

Pengembangan usaha masyarakat pesisir pantai dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional

Annur Fitri Hayati¹, Yolandafitri Zulvia², Mega Asri Zona²

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Penulis korespondensi : Annur Fitri Hayati

E-mail : annurfitrihayati@gmail.com

Diterima: 20 September 2024 | Direvisi: 14 November 2024 | Disetujui: 17 November 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Kelompok Pengolah dan Pemasar (POKLAHSAR) Bali Ulak Karang dan Pantai Gurun yang berada di Kota Padang masih termasuk dalam skala kecil dan menengah. POKLAHSAR ini menggunakan tenaga kerja lepas yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga. Kelompok ini memasok ikan segar sekitar 20 kilogram dan mengolah sekitar 10 kilogram ikan setiap hari. Saat ini, kedua POKLAHSAR menghadapi beberapa permasalahan: (1) Hasil pengolahan produksi ikan yang kurang menarik, (2) Daerah pemasaran hasil produksi hanya untuk pasar lokal Kota Padang dan sekitarnya, dan (3) Mitra belum memiliki legalitas izin BPOM. Untuk mengatasi permasalahan ini, tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan: (1) Memberikan pendampingan kepada mitra dalam membuat berbagai produk olahan ikan, (2) Membantu dalam desain merek, logo dan kemasan sehingga produk menjadi lebih menarik dan berkualitas, (3) Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pengurusan izin BPOM, (4) Memberikan pelatihan serta pendampingan pembuatan media promosi online untuk produk yang dihasilkan oleh kedua mitra.

Kata kunci: pemasaran; pengolahan ikan; BPOM.

Abstract

Bali Ulak Karang and Pantai Gurun Processing and Marketing Groups (POKLAHSAR) located in Padang City are small or medium scale. These POKLAHSARs use daily labor, most of whom are housewives. This group supply around 20 kilograms of fresh fish and process around 10 kilograms of fish every day. Currently, both POKLAHSARs are facing several problems: (1) Results of fish processing are less attractive, (2) Marketing for the production results is only for local market, and (3) Partners do not yet have BPOM permit. To overcome these problems, the team carried out several activities: (1) Providing assistance in making various products from processed fish, (2) Assisting in designing brands, logos, and packaging so that products become more attractive and of higher quality, (3) Providing training and assistance to partners in managing BPOM permits, (4) Providing training and assistance in making online promotional media for products produced by the two partners.

Keywords: marketing; food processing; BPOM.

PENDAHULUAN

Kota Padang memiliki kondisi panjang pantai 68 km dan luas kewenangan pengelolaan perairan kurang lebih 72.000 Ha dan 19 pulau-pulau kecil. Masyarakat yang hidup di kawasan pesisir memiliki mata pencaharian utama sebagai nelayan. Masyarakat pesisir pantai berharap sektor perikanan memberikan kontribusi peningkatan kesejahteraan hidup (Sulestiani & Astral, 2017). Namun pada kenyataannya, masih cukup banyak nelayan belum dapat meningkatkan pendapatan mereka (Mamuki et al., 2024). Salah satu bentuk usaha bagi masyarakat di wilayah pesisir untuk meningkatkan

pendapatan mereka yakni dengan usaha di bidang pengolahan ikan (Sholeh et al., 2022). Hal ini dikarenakan perikanan merupakan aset alam yang sangat berpotensi apabila dikembangkan untuk membangun perekonomian di Indonesia, diantaranya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat pesisir dan memperluas lapangan pekerjaan serta peluang usaha (Ningrum et al., 2021).

Upaya dalam mengembangkan sektor perikanan melalui proses industrialisasi (Yusuf & Wisnujati, 2022). Salah satu medianya adalah dengan adanya Kelompok Pengolah dan Pemasar atau disebut POKLAHSAR, yang menjadi upaya dalam meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelaku usaha perikanan sehingga mampu bersaing (Guttifera et al., 2023). Dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat yang ada di Kota Padang, maka Dinas Kelautan dan Perikanan bekerjasama dengan dosen-dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk dapat berkolaborasi mencari solusi agar pemberdayaan ekonomi masyarakat POKLAHSAR ini bisa berkembang. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi yang tim pengusul lakukan dan melihat banyaknya permasalahan yang dihadapi POKLAHSAR ini, maka tim pengusul menggandeng mitra Kelompok POKLAHSAR Bali Ulak Karang dan Pantai Gurun.

Kelompok POKLAHSAR Bali Ulak Karang dan Pantai Gurun yang berada di Kota Padang yang masing-masing beranggotakan 10 pelaku usaha. POKLAHSAR ini masih dalam skala kecil dan menengah, tenaga kerja yang digunakan bersifat tenaga kerja lepas yang kebanyakan terdiri dari ibu-ibu rumah tangga. Kelompok POKLAHSAR ini mampu memasok ikan segar sekitar 20 kg perhari dan mengolah sekitar 10 kg ikan setiap hari. Saat ini, permintaan pasar terhadap hasil olahan ikan masih terbilang rendah. Dalam sehari, rata-rata POKLAHSAR ini mampu memproduksi 100 bungkus nuget seberat 100 gram, kebanyakan ikan langsung dijual pada para pedagang pasar sekitar. Padahal jika dilihat fenomena saat ini, masyarakat cenderung membeli ikan kemasan yang bisa tahan lama serta makanan olahan (Ulfa et al., 2020).

Kelompok POKLAHSAR Bali Ulak Karang dan Pantai Gurun menghadapi beberapa masalah antara lain: daerah pemasaran hasil produksi hanya untuk pasar lokal Kota Padang dan sekitarnya. Hasil produksi dititipkan di kedai dan outlet yang ada di Kota Padang. Masalah lain terkait pasokan bahan baku yaitu jumlah tangkapan nelayan yang terbatas. Persoalan ini diakibatkan karena cuaca yang sering berubah drastis. Hal ini berdampak pada tingginya harga jual produk. Selain itu, mitra tidak memiliki Freezer yang bisa digunakan untuk menyimpan bahan baku ketika hasil tangkapan nelayan melimpah dan harga produk menjadi murah.

Persoalan krusial lainnya yaitu hasil pengolahan produksi ikan yang kurang menarik karena produk yang tidak menarik dan belum memiliki merek. Hasil produksi beberapa sudah dikemas dalam bentuk standing pouch yang berwarna bening dan beberapa masih menggunakan kemasan plastik biasa. Selain produk yang kurang menarik tampilannya, mitra juga menghadapi masalah karena produk yang kurang variatif, walaupun dari segi rasa, terasa enak karena ditambah bumbu-bumbu tradisional yang kaya rempah.

Mitra juga belum memiliki legalitas izin SPP-IRT yang sangat diperlukan karena produk terkait dengan produksi pangan yang harus mendapatkan sertifikasi dari Dinas Kesehatan (Hermawan & Eviningrum, 2019). Mitra saat ini baru memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha). Permasalahan di atas menyiratkan bahwa mitra membutuhkan pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan kualitas produk, membuat kemasan dan merek yang menarik dan bagaimana cara pengurusan SPP-IRT dan BPOM, sehingga mitra tidak bisa memasok produk ke supermarket besar (Wahyudi et al., 2023).

Kemasan merupakan ujung tombak penjualan suatu produk (Riniwati et al., 2020). Kemasan yang menarik diharapkan dapat menjadi media komunikasi dan promosi yang mendongkrak penjualan. Hal ini karena kemasan sudah mengalami pergeseran fungsi, yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merek dagang (Sofia & Yunita, 2021). Perkembangan *packaging* akhirnya menjadi ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk (Putri, 2019). Selanjutnya, kegiatan promosi produk yang dihasilkan kedua mitra yang terlibat juga perlu dilakukan. Promosi adalah suatu cara tepat agar produk dapat dikenal oleh khalayak ramai (Khairani & Pratiwi, 2018). Namun anggota kedua POKLAHSAR ini belum memiliki keterampilan untuk membuat media promosi online yang sangat banyak diakses semua

kalangan saat ini. Pemberdayaan dan pengembangan usaha mitra pada pengabdian kali ini diharapkan dapat memberdayakan ekonomi masyarakat, meningkatkan laba usaha, meningkatkan ekonomi masyarakat bisa memiliki pendapatan pengganti yang mungkin jauh lebih baik lagi seperti membuka usaha *frozen food* yang sangat diminati oleh masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang.

Berdasarkan analisis situasi maka dapat diidentifikasi permasalahan prioritas mitra yang mendesak untuk diatasi yang memerlukan kepakaran bidang ilmu yang berbeda, meliputi 4 bidang ilmu yaitu: Desain Komunikasi Visual untuk permasalahan branding dan packaging, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran dan Ilmu Gizi untuk legalitas pengurusan SPP-IRT dan BPOM. Permasalahan yang akan ditangani adalah benar-benar merupakan kebutuhan yang sangat mendesak mitra dan sejalan dengan program pemerintah daerah dan bahkan pemerintah pusat yaitu:

1. Diversifikasi produk. Produk olahan yang ada pada saat ini baru satu jenis, yaitu nugget. Tim pelaksana kegiatan bekerjasama dengan ahli tata boga untuk memperkenalkan dan mengajarkan mitra mengenai produk olahan lain yang bisa dibuat dari ikan.
2. Manajemen Pemasaran. Kemasan dan merek produk mitra saat ini, kurang menarik dan masih kalah dengan produk pesaing. Kemasan yang dipilih, belum bervariasi dari segi warna yang disesuaikan dengan varian produk yang dihasilkan. Beberapa produk masih menggunakan kemasan plastik biasa. Produk yang dihasilkan mitra saat ini belum memiliki merek dan logo pada kemasannya. Sehingga konsumen akan kesulitan mengenali produk karena belum memiliki identitas. Dalam program PKM ini mitra akan di bantu membuat logo dan merek. Selain itu, mitra akan dibantu untuk membuat media promosi *online* untuk produk yang mereka hasilkan agar dapat diketahui oleh masyarakat secara luas.
3. Mitra belum memiliki izin SPP-IRT dan BPOM, sehingga mitra perlu diberikan pendampingan mengurus izin SPP-IRT dan ke dinas Kesehatan Kota Padang untuk pengurusan BPOM. Untuk pengurusan ini, Produk yang dihasilkan hendaknya lulus dari segi kualitas gizi pangan yang dihasilkan dan terjamin. Setelah SPP-IRT diperoleh maka diharapkan mitra tetap menjaga mutu produksi pangan dan menjaga *hygiene* dan sanitasi tempat pengolahan makanan.

METODE

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama bulan Juni sampai Oktober 2024. Kegiatan ini dilaksanakan di beberapa lokasi: Dinas Perikanan dan Pangan Kota Padang, POKLAHSAR Bali Ulak Karang dan Pantai Gurun, serta Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Khalayak Sasaran

Mitra kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah kelompok POKLAHSAR Bali Ulak Karang dan Pantai Gurun akan berpartisipasi langsung sebagai peserta pelatihan dan diskusi, dan diharapkan mereka aktif dalam kegiatan pelatihan ini sehingga mereka paham bagaimana pentingnya kegiatan PKM ini. Tempat pelatihan juga akan difasilitasi oleh mitra termasuk partisipasi mitra dalam kepanitiaan dan penyediaan berbagai perlengkapan untuk pelatihan dan pendampingan. Jika usaha ini berkembang diharapkan dapat membantu peningkatan kesejahteraan anggota, membuka lapangan kerja baru dan juga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan selama tahun 2024 dengan tahapan berikut:

- a. Persiapan meliputi koordinasi dengan Dinas Perikanan dan Pangan Kota Padang
- b. Pertemuan penyamaan persepsi dan diskusi bentuk, tempat dan waktu kegiatan bersama mitra.
- c. Persiapan pelaksanaan yang meliputi dokumen-dokumen, perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk kelancaran kegiatan PKM ini.

- d. Kegiatan inti yaitu berupa pelatihan, pembimbingan dan pendampingan sesuai dengan kegiatan yang telah direncanakan.
- e. Evaluasi bertujuan untuk melihat kontribusi dan manfaat kegiatan PKM ini bagi mitra Kelompok Diharapkan setelah program ini selesai program yang telah dilatihkan dan dibimbing bisa terus dijaga implementasinya oleh mitra dan bahkan bisa terus dikembangkan.

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra adalah melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan selama kegiatan PKM. Pelatihan akan diberikan oleh para instruktur yang sudah berpengalaman dalam bidang Tata Boga, Manajemen Pemasaran, dan BPOM. Selanjutnya tim juga akan memberikan pendampingan kepada mitra terkait materi yang sudah dilatihkan dan evaluasi kegiatan baik melalui pendampingan kunjungan langsung maupun dengan memanfaatkan fasilitas telekomunikasi seperti zoom, telepon ataupun whatsapp. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah ceramah, diskusi, tanya jawab, dan pembimbingan.

Indikator Keberhasilan

Sejalan dengan panduan tujuan Program Kemitraan Masyarakat adalah untuk: (1) membentuk/mengembangkan sekelompok masyarakat yang mandiri secara ekonomi dan sosial, (2) membantu menciptakan ketenteraman dan nyaman dalam hidup bermasyarakat dan (3) meningkatkan keterampilan berpikir, membaca dan menulis atau keterampilan lain yang dibutuhkan. Sementara luaran yang terkait dengan mitra berupa peningkatan level keberdayaan mitra secara kuantitatif dan kualitatif sesuai permasalahan yang dihadapi yaitu:

- a. 85% Mitra memiliki merek, logo dan kemasan yang didesain lebih menarik. Target kegiatan ini Kelompok POKLAHSAR memiliki desain merek dan kemasan yang baru disesuaikan dengan varian produk yang dihasilkan.
- b. Kedua mitra memiliki peralatan kulkas freezer sebagai penyimpan bahan baku sehingga pasokan bahan baku tetap terjaga walaupun pada kondisi hasil tangkapan nelayan yang kurang di musim-musim tertentu. Kelompok POKLAHSAR dibelikan 1 buah kulkas freezer.
- c. 85% Mitra memiliki izin SPP-IRT dari Dinas Kesehatan BPOM.
- d. 85% Mitra meningkat keterampilannya untuk membuat media promosi online, baik e-commerce maupun media sosial.
- e. Terjadi peningkatan omzet penjualan mitra mencapai 50%.

Metode Evaluasi

Kegiatan evaluasi pelaksanaan program PKM ini akan dilaksanakan melalui diskusi dan pengisian angket bersama mitra selama kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk mendapatkan respon peserta atas kegiatan yang dilakukan. Di akhir kegiatan juga akan dilakukan evaluasi oleh tim pelaksana dengan mengecek kembali apakah masalah mitra sudah mendapatkan solusi terbaik melalui kegiatan PKM ini. Selanjutnya, kegiatan Monitoring dan Evaluasi (MONEV) juga akan dilakukan oleh tim MONEV Internal LP2M UNP dan MONEV eksternal oleh tim DRPM untuk mengevaluasi pelaksanaan program ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diversifikasi Produk Olahan Ikan

Kegiatan pertama yang dilaksanakan pada PKM ini adalah pelatihan diversifikasi produk. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim PKM bekerjasama dengan ahli tata boga untuk melatih mitra untuk membuat produk olahan ikan. Ikan merupakan sumber makanan penting yang mengandung protein tinggi (Kusumawardani et al., 2023). Protein yang terkandung dalam ikan terdiri dari asam amino dengan komposisi paling lengkap yang bermanfaat bagi tubuh untuk membantu pertumbuhan sel (Diniarti et al., 2020). Protein yang terdapat dalam ikan juga mudah dicerna dan diserap oleh tubuh (Lestary et al., 2022). Ikan mengandung Omega-3 dan juga vitamin dan mineral, seperti vitamin A, D, B6, dan B12.

Pengembangan usaha masyarakat pesisir pantai dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional

Pada kegiatan ini, tim PKM memberikan pelatihan untuk membuat dua macam makanan dari olahan ikan: Kaki Naga dan Dimsum. Kaki naga dan dimsum dibuat dari bahan dasar ikan tuna, kemudian ditambah dengan bahan lain, seperti tepung dan telur. Jenis makanan olahan yang diajarkan adalah yang sederhana. Kedua produk ini masing-masing bisa dibuat dalam waktu 30 menit dan bisa disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama di kulkas.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Makanan dari Olahan Ikan

Kedua makanan olahan yang diajarkan pada pelatihan ini bisa dijual sebagai produk akhir yang siap makan ataupun *frozen food*. Potensi pengolahan makanan beku (*frozen food*) dapat memanfaatkan hasil tangkapan nelayan (Ardiyansyah et al., 2021). Hal ini dikarenakan hasil tangkapan dari pasar tidak dapat terjual semua. Bahkan, pada beberapa kasus, ikan tersebut harus dibuang karena tidak ada yang mengolah. Inovasi yang dilaksanakan pada PKM ini adalah membuat *frozen food* dengan inovasi menghilangkan bau amis maupun bau tanah, metode pengawetan untuk menghilangkan bakteri merugikan secara alamiah beserta variasi-variasi bumbu yang diinginkan konsumen.

Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Pemasaran

Pelatihan kedua yang dilaksanakan yaitu pelatihan manajemen pemasaran. Untuk memperluas pasar dan meningkatkan dampak pemasaran produk, didukung oleh konsep pengolahan, kegiatan ini fokus pada pelatihan dan pendampingan Manajemen Pemasaran. Kegiatan pelatihan kedua ini dimulai dari diskusi mengenai merek dan logo untuk kedua mitra. Logo merupakan identitas yang membedakan suatu merek dengan yang lain (Darajat et al., 2023). Logo juga bisa berfungsi sebagai representasi visual yang pertama kali dilihat oleh konsumen. Perusahaan membuat logo sebagai identitas dari sebuah brand, perusahaan, bisnis, atau organisasi lain. Dalam banyak kasus, logo mencerminkan misi, visi, identitas dan nilai-nilai inti dari perusahaan (Rachmawati et al., 2020).



Gambar 2. Logo POKLAHSAR Pasie Jambak dan Bali Ulak Karang

Dalam pembuatan logo untuk kedua mitra, tim PKM bekerjasama dengan ahli Desain Komunikasi Visual (DKV). Diskusi antara tim PKM, ahli DKV, dan mitra menghasilkan logo untuk masing-masing kelompok. Gambar 2 memperlihatkan logo akhir yang disetujui oleh semua pihak yang terlibat.

Setelah logo, tim PKM juga memberikan pelatihan mengenai *digital marketing* (pemasaran digital). Pemasaran digital biasanya merujuk pada kampanye pemasaran daring yang muncul di komputer, ponsel, tablet, atau perangkat lain (Dwivedi et al., 2020). Pemasaran digital dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, termasuk video daring, iklan bergambar, pemasaran mesin pencari, iklan sosial berbayar, dan kiriman media sosial (Felix et al., 2017). Pelatihan mengenai pemasaran digital bertujuan agar produk yang dihasilkan oleh kedua mitra bisa mencapai pasar yang lebih luas.



Gambar 3. Kegiatan pelatihan digital marketing untuk Mitra

Sosialisasi SPP-IRT dan BPOM

Keamanan pangan merupakan syarat penting yang harus dipenuhi untuk pangan yang hendak dikonsumsi oleh semua masyarakat Indonesia. Pangan yang bermutu dan aman dapat dihasilkan dari dapur rumah tangga maupun dari industri pangan (Wahyudi et al., 2023). Penanganan pangan yang baik dapat membuat pangan menjadi terbebas dari bahaya tersebut (C. S. Dewi et al., 2024). SPP-IRT merupakan kepanjangan dari Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga. SPP-IRT berfungsi sebagai bukti penyampaian komitmen pelaku usaha akan menjamin keamanan, mutu, gizi dan label pangan olahan yang diproduksi untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran di wilayah Indonesia (Hermawan & Eviningrum, 2019). SPP-IRT ditujukan kepada pangan olahan yang masih melakukan produksi secara manual hingga semi otomatis. Di sisi lain, izin edar BPOM diperuntukkan untuk pangan olahan yang melakukan produksi bertingkat, mulai dari manual, semi otomatis, otomatis, atau bahkan dengan teknologi tertentu dalam menjalankan prosesnya (Dewi et al., 2023).

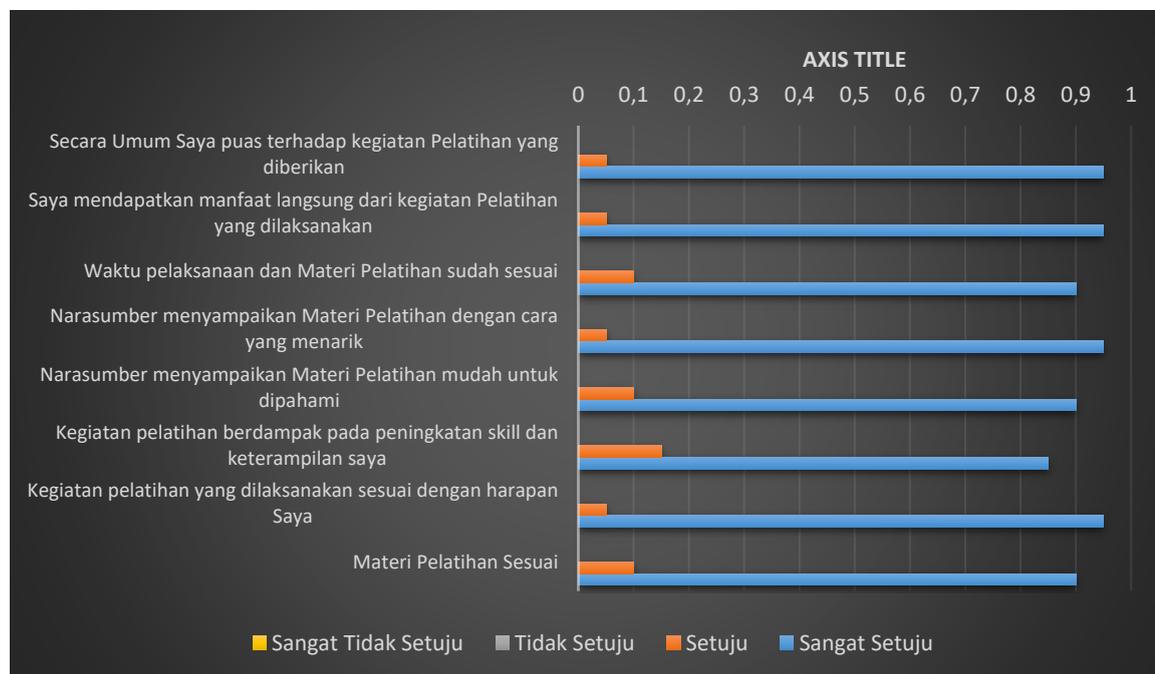


Gambar 4. Kegiatan Penyuluhan oleh BPOM

SPP-IRT diperlukan sebagai izin jaminan usaha sambal kemasan rumahan yang dijual dan beredar di masyarakat, demi memenuhi standar keamanan Makanan atau izin edar produk pangan. Sedangkan keberadaan BPOM sangat penting untuk memastikan bahwa semua produk obat dan makanan yang beredar memenuhi standar kesehatan dan keamanan yang ketat (Sari & Kemalasari, 2023).

Keberhasilan Kegiatan

Keberhasilan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini bisa dilihat dari solusi berdasarkan permasalahan prioritas yang telah disepakati bersama mitra yang terlibat. Permasalahan pertama yaitu diversifikasi produk. Produk olahan awal yang ada pada saat ini baru satu jenis, yaitu nugget. Tim pelaksana kegiatan bekerjasama dengan ahli tata boga untuk memperkenalkan dan mengajarkan mitra mengenai produk olahan lain yang bisa dibuat dari ikan. Setelah kegiatan ini, mitra sudah mampu membuat makanan olahan lain, yaitu kaki naga dan dimsum. Permasalahan kedua yaitu manajemen pemasaran. Kemasan dan merek produk mitra saat ini, kurang menarik dan masih kalah dengan produk pesaing. Kemasan yang dipilih, belum bervariasi dari segi warna yang disesuaikan dengan varian produk yang dihasilkan. Beberapa produk masih menggunakan kemasan plastik biasa. Produk yang dihasilkan mitra saat ini belum memiliki merek dan logo pada kemasannya. Sehingga konsumen akan kesulitan mengenali produk karena belum memiliki identitas. Dalam program PKM ini, tim pelaksana dan mitra menyepakati logo untuk masing-masing mitra. Mitra juga sudah memiliki kemampuan untuk membuat media promosi online untuk produk yang mereka hasilkan agar dapat diketahui oleh masyarakat secara luas. Permasalahan ketiga yaitu mitra belum memiliki izin SPP-IRT dan BPOM, sehingga mitra perlu diberikan pendampingan mengurus izin SPP-IRT dan ke dinas Kesehatan Kota Padang untuk pengurusan BPOM. Tim pelaksana bekerjasama dengan BPOM untuk memberikan penyuluhan kepada mitra. Ketiga permasalahan yang awalnya ditemui sudah mendapatkan solusi yang bisa membantu.



Gambar 5. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Keberhasilan kegiatan ini juga bisa dilihat dari hasil kuisioner yang disebar. Berdasarkan kuisioner, peserta pelatihan merasakan manfaat dari kegiatan ini. Kemampuan mereka mengalami peningkatan. Selain itu, peserta pelatihan merasakan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan. Hasil lengkap dari kuisioner ini dapat dilihat pada Gambar 5.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM ini memiliki dua mitra, yaitu: Kelompok Pengolah dan Pemasar (POKLAHSAR) Bali Ulak Karang dan Pantai Gurun yang berada di Kota Padang. Kedua mitra masih termasuk dalam skala kecil dan menengah. Kegiatan ini memberikan pendampingan kepada mitra dalam membuat berbagai produk dari olahan ikan, membantu dalam desain merek, logo dan kemasan yang menarik sehingga produk menjadi lebih menarik dan berkualitas, memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pengurusan izin BPOM, dan memberikan pelatihan serta pendampingan pembuatan media promosi online untuk produk yang dihasilkan oleh kedua mitra. Hasilnya, mitra sudah mampu untuk membuat makanan olahan lain, yaitu kaki naga dan dimsum. Mitra juga sudah memiliki logo yang bisa digunakan pada kemasan produk yang dihasilkan. Terakhir, mitra juga sudah memiliki pengetahuan untuk pendaftaran SPP-IRT dan BPOM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis sebagai bagian dari Tim pelaksana kegiatan mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi sesuai dengan kontrak Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Nomor: 090/E5/PG/02.00/PM.BARU/2024.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardiyansyah, J., Budiwati, H., & ... (2021). Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan Lele Di Kampung Lele Lumajang. *Jobman: Journal of ...*
- Darajat, P. P., Choirina, P., Wahyudi, F., Cipta, B. S. I., Jannah, U. M., & Tasaufi, B. N. (2023). Pendampingan UMKM dalam Aspek Legalitas, Branding dan Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Pagak Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(4). <https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3465>
- Dewi, C. S., Fianty, M. I., & Saputri, F. R. (2024). Inovasi Manajemen Melalui Pelatihan Pendaftaran Label BPOM dan Halal bagi Produk UMKM Kuliner Desa Legok Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(1). <https://doi.org/10.33394/jpu.v5i1.9157>
- Dewi, N. S. D., Putri, D. A. P. A. G., Wardani, K. D. K. A., & Indrashwara, D. C. (2023). Pendampingan Ukm Desa Sulahan Dalam Eskalasi Kualitas Produk Jajan Upakara Untuk Mendapatkan Izin Edar BPOM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3). <https://doi.org/10.35914/tomaega.v6i3.1790>
- Diniarti, N., Cokrowati, N., Setyowati, D. N., & Mukhlis, A. (2020). EDUKASI NILAI GIZI IKAN MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN MAKANAN OLAHAN BERBAHAN BAKU IKAN TONGKOL. *Abdi Insani*, 7(1). <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v7i1.300>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluo, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Guttifera, G., Sari, S. R., Rizki, R. R., & Yovandre, E. (2023). PELATIHAN SERTIFIKASI BALAI BESAR POM DAN HALAL BAGI POKLAHSAR RUMAH LELE ATHALLAH SERTA SIVITAS AKADEMIK UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN. *Jurnal Abdi Insani*, 10(1). <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i1.876>
- Hermawan, H., & Eviningrum, S. (2019). Pendampingan Pengurusan Perijinan Spp-Irt Pada Ukm Candi Mas Desa Bancong, Kecamatan Wonoasri, Kabupaten Madiun. *JURNAL DAYA-MAS*, 3(2). <https://doi.org/10.33319/dymas.v3i2.14>

- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Kusumawardani, B., Maharani, A. K., Altariq, M. I., Islami, I. R., Wasyim, A. H. P., Kemalari, W. S., Ghasani, T. A., Nur, L. L., Saputri, E. D., Faroh, V., & Ningrum, Y. P. (2023). Diversifikasi Olahan Pangan Ikan Lele untuk Pemenuhan Gizi dan Ekonomi Keluarga di Dusun Gayasan-Jenggawah, Jember. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(4). <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v14i4.14488>
- Lestary, T. T., Laily, A., Permatasari, A. E., Kebidanan, J., Kesehatan, I., & Tarakan, B. (2022). Pelatihan Pembuatan Makanan Tambahan dari Olahan Ikan dalam Upaya Pencegahan Stunting di Desa Sesua Kabupaten Malinau. *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan, Sains Dan Pembelajaran*, 2(1).
- Mamuki, E., Rahim, S. D. N., & Papatungan, N. A. (2024). PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PESISIR MELALUI PENGEMBANGAN DESTINASI EKOWISATA PANTAI DI DESA BOTUTONUO KECAMATAN KABILA BONE KABUPATEN BONE BOLANGO. *Jurnal Perikanan Unram*, 13(3). <https://doi.org/10.29303/jp.v13i3.639>
- Ningrum, R. A., Kinasih, K. N., Asrin, D. I., Ayu, A. A., Sari, E. D. Y., Kusuma, N. M., Quamilla, J. V., & Yuliani, M. G. A. (2021). IMPLEMENTASI PROGRAM SOSIALISASI PENGOLAHAN DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN IKAN AIR TAWAR DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT TERHADAP PEREKONOMIAN DI DESA TAPEN KECAMATAN TAPEN KABUPATEN BONDOWOSO. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 5(1). <https://doi.org/10.20473/jlm.v5i1.2021.158-166>
- Putri, S. A. (2019). Desain Kemasan untuk Mendukung Pemasaran Produk Olahan Pangan Kelompok Wanita Tani Kreatif Permata. *Charity*, 2(1). <https://doi.org/10.25124/charity.v2i1.2143>
- Rachmawati, E., Suliyanto, S., & Suroso, A. (2020). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145>
- Riniwati, H., Wati, L. A., Waluyo, E., Wardani, M. P., & Sofiati, D. (2020). Model Optimasi Distribusi Pemasaran Produk Olahan Ikan Lele. *Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine*, 8(1).
- Sari, F., & Kemalari, P. (2023). URGENSI PENDAFTARAN IZIN PRODUK BPOM OLEH PELAKU USAHA (STUDI KASUS UMKM OLAHAN IKAN ASIN KELOMPOK PEREMPUAN SEPAKAT DI KABUPATEN ACEH BARAT DAYA). *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 5(1). <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v5i1.3155>
- Sholeh, Q. N., Syarief, R., Suwandi, R., & Hidayat, T. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Olahan Ikan Beku di PT XYZ. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 25(2). <https://doi.org/10.17844/jphpi.v25i2.38833>
- Sofia, L. A., & Yunita, R. (2021). Perluasan pasar produk olahan ikan patin melalui perbaikan kemasan dan promosi daring. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(1). <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i1.11860>
- Sulestiani, A., & Astral, M. (2017). PENGELOLAAN POTENSI PERIKANAN DI PANTAI PESISIR PANTAI TIMUR SURABAYA (STUDI KASUS DI KECAMATAN SUKOLILO, MULYOUREJO, KENJERAN, DAN BULAK). *Agritrop: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian (Journal of Agricultural Science)*, 14(1). <https://doi.org/10.32528/agr.v14i1.415>
- Ulfa, A. N., Barokah, U., Darsono, D., Fajarningsih, R. U., Sutrisno, J., & Supardi, S. (2020). Peningkatan Kapasitas Usaha Mina Mandiri Melalui Pelatihan Pemasaran Produk Olahan Ikan. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 4(1). <https://doi.org/10.20961/prima.v4i1.37839>
- Wahyudi, T., Refi Pratiwi, Intan Puspanita, Asih Machfuzhoh, Muhamad Fakhrudin, Muhammad Abduh, & Galih Ginanjar Saputra. (2023). Dissemination of Halal Certification, BPOM and Tax Reporting to Malingping Fish Meatball UMKM. *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 1(4). <https://doi.org/10.33369/kreativasi.v1i4.26227>
- Yusuf, M., & Wisnujati, A. (2022). PENGOLAHAN HASIL PERIKANAN LELE MENJADI PRODUK FROZEN FOOD BERNILAI EKONOMI DUSUN PANDES BANTUL YOGYAKARTA. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.891>