

Accepted: April, 2025

Abstract: Kendala utama yang dihadapi kelompok masyarakat pengelola produk olahan ikan di kawasan batu layar adalah kurangnya inovasi dalam diversifikasi produk, serta lemahnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Produk olahan ikan yang dihasilkan masih berskala kecil dan belum memiliki nilai jual yang kompetitif. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat pengelola produk olahan ikan tentang pentingnya strategi pemasaran dan packaging untuk meningkatkan value produk, kapasitas pemahaman strategi pemasaran dan packaging dan memperluas jaringan pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah pemahaman dari masyarakat pengelola produk olahan ikan untuk melakukan kegiatan pemasaran dan packaging produk olahannya. Evaluasi menunjukkan peningkatan kualitas produk serta perluasan cakupan pasar untuk produk olahan ikan ini.

Keywords:

Packaging, Peningkatan Kapasitas, Strategi Pemasaran

Pendahuluan

Ada tiga faktor utama yang saling berkaitan dalam menghambat pertumbuhan ekonomi suatu daerah yaitu ketimpangan, kemiskinan, dan pengangguran (Ariadi & Muzdalifah, 2020). NTB menghadapi permasalahan pengangguran yang signifikan, dan permasalahan yang paling kritis adalah tingginya tingkat pengangguran kaum muda dalam beberapa tahun terakhir (Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2024). Desa Batu Layar kecamatan Batu Layar yang terletak di Kabupaten Lombok Barat provinsi NTB merupakan salah satu kawasan yang juga menghadapi permasalahan seperti itu, sehingga perlu ada upaya untuk mengentaskan permasalahan tersebut. Desa Batu Layar memiliki potensi perikanan yang melimpah. Sumber daya perikanan di daerah ini berasal dari hasil tangkapan nelayan maupun

usaha budidaya perikanan. Sumber daya ini menjadi salah satu penggerak utama perekonomian masyarakat setempat. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, pemanfaatan hasil perikanan di Batu Layar masih belum optimal, terutama dalam aspek pengolahan dan pemasaran produk berbasis ikan.

Sebagian besar masyarakat di Batu Layar yang bergerak dalam pengelolaan produk olahan ikan masih menghadapi berbagai kendala. Beberapa kendala utama yang dihadapi antara lain terbatasnya keterampilan dalam mengolah ikan menjadi produk bernilai tambah, kurangnya inovasi dalam diversifikasi produk, serta lemahnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Produk olahan ikan yang dihasilkan masih berskala kecil dan belum memiliki nilai jual yang kompetitif. Selain itu, kurangnya pemahaman mengenai standar kualitas, higienitas, serta kemasan yang menarik menjadi tantangan tersendiri dalam mengembangkan usaha masyarakat.

Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, strategi pemasaran yang efektif serta packaging yang menarik menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing produk (Nursyirwan et al., 2020). Pemasaran yang baik memungkinkan produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional (Anwar et al., 2022). Sementara itu, packaging yang menarik dan sesuai standar pasar akan meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk bagi konsumen. Sayangnya, masih banyak kelompok masyarakat di Batu Layar yang belum memahami pentingnya strategi pemasaran yang efektif dan desain kemasan yang inovatif.

Selain itu, persaingan dengan produk olahan ikan dari daerah lain juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak produk serupa dari daerah lain yang telah memiliki branding kuat dan sistem pemasaran yang lebih baik. Jika tidak ada peningkatan kapasitas dalam hal pemasaran dan packaging, maka produk olahan ikan dari Batu Layar akan sulit bersaing di pasaran. Oleh karena itu, diperlukan intervensi dalam bentuk edukasi dan pendampingan yang dapat membantu kelompok masyarakat dalam meningkatkan kualitas produk mereka.

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pemasaran adalah penggunaan teknologi digital. Dengan berkembangnya teknologi, pemasaran digital menjadi pilihan yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan (Hilmiana & Kirana, 2022). Saat ini, pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce semakin berkembang dan menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk. Kelompok masyarakat di Batu Layar perlu diberikan pemahaman dan pelatihan terkait pemasaran digital agar mereka mampu memanfaatkan teknologi ini untuk memperluas jangkauan pasar.

Di sisi lain, packaging atau kemasan produk juga memegang peranan penting

dalam meningkatkan daya saing. Kemasan yang menarik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran. Kemasan yang baik harus memenuhi aspek estetika, fungsionalitas, dan keamanan pangan. Sayangnya, masih banyak produk olahan ikan di Batu Layar yang masih sederhana dan penjualannya tanpa melakukan packaging yang baik.



Gambar 1. Produk Ikan Kering

Peningkatan kapasitas kelompok masyarakat pengelola produk olahan ikan melalui edukasi pemasaran dan packaging menjadi langkah strategis dalam mengatasi berbagai kendala tersebut. Edukasi pemasaran akan membantu pelaku usaha memahami berbagai strategi dalam memasarkan produk mereka secara efektif, baik melalui jalur konvensional maupun digital. Sementara itu, edukasi packaging akan memberikan wawasan tentang pentingnya kemasan yang menarik, higienis, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, kelompok ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka sehingga dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Lebih jauh, peningkatan kapasitas masyarakat dalam bidang pemasaran dan packaging juga akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi, para pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dan secara tidak langsung akan mendorong berkembangnya industri olahan ikan di Batu Layar secara lebih berkelanjutan. Selain itu, upaya ini juga sejalan dengan program pemerintah dalam mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis sumber daya lokal.

Dengan adanya program peningkatan kapasitas ini, masyarakat Batu Layar diharapkan dapat lebih mengoptimalkan pemanfaatan hasil perikanan secara efektif dan efisien. Penguatan kelembagaan dan pengembangan jejaring pemasaran juga akan membantu memperluas distribusi produk olahan ikan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat ketahanan pangan berbasis sumber

daya perikanan. Dengan dukungan dari berbagai pihak, diharapkan kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat Batu Layar, khususnya kelompok masyarakat yang bergerak dalam pengolahan produk berbasis ikan.

Oleh karena itu, penting bagi semua pemangku kepentingan, baik dari pemerintah, akademisi, maupun sektor swasta, untuk bersinergi dalam mendukung peningkatan kapasitas kelompok masyarakat pengelola produk olahan ikan di Batu Layar. Dukungan berupa pelatihan, bantuan teknologi, serta akses pasar akan menjadi faktor penentu keberhasilan program ini. Keberhasilan program ini tidak hanya akan memberikan dampak positif bagi kelompok masyarakat sasaran, tetapi juga bagi perekonomian daerah secara keseluruhan.

Ke depan, diharapkan akan lahir berbagai inovasi dalam pengolahan produk ikan yang lebih bervariasi dan memiliki nilai tambah tinggi. Dengan adanya inovasi, produk olahan ikan dari Batu Layar dapat menjadi ikon produk unggulan daerah yang mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional. Dengan semangat kolaborasi dan inovasi, masyarakat Batu Layar dapat meningkatkan kesejahteraan mereka melalui usaha berbasis perikanan yang lebih maju dan berkelanjutan.

Tujuan

1. Meningkatkan keterampilan kelompok masyarakat dalam strategi pemasaran produk olahan ikan.
2. Meningkatkan pemahaman tentang pentingnya desain kemasan yang menarik dan sesuai standar pasar.
3. Memberikan pendampingan dalam pemasaran digital dan tradisional guna memperluas jangkauan pasar.
4. Mengembangkan jejaring pemasaran bagi kelompok masyarakat pengelola produk olahan ikan di Batu Layar.

Manfaat

1. Meningkatkan daya saing produk olahan ikan melalui inovasi pemasaran dan packaging.
2. Meningkatkan kesejahteraan kelompok masyarakat melalui peningkatan omzet penjualan produk.
3. Memperkuat ekosistem usaha kecil berbasis perikanan di Lombok Barat.

4. Membantu pengembangan usaha mikro dan kecil yang berbasis sumber daya lokal.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

a) Identifikasi Permasalahan

Survei awal untuk mengetahui kendala yang dihadapi kelompok Masyarakat kemudian melakukan Wawancara dan diskusi dengan kelompok pengelola produk olahan ikan di Kawasan Batu Layar.

b) Pelatihan dan Pendampingan

1. Pelatihan pemasaran

Pelatihan ini meliputi edukasi dan pemberian materi berkaitan dengan Strategi pemasaran tradisional dan digital serta dengan teknik branding dan storytelling produk.

2. Pelatihan packaging

Pelatihan ini meliputi pembuatan desain kemasan yang menarik dan sesuai standar pasar serta penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan berkualitas.

3. Praktik dan Evaluasi

Penerapan hasil pelatihan dalam proses produksi dan pemasaran. Monitoring dan evaluasi efektivitas pelatihan.

4. Pendampingan Lanjutan

Membantu kelompok masyarakat dalam membangun jejaring pemasaran. Mendorong pendaftaran produk ke lembaga sertifikasi (BPOM, halal, dll).

Tim Pelaksana dan Anggaran

Tim pelaksana terdiri dari akademisi yang memiliki pemahaman tentang pentingnya pemasaran serta desainer kemasan dalam upaya peningkatan kapasitas dan keterampilan masyarakat pengolah produk ikan.

Anggaran kegiatan mencakup biaya pelatihan, bahan edukasi, pendampingan, serta operasional lainnya. Sumber pendanaan berasal dari dana pribadi dengan melakukan iuran dari anggota tim pelaksana.

Hasil

Pelaksanaan Kegiatan

1. Strategi Pemasaran Tradisional

Memberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran tradisional masih relevan dan memiliki daya tarik tersendiri, terutama bagi pasar lokal yang mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan. Beberapa strategi pemasaran tradisional yang dapat diterapkan dalam pemasaran produk olahan ikan antara lain:

a. Pasar Tradisional dan Pameran

Menjual produk di pasar tradisional dan pasar oleh-oleh yang sudah dikenal oleh Masyarakat seperti Pasar kebon roek serta beberapa pasar oleh oleh yang ada di kawasan Batu Layar. Kemudian mengikuti pameran dan bazar kuliner untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen yang lebih luas.

b. Kemitraan dengan Warung dan Rumah Makan

Memberikan edukasi untuk menjalin kerja sama dengan warung makan, restoran, dan hotel untuk menyediakan produk olahan ikan sebagai bagian dari menu mereka. Memberikan harga khusus bagi pelanggan dalam jumlah besar untuk meningkatkan volume penjualan.

c. Distribusi ke Toko Oleh-Oleh dan Supermarket Lokal

Memasarkan produk melalui toko oleh-oleh khas daerah dan minimarket serta menyesuaikan kemasan produk agar sesuai dengan standar supermarket untuk meningkatkan daya tarik di rak penjualan.

d. Promosi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Memberikan masyarakat gambaran bahwa menggunakan testimoni pelanggan yang puas untuk menarik pelanggan baru. Memberikan sampel gratis kepada pelanggan potensial untuk meningkatkan kesadaran akan produk.

e. *Branding* dan *Packaging* yang Menarik

Memberikan edukasi bahwa sangat penting adanya desain logo dan kemasan yang menarik dan mencerminkan kualitas serta keunikan produk. Menggunakan bahan kemasan yang higienis dan menarik agar lebih diminati oleh konsumen.

2. Strategi Pemasaran Digital

Dengan berkembangnya teknologi, pemasaran digital menjadi pilihan yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan

produk olahan ikan. Beberapa strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan meliputi:

- a. Media Sosial (Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business)
Menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk melalui foto dan video yang menarik. Memanfaatkan fitur marketplace dan iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan audiens. Membangun interaksi dengan pelanggan melalui konten edukatif, seperti resep dan manfaat produk olahan ikan.
- b. E-commerce dan Marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll.)
Mendaftarkan produk di berbagai platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menggunakan strategi promosi seperti diskon, cashback, dan free ongkir untuk menarik lebih banyak pembeli.
- c. Website dan SEO (*Search Engine Optimization*)
Membuat website resmi untuk menampilkan katalog produk, informasi kontak, dan testimoni pelanggan. Mengoptimalkan SEO agar website mudah ditemukan di mesin pencari seperti Google.
- d. Email dan WhatsApp Marketing
Menggunakan email dan WhatsApp untuk mengirimkan penawaran khusus serta informasi produk kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian sebelumnya. Membangun database pelanggan untuk mempermudah komunikasi dan retensi pelanggan.
- e. Kolaborasi dengan Influencer dan Food Blogger
Bekerja sama dengan influencer atau food blogger yang memiliki banyak pengikut untuk meningkatkan eksposur produk. Menggunakan strategi endorsement untuk membangun kepercayaan dan daya tarik terhadap produk.
- f. Live Streaming dan Webinar
Mengadakan sesi live streaming di media sosial untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada calon konsumen. Menyelenggarakan webinar tentang manfaat dan cara penggunaan produk olahan ikan untuk meningkatkan minat beli.

Gambar berikut adalah beberapa kegiatan ketika pelaksanaan edukasi untuk strategi pemasaran dan packaging kepada kelompok masyarakat pengelola produk olahan ikan di Batu Layar.



Gambar 2. Kegiatan Edukasi Pentingnya Pemasaran dan *Packaging* Produk

Kesimpulan

Berdasarkan hasil post-test dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Para kelompok masyarakat pengelola produk olahan ikan kini lebih memahami dan menyadari pentingnya strategi pemasaran dan Packaging dalam pengelolaan bisnis mereka.
2. Kemampuan peserta dalam menggunakan platform pemasaran digital mengalami peningkatan yang signifikan.
3. Peserta berencana mengimplementasikan wawasan dan keterampilan yang telah mereka pelajari selama pelatihan ke dalam kegiatan usaha mereka.

Daftar Referensi

- Anwar, R. A., Ramadhan, R., & Artikel, I. (2022). Pentingnya Pemasaran Dalam Menunjang Perkembangan Bisnis. *Journal for Management Student (JFMS)*, 2(4), 5–7. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms>
- Ariadi, V. N., & Muzdalifah. (2020). The Effect Of Economic Growth, Unemployment, And Poverty of Income Definitions in South Kalimantan. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 485–499.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2024). *Keadaan Ketenagakerjaan Provinsi Nusa Tenggara Barat Agustus 2024*. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. <https://ntb.bps.go.id/id/pressrelease/2024/11/05/1011/keadaan-ketenagakerjaan-provinsi-nusa-tenggara-barat-agustus-2024.html>
- Hilmiana, & Kirana, D. H. (2022). Digitalisasi Pemasaran Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Segarhalal. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>
- Nursyirwan, V. I., Ardaninggar, S. S., Septiningrum, L. D., Gustiasari, D. R., & Hasan, J. M. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(02), 238–244.