

Diversifikasi Produk Olahan Ikan Wader dan Manajemen Usaha Berbasis *Marketing Online* di BUMDes Margosari, Kulon Progo

(Diversification of Wader Fish Processed Product and Online Marketing in the BUMDes Margosari, Kulon Progo)

Agus Setiyoko^{1*}, Rosalia Prismarini Nurdiarti², M. Nastain²

¹ Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Agroindustri, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
Jl. Wates Km. 10 Yogyakarta 55753.

² Program Studi Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Jl. Ring
Road Utara, Condongcatur, Sleman 55281

*Penulis Korespondensi: agus_setiyoko@mercubuana-yogya.ac.id
Diterima Oktober 2020/Disetujui Januari 2022

ABSTRAK

Desa Margosari memiliki Sungai Serang yang menjadi salah satu sumber penghasilan masyarakat. Ikan hasil tangkapan dijual dalam bentuk ikan wader segar dengan nilai jual Rp 7.000–9.000/kg. Harga jual dan daya simpan ikan wader sangat rendah sehingga perlu ditingkatkan dengan cara melakukan diversifikasi olahan menjadi ikan wader krispi sebagai salah satu peluang usaha. Kendala yang dihadapi mitra adalah: 1) Terbatasnya pengetahuan dan keterampilan mengenai diversifikasi olahan ikan wader; 2) Pengemasan masih sederhana dan belum memenuhi standar; dan 3) Pemasaran masih dilakukan dengan *direct selling* dan belum menggunakan sistem pemasaran *online*. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan agar pengetahuan dan keterampilan mitra mengalami peningkatan terutama mengenai diversifikasi olahan ikan wader menjadi wader krispi, teknologi pengemasan serta pemasaran *online*. Kegiatan ini menggunakan metode paparan/presentasi dan pelatihan serta pendampingan kepada anggota BUMDes Lumintu Margosari yang berjumlah 20 orang. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan meliputi: 1) Penyuluhan dan pelatihan mengenai diversifikasi olahan ikan wader menjadi ikan wader krispi; 2) Penyuluhan dan pelatihan pengemasan, cara pengemasan, serta cara pembuatan label kemasan; dan 3) Pelatihan pemasaran berbasis *online marketing*. Tolak ukur kesuksesan program ini ditunjukkan dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mengenai diversifikasi olahan wader krispi, pengetahuan mengenai label dan kemasan serta pengetahuan mengenai *marketing online* pada anggota kelompok BUMDes Lumintu Margosari berdasarkan analisa *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan. Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan ini adalah metode penyuluhan yang dilanjutkan dengan metode pelatihan efektif bagi anggota kelompok BUMDes Margosari dalam meningkatkan pengetahuan mengenai diversifikasi olahan ikan wader, pelabelan, dan pengemasan serta *online marketing*.

Kata kunci: diversifikasi, *marketing online*, ikan wader, pelabelan, pengemasan

ABSTRACT

Margosari village has the Serang River which is a source of income for the community. The caught fish is sold in the form of fresh wader fish at a price of Rp. 7,000.00 to Rp. 9,000.00 / Kg. Selling price and storage capacity of wader fish are very low, so it needs to be increased by diversifying the process into krispi wader as one of the business opportunities. The problems faced by partners are: 1) Limited knowledge and skills regarding the diversification process of wader fish; 2) Packaging method is still simple and does not meet standards; and 3) Marketing process is still carried out by direct selling and has not used online marketing method. This community service program aims to increase knowledge and skills regarding the diversification process of wader fish into krispi wader, packaging technology and online marketing. The methods used in conducting this program were in the form of counseling and training as well as assistance to 20 BUMDes members. Counseling and training activities include: 1) Counseling and training on the diversification of processed wader fish into krispi wader fish; 2) Counseling and packaging training was held to know how to pack and making packaging labels; 3) Marketing training based on online marketing. The benchmarks for the success of this service activity can be seen from the increasing of knowledge and skills regarding the diversification of wader krispi process, knowledge of labels and packaging as well as knowledge of online marketing for members of the Margosari BUMDes group based on pretest and posttest analysis of service activities. The conclusion of this service activity is that the counseling method followed by training methods are effective for members of the Margosari BUMDes group in diversifying their wader fish, labeling and packaging as well as online marketing.

Keywords: diversification, labeling, online marketing, packaging, wader fish

PENDAHULUAN

Desa Margosari berjarak 16 km dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta, terletak di Kecamatan Pengasih, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Margosari memiliki kondisi lahan yang produktif dimanfaatkan masyarakat untuk lahan pertanian dan perkebunan. Aliran sungai Serang yang melintasi Desa Margosari menjadi salah satu sumber mata pencaharian masyarakat yang berprofesi sebagai penangkap ikan wader. Penduduk Desa Margosari pada tahun 2019 berjumlah 6.170 jiwa yang terdiri dari 3.068 laki-laki dan 3.102 perempuan (BPS 2019).

Sungai Serang yang melintasi Desa Margosari, dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menambah penghasilan dengan cara menangkap ikan wader dan menjualnya ke pasar tradisional dalam bentuk segar. Pada umumnya ikan hasil tangkapan tersebut dijual dengan harga Rp 7.000–9.000/kg yang relatif terjangkau oleh masyarakat. Ikan wader adalah salah satu komoditas ikan yang terdapat di Sungai Serang, Margosari, Kulon Progo. Ikan wader ialah ikan air tawar dengan kandungan protein sebesar 14,8 g/100g (Zaelani 2012). Jumlah tersebut merupakan angka yang tergolong tinggi dalam menyumbangkan protein hewani yang bersumber dari perikanan. Pemanfaatan ikan wader sebagai salah satu pangan olahan dan sumber protein bagi masyarakat belum dimanfaatkan secara maksimal. Salah satu kendala yang dialami oleh masyarakat anggota BUMDes Margosari adalah tangkapan ikan wader yang diperoleh tidak didukung dengan pola konsumsi yang tinggi oleh masyarakat. Menurut data yang diperoleh dari (Akhwan 2021) tingkat konsumsi ikan masyarakat Kabupaten Kulon Progo baru mencapai 24,49 kg/kap/th, angka ini dibawah rata-rata tingkat konsumsi ikan di Yogyakarta yang mencapai 36.50 kg/kap/th. Disisi lain, produksi perikanan Kulon Progo cukup tinggi, yaitu sebesar 18.791.61 ton di tahun 2020, baik dari segi produksi budi daya maupun produksi pengakapan ikan.

Ikan wader memiliki prospek ekonomis tinggi, namun daya tahan kesegaran ikan wader sangat terbatas dan mudah mengalami kerusakan. Anggota kelompok BUMDes Margosari belum memiliki alternatif lain selain menjual ikan wader secara segar ke pasar tradisional. Kondisi ini menyebabkan pendapatan rumah tangga anggota BUMDes Margosari dari hasil tangkap ikan wader

belum bisa digunakan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Kendala yang dihadapi oleh anggota kelompok BUMDes Margosari meliputi: 1) Belum memiliki pengetahuan dan keterampilan mengenai diversifikasi olahan ikan wader menjadi ikan wader krispi; 2) Rendahnya pengetahuan mengenai kemasan dan labeling produk, bahkan masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana berupa wadah bambu tanpa label; dan 3) Minimnya pengetahuan mengenai *branding*, keunggulan produk, serta *online marketing* dalam memperluas segmentasi pasar.

Solusi yang diberikan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut adalah dengan cara perbaikan mutu produk. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 tahun 2012, mutu pangan adalah penentuan nilai mutu pangan yang berdasarkan pada kriteria kandungan gizi dan keamanan pangan. Beberapa upaya yang dilakukan meliputi: 1) Penyuluhan dan pelatihan mengenai teknologi diversifikasi olahan ikan wader menjadi ikan wader krispi. Tujuannya adalah untuk menjaga kualitas produk olahan ikan wader (Panai *et al.* 2013). Ikan wader krispi adalah salah satu jenis olahan ikan yang diberikan perlakuan lapisan adonan berupa tepung terigu dengan penambahan beberapa bumbu dilanjutkan dengan proses penggorengan (Dewi *et al.* 2017). 2) Penyuluhan mengenai label dan kemasan pangan yang memenuhi standar sebagai sarana promosi penjualan produk yang dapat menarik minat konsumen (Elisabeth 2017). Selain kemasan, kemampuan dan pengetahuan *branding/promosi* berbasis *online marketing* untuk memperluas pangsa pasar juga sangat diperlukan oleh masyarakat (Nastain 2017). 3) Teknik pemasaran yang kreatif, selaras dengan perkembangan zaman, khususnya di era digital *serta* kemampuan dalam memanfaatkan media *online* dalam proses pemasaran akan semakin memperluas pangsa pasar dan meningkatkan jumlah penjualan produk (Virianita *et al.* 2020).

Desa wisata merupakan tujuan yang ingin dituju oleh Desa Margosari dengan berbagai macam potensi pariwisata, salah satunya adalah wisata Kali Petir. Produk olahan ikan wader krispi ini diharapkan mampu menjadi salah satu icon/ciri khas oleh-oleh dari Desa Margosari dalam mewujudkan Desa Wisata di Kabupaten Kulon Progo. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah: 1) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai diversifikasi olahan ikan wader, 2) Teknologi label dan kemasan produk;

dan 3) Pengetahuan dan keterampilan *branding/* promosi berbasis *online marketing*.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu dan Lokasi

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat berlangsung dari bulan April–September 2020 di BUMDes Margosari, Kulon Progo, Yogyakarta. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah anggota BUMDes Margosari sebanyak 20 orang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa metode pelatihan dan pendampingan langsung kepada peserta. Kegiatan ini juga didampingi langsung oleh ketua BUMDes dan mahasiswa KKN sebagai fasilitator.

Bahan dan Alat

Bahan dan alat untuk penyuluhan dan pelatihan adalah modul diversifikasi olahan ikan wader krispi, modul label dan kemasan pangan serta modul pemasaran *online*, laptop, LCD, layar, *sound system* dan alat tulis. Bahan dan alat dalam praktik pengolahan ikan wader krispi meliputi: ikan wader, bawang putih, ketumbar, kunyit, garam, kaldu bubuk, tepung terigu protein rendah dan tinggi, telur ayam, minyak goreng dan air, kompor, wajan, sutil, saringan, dan baskom. Sementara bahan dan alat untuk pendampingan manajemen produksi, pengemasan dan pelabelan serta pemasaran *online*, yaitu LCD, laptop, alat tulis, printer, *gadget*, dan kuota internet.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

• Tahap persiapan dan koordinasi kegiatan

Tahap ini meliputi beberapa langkah, yaitu koordinasi dengan mitra untuk pengurusan perizinan kegiatan, penyampaian tujuan pelaksanaan kegiatan, waktu pelaksanaan kegiatan, sasaran, metode kegiatan, serta luaran yang ditargetkan dalam pengabdian ini. Persiapan peralatan dan bahan serta tempat pelatihan untuk pengolahan ikan wader krispi juga dilakukan untuk mendukung kelancaran program pengabdian.

• Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini meliputi: 1) Pelatihan dan penyuluhan mengenai diversifikasi olahan ikan wader menjadi ikan wader krispi. Kegiatan ini menggunakan metode presentasi dan diskusi interaktif. Pascapenyuluhan selesai dilanjutkan

dengan praktik membuat olahan ikan wader krispil; 2) Penyuluhan mengenai jenis-jenis kemasan, fungsi kemasan serta pelabelan melalui metode presentasi. Penyuluhan mengenai jenis-jenis kemasan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mitra dalam memilih kemasan yang tepat dan sesuai untuk produk pangan. Dalam kegiatan ini mitra dibekali dengan jenis-jenis kemasan, kelebihan dan kekurangan tiap jenis kemasan serta cara membuat label kemasan; dan 3) Penyuluhan dan praktik pemasaran *online* dengan memanfaatkan *marketplace*/media sosial yang sudah tersedia. Kegiatan ini bertujuan untuk memperluas jejaring dan segmentasi pasar.

• Tahap evaluasi dan monitoring

Evaluasi dilakukan pada awal dan akhir kegiatan. Diawal kegiatan dilakukan *pre-test* dan di akhir kegiatan dilakukan *post-test*. Evaluasi dilakukan untuk melihat efek kegiatan terhadap peningkatan pengetahuan, ketrampilan maupun kesadaran masyarakat khususnya anggota BUMDes Lumintu Margosari terhadap pemahaman diversifikasi olahan ikan wader menjadi wader krispi. Keterampilan pengolahan ikan wader krispi, pengetahuan mengenai label, dan kemasan pangan serta pengetahuan mengenai manajemen pemasaran berbasis *online*. Tim pengabdian memberikan lembar evaluasi kepada peserta untuk memperoleh respons mengenai kegiatan dan juga sebagai tolak ukur keberhasilan pengabdian. Hasil evaluasi dibahas secara kualitatif deskriptif pada bab pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan dan Koordinasi Kegiatan

Persiapan dan koordinasi pelaksanaan program kepada berbagai pihak yang terlibat di Desa Margosari dilaksanakan dengan metode diskusi di rumah ketua BUMDes Lumintu Desa Margosari. Metode diskusi secara kelompok dengan arah yang jelas, yaitu *focus group discussion* (FGD). Metode FGD dilakukan untuk memperoleh data dengan cara wawancara serta pembahasan dalam kelompok kecil tentang suatu masalah dalam suasana santai dan informal (Indrizal 2014). Kegiatan FGD dihadiri oleh 33 orang anggota BUMDes Lumintu yang sebagian besar pesertanya adalah ibu-ibu, Ketua BUMDes Lumintu Margosari serta perwakilan aparat Desa Margosari. Kegiatan ini berfungsi untuk melakukan pemetaan potensi, pemetaan masalah

dan solusi, menentukan tindak lanjut, serta menjelaskan maksud dan tujuan adanya kegiatan pengabdian ini.

Kegiatan FGD menghasilkan pemahaman bersama dari seluruh peserta bahwa Desa Margosari memiliki potensi sumber pendapatan lain untuk meningkatkan kesejahteraan anggota BUMDes dengan memanfaatkan ikan wader yang berasal dari Sungai Serang. Namun, harga jual, daya simpan, dan daya tarik ikan wader yang rendah merupakan kendala dan hambatan bagi peningkatan pendapatan anggota BUMDes Margosari. Salah satu solusi dan upaya untuk memberikan nilai tambah pada ikan wader adalah dengan melakukan diversifikasi olahan ikan wader menjadi ikan wader krispi. Olahan ikan wader krispi diharapkan dapat meningkatkan nilai jual ikan wader. Namun, diversifikasi olahan ikan wader saja tidak cukup untuk peningkatan pendapatan rumah tangga melainkan perlu didukung dengan adanya kemasan yang baik dan menarik serta pemasaran *online* dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi penjualan produk yang dapat menarik minat konsumen.

Penyuluhan dan Pelatihan Mengenai Diversifikasi Olahan Ikan Wader

Kegiatan ini diawali dengan pemaparan mengenai diversifikasi olahan ikan wader menjadi ikan wader krispi. Diversifikasi didefinisikan sebagai kegiatan memproduksi aneka ragam jenis olahan pertanian, peternakan, perikanan, dan pangan dari bahan dasar yang sudah maupun belum termanfaatkan dengan tetap mempertimbangkan kualitas dan kandungan gizi (Herawati *et al.* 2020). Tim pengabdian menyampaikan materi dengan memanfaatkan sebuah proyektor dan ditampilkan pada layar, sehingga semua peserta penyuluhan dapat mengikuti dengan baik materi yang disampaikan (Gambar 1). Setelah pemaparan materi selesai dilakukan, peserta kemudian melakukan praktik langsung mengenai pengolahan ikan wader krispi dengan pendampingan tim pengabdian dan mahasiswa sebagai fasilitator. Ikan wader krispi diolah dengan mengacu pada tabel formulasi bahan yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Pembuatan ikan wader krispi mengacu pada Suryaningrum *et al.* (2015) dengan modifikasi. Modifikasi yang dilakukan antara lain bahan baku, bumbu, serta tepung pembungkus. Ikan wader wader segar yang digunakan sebagai bahan baku berukuran ukuran 3–6 cm dengan berat 200 ekor/kg. Ikan wader selanjutnya



Gambar 1 Penyuluhan mengenai diversifikasi olahan ikan wader.

Tabel 1 Formulasi produk ikan wader krispi

Bahan pembuatan ikan wader krispi	Jumlah
Ikan wader segar	1 kg
Bawang putih	10 siung
Ketumbar	5 sdt
Kunyit	10 ruas jari
Garam	2,5 sdt
Kaldu bubuk	2,5 sdt
Terigu protein rendah	250 gr
Air	350 ml
Telur ayam	5 butir
Soda kue	2,5 sdt

direndam dalam air es pada suhu 5–10°C selama 5–7 menit. Langkah selanjutnya adalah pembersihan isi perut, kemudian pencucian menggunakan air dingin dengan suhu 10–14°C. Setelah dicuci, kemudian dilakukan pembelahan ikan yang bertujuan untuk mengeluarkan kotoran ikan. Setelah dibelah kemudian dicuci kembali menggunakan air dingin dengan suhu 10–15°C. Ikan yang telah dicuci kemudian ditempatkan pada wadah yang berisi es batu. Langkah selanjutnya adalah merendam ikan dalam bumbu selama 10–20 menit, selanjutnya ikan ditiriskan selama 3–10 menit. Setelah ditiriskan, kemudian dilakukan pelapisan dengan cara melumuri tubuh ikan dengan campuran tepung beras dan tepung tapioka. Ikan selanjutnya digoreng pada suhu 140–160°C selama 10–20 menit. Selesai digoreng, kemudian dilakukan proses penirisan minyak menggunakan mesin *spinner* selama 3 menit. Setelah minyak tiris, ikan wader krispi siap dikemas. Kegiatan praktik pengolahan ikan wader krispi disajikan pada Gambar 2. Diagram alir prose pengolahan ikan wader krispi disajikan pada Gambar 3.

Selama kegiatan penyuluhan dan praktik pengolahan berlangsung, semua peserta dapat mengajukan pertanyaan mengenai pengolahan ikan wader krispi. Selain itu, semua peserta juga

dapat membawa pulang produk ikan wader krispi yang telah selesai dibuat. Antusiasme peserta sangat baik, dalam sesi diskusi, peserta mengajukan pertanyaan mengenai materi yang telah disampaikan oleh tim pengabdian, rasa ingin tahu yang tinggi mengenai ikan wader dan diversifikasi olahannya, kandungan gizi ikan wader krispi, serta peluang bisnisnya. Tim menjawab dengan penuh antusias mengenai kandungan gizi ikan wader krispi. Menurut Dewi *et al.* (2017), ikan wader krispi mengandung kadar air sebesar 4,61%, kadar abu sebesar 4,88%, kadar lemak sebesar 3,48%, dan kadar protein sebesar 32,1%. Harga ikan wader krispi di toko *online* (Lazada, Tokopedia dan Bukalapak) bekisar Rp 15.000–25.000/100 g. Dari hasil penyuluhan, pelatihan, dan diskusi anggota BUMDes Lumintu Margosari dapat memperoleh pengetahuan baru mengenai olahan ikan wader krispi.

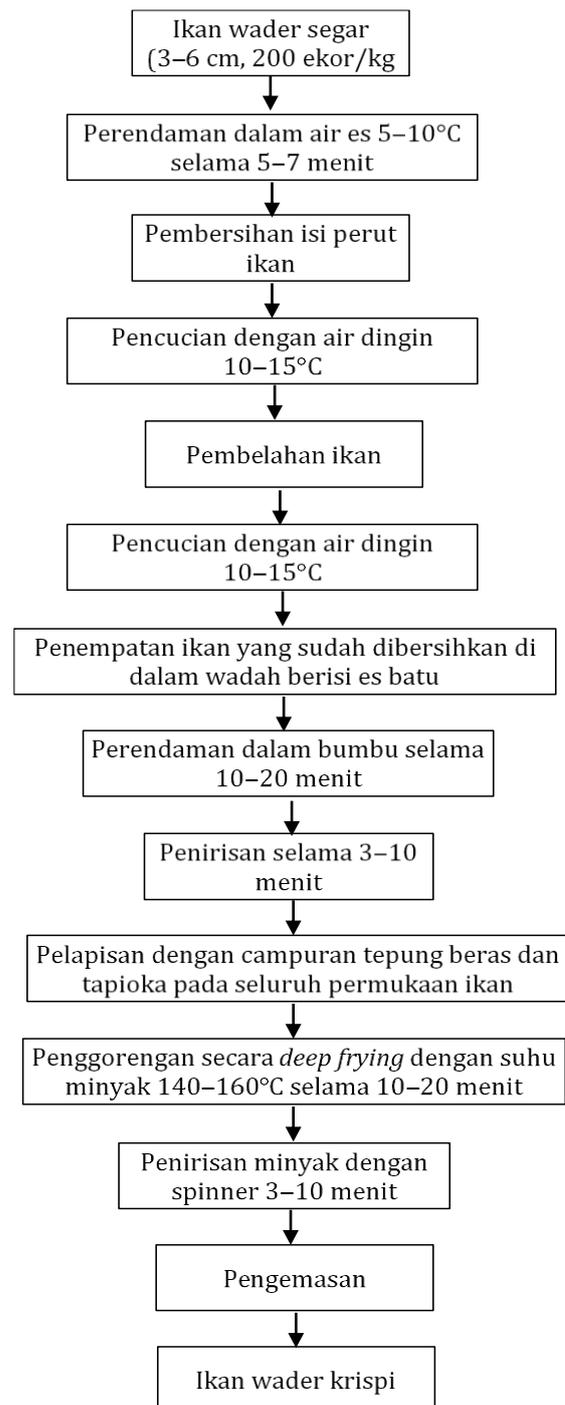
Penyuluhan Mengenai Label dan Kemasan

Penyuluhan selanjutnya mengenai label dan kemasan pangan. Kemasan menjadi faktor penting yang melekat pada produk (FAO 2012). Definisi dari *packaging*/kemasan adalah suatu wadah yang berfungsi membungkus produk dengan tujuan agar produk menarik serta aman agar masyarakat memiliki ketertarikan terhadap produk tersebut. Kemasan yang baik berfungsi sebagai sarana interaktif di antara calon pembeli dengan produsen, olah karena itu sangatlah penting mencantumkan informasi-informasi yang mudah dibaca dan dipahami oleh calon konsumen. Semakin lengkap informasi yang tertulis pada kemasan, maka calon konsumen semakin yakin terhadap produk yang akan dibelinya (Mukhtar & Nurif 2015). Maflaha (2012) mengemukakan beberapa informasi minimal yang harus dicantumkan pada kemasan antara lain komposisi bahan-bahan yang digunakan (*ingredient*), nama/jenis ikan sebagai bahan baku utama, nama perusahaan yang memproduksi, serta batas akhir produk bisa dikonsumsi. Desain kemasan produk yang baik memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen, sehingga meningkatkan nilai jual produk, selain itu kemasan juga berfungsi untuk pengawetan makanan (Damanik *et al.* 2018).

Kemasan pada pangan berfungsi untuk menjaga serta mencegah terjadinya proses pembusukan pada makanan dengan cara menghalangi udara yang banyak mengandung kontaminan masuk ke dalam produk (Mulyawan *et al.* 2019). Kemasan pangan berfungsi untuk mencegah



Gambar 2 Praktik olahan ikan wader krispi.



Gambar 3 Diagram alir pengolahan ikan wader krispi.

terjadinya kerusakan dan pembusukan, melindungi produk dari benda-benda asing, dan menjaga keamanan pangan dari mikroorganisme patogen (Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan). Adanya kemasan yang baik serta memenuhi standar akan meningkatkan daya tarik produk pada konsumen. Setiap jenis kemasan pangan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, untuk itu kemampuan dan pengetahuan untuk memilih kemasan yang tepat dan sesuai sangat diperlukan oleh masyarakat.

Label pada kemasan merupakan salah satu wujud dari kemasan dan memberikan informasi produk. Definisi label pangan merupakan tiap penjelasan tentang pangan yang berupa foto, tulisan, gabungan keduanya, ataupun wujud lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam kemasan, ditempelkan pada kemasan, ataupun bagian dari kemasan pangan (Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia No 13 Tahun 2016). Label pangan bertujuan untuk menyediakan data yang benar serta jelas kepada konsumen tentang tiap produk pangan yang dikemas saat sebelum membeli ataupun ketika mengonsumsi pangan (Undang-undang Republik Indonesia Nomer 18 Tahun 2012 tentang Pangan)

Materi penyuluhan yang diberikan mengenai penjelasan kriteria dan jenis kemasan yang sesuai untuk setiap jenis produk pangan. Peserta juga diberikan modul pengemasan untuk membantu mempermudah peserta dalam memahami materi. Isi dari modul pengemasan ini meliputi jenis dan kode bahan serta sifatnya, kelebihan, dan kelemahan dari setiap jenis bahan yang digunakan sebagai pengemas. Raheem (2012) mengemukakan bahwa kualitas dan harga produk dipengaruhi oleh pemilihan pengemas yang tepat. Penyuluhan dan pelatihan pengemasan dilakukan dengan menggunakan kemasan primer plastik yang dilengkapi dengan pelatihan penggunaan *sealer* elektrik. Penggunaan *sealer* elektrik ini berfungsi agar penutupan rapat untuk memperpanjang umur simpan produk. Kegiatan penyuluhan mengenai label dan kemasan disajikan pada Gambar 4, sedangkan kemasan dan label ikan wader krispi disajikan pada Gambar 5.

Penyuluhan Mengenai Pemasaran Berbasis Marketing Online

Kegiatan selanjutnya adalah penyuluhan mengenai pemasaran secara daring dengan memanfaatkan *marketplace* atau aplikasi khusus yang telah tersedia cara memasarkan suatu

produk pangan. Berbagai macam cara dapat dilakukan untuk memasarkan suatu produk pangan. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi yang dimanfaatkan tidak terbatas hanya untuk berbagi informasi dan data, tetapi teknologi juga telah digunakan dalam memajukan dunia bisnis. Teknologi dan informasi merupakan pendukung utama untuk memperoleh keterangan mengenai suatu hal dengan cepat dan mudah. Dengan menggunakan jejaring sosial/*networking*, produsen dapat melakukan promosi produk yang mereka miliki. Jejaring sosial atau *networking* sudah semakin maju sebagai media pemasaran *online* (Jati 2017). Penentuan harga produk dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan pemasaran *online*, sehingga produk yang dijual di media sosial sudah dilengkapi dengan harga.

Penentuan harga produk dilakukan dengan cara menetapkan terlebih dahulu harga pokok produksi (HPP) per kemasan produk kemudian ditambahkan margin keuntungan yang diinginkan dengan mempertimbangkan harga di pasaran. Mitra dilatih untuk membuat akun, cara berkomunikasi dan memasarkan produk. Pemilihan media pemasaran *online* berdasarkan pengalaman dari masyarakat sehingga akan lebih



Gambar 4 Penyuluhan mengenai label dan kemasan.



Gambar 5 Contoh label dan kemasan produk ikan wader krispi.

mudah untuk dipahami materi yang diberikan. Komersialisasi produk ikan wader krispi diharapkan dapat meningkatkan ekonomi anggota BUMDes Lumintu Desa Margosari serta memberikan motivasi baru bagi masyarakat untuk berwirausaha. Hartono *et al.* (2012) menyampaikan bahwa teknik atau strategi pemasaran yang tepat merupakan kunci kesuksesan dalam memasarkan produk seperti penerapan 4P (*Place, Product, Price, dan Promotion*) dan juga STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*) yang merupakan hal penting untuk meningkatkan penjualan dengan adanya pelatihan dan penyuluhan mengenai pemasaran berbasis marketing *online* diharapkan produk ikan wader krispi khas Desa Margosari dapat dikenal secara luas oleh masyarakat dan menjadi ikon oleh-oleh khas dari Desa Margosari. Penyuluhan dan pelatihan *online marketing* disajikan pada Gambar 6.

Setelah penyuluhan selesai dilakukan, seluruh peserta kemudian praktik memasarkan produknya dengan menggunakan sarana pemasaran *online* yang disebut imooji dapat diakses melalui situs imooji.com. Aplikasi ini dapat digunakan untuk pembuatan brosur, katalog digital interaktif, undangan event, serta order *form*. Imooji dapat dibagikan dengan orang lain melalui (*whatsapp, facebook, atau twitter*). Tahapan praktik pelatihan yang dilakukan meliputi: 1) Cara masuk dan mendaftar sebagai pengguna baru; 2) Cara menggunakan user *interface* imooji; 3) Memilih langsung *template* yang disukai dan akan cocok untuk produk Gusereen; 4) Melakukan unggah foto produk; 5) Mengganti *text* ataupun gambar produk; 6) Melakukan penyimpanan dan *preview* imooji yang dibuat; dan 7) Melakukan *publish* atau berbagi imooji di media yang dimiliki oleh Gusereen seperti *facebook, twitter* ataupun *whatsapp* Contoh hasil dari penggunaan aplikasi Imooji untuk pemasaran online disajikan pada Gambar 7.

Evaluasi Kegiatan

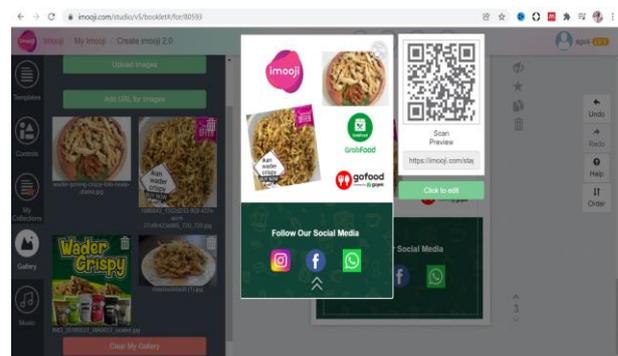
Evaluasi dilakukan pada awal dan akhir kegiatan. Diawal kegiatan dilakukan *pre-test* dan akhir kegiatan dilakukan *post-test*. Evaluasi dilakukan untuk melihat efek kegiatan terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan maupun kesadaran masyarakat khususnya anggota BUMDes Lumintu Margosari terhadap pemahaman diversifikasi olahan ikan wader menjadi wader krispi. Keterampilan pengolahan ikan wader krispi, pengetahuan mengenai label, dan

kemasan pangan serta pengetahuan mengenai manajemen pemasaran berbasis *online*. Hasil evaluasi memberikan data bahwa terjadi peningkatan pemahaman diversifikasi olahan wader dari 3 orang (*pre-test*) menjadi 18 orang (*post-test*), keterampilan diversifikasi olahan wader dari 2 orang (*pre-test*) menjadi 18 orang (*post-test*), pengetahuan mengenai label dan kemasan dari 3 orang (*pre-test*) menjadi 16 orang (*post-test*), serta pengetahuan dan keterampilan mengenai pemasaran berbasis *online* dari 5 orang (*pre-test*) menjadi 14 orang (*post-test*). Secara umum kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan dianggap sangat bermanfaat. Hasil evaluasi kegiatan disajikan pada Gambar 8.

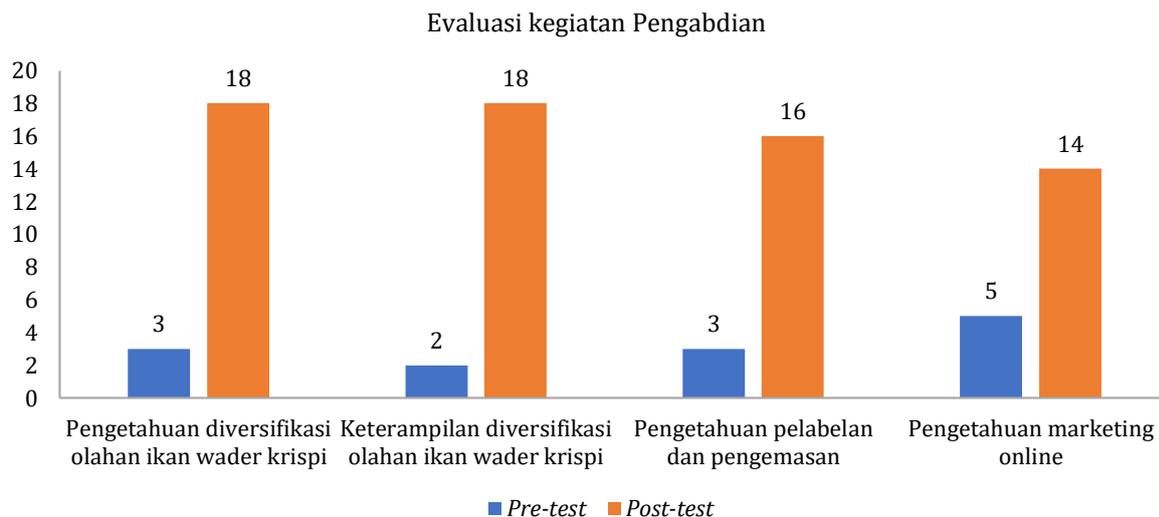
Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan kelompok merupakan teknik yang efektif dalam menumbuhkan motivasi wirausaha peserta program. Pelatihan dilanjutkan pendampingan dalam komunitas menjadi cara belajar yang terstruktur dan kerja sama yang menitikberatkan pada lima unsur, yaitu: 1) Keterbutuhan yang positif, yang berarti setiap individu dalam sebuah komunitas saling bekerja sama untuk menyelesaikan dan mensukseskan tugasnya; 2) Adanya interaksi secara langsung, yang berarti setiap individu dalam kelompok mempunyai kesempatan untuk berkomunikasi



Gambar 6 Penyuluhan dan pelatihan pemasaran *online*.



Gambar 7 Contoh pemasaran *online* produk menggunakan aplikasi Imooji.com.



Gambar 8 Hasil evaluasi kegiatan.

dan memberikan informasi secara langsung; 3) Tanggung jawab individu, yang berarti setiap individu dalam kelompok mengerjakan tugas sesuai dengan tanggungjawabnya dalam rangka keberhasilan kelompok; 4) Komunikasi antar anggota, yang berarti setiap individu dalam kelompok harus mampu dan saling berkomunikasi dengan baik; dan 5) Evaluasi proses, yang berarti setiap individu dalam kelompok saling memberikan nilai terhadap kinerja kelompok dan perbaikan selanjutnya (Bukit 2016)

Pada kegiatan ini, terdapat beberapa kendala yang dihadapi anatar lain: kesulitan dalam menentukan waktu pelaksanaan kegiatan dikarenakan sebagian besar peserta merupakan nelayan dan juga petani dimana pagi hingga sore berkegiatan di sungai dan sawah. Selain itu, keterbatasan peralatan dalam pelatihan menyebabkan tidak semua peserta dapat terlibat langsung dalam proses pengolahan ikan wader krispi. Pengetahuan serta keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial masih sangat terbatas, sehingga hanya beberapa orang peserta yang bisa dilatih dalam memasarkan produk menggunakan *marketpalce* dan medi sosial. Peserta lebih memilih dan terbiasa menggunakan brosur/leaflet dalam melakukan pemasaran produk. Berdasar kan kendala tersebut dan sebagai bentuk keberlanjutan dari pelatihan ini tim pelaksana akan melakukan evaluasi dan pendampingan untuk pemasaran produk termasuk membantu pemasaran *offline* di lingkungan Universitas Mercu Buana Yogyakarta melalui koperasi dan kantin.

Manfaat dan Dampak Pelatihan

Manfaat dan dampak positif adanya kegiatan penyuluhan dan pelatihan ini bagi peserta pelatihan adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan tentang teknologi diversifikasi olahan ikan wader salah satunya menjadi ikan wader krispi, meningkatnya pengetahuan mengenai label dan kemasan serta meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mengenai manajemen pemasaran berbasis media *online*. Adanya pemasaran *online* menggunakan imooji untuk memasarkan produk ikan wader krispi diharapkan dapat memberikan kemudahan dan meningkatkan jumlah penjualan produk. Hal ini terkait dengan promosi/pemasaran *online* tidak memiliki batasan tempat dan waktu, efisiensi biaya promosi, serta memiliki jangkauan promosi yang lebih luas. Diversifikasi olahan ikan wader krispi ini diharapkan dapat menjadi peluang usaha baru dalam rangka meningkatkan perekonomian anggota BUMDes Margosari.

SIMPULAN

Pemahaman dan keterampilan peserta pengabdian masyarakat mengalami peningkatan yang meliputi: pemahaman diversifikasi olahan wader dari 3 orang (*pre-test*) menjadi 18 orang (*post-test*), keterampilan diversifikasi olahan wader dari 2 orang (*pre-test*) menjadi 18 orang (*post-test*), pengetahuan mengenai label dan kemasan dari 3 orang (*pre-test*) menjadi 16 orang (*post-test*), serta pengetahuan dan keterampilan mengenai pemasaran berbasis online dari 5 orang (*pre-test*) menjadi 14 orang (*post-test*). Ke-

terbatasan waktu dan peralatan dalam pelatihan menyebabkan kurang efektifnya kegiatan yang dilakukan sehingga perlu adanya keberlanjutan program pelatihan ini. Pendampingan perlu dilakukan bagi masyarakat dalam hal teknik pemasaran yang tepat agar dapat berdampak langsung terhadap perekonomian masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pusat Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Kerjasama (P3MK), Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang telah memberikan hibah pengabdian kepada masyarakat tahun pelaksanaan 2020

DAFTAR PUSTAKA

- Akhwan. 2021. Cegah Stunting melalui Gemarikan. [Internet]. Diakses pada: 05 Januari 2022. Tersedia pada: <https://kominfo.kulonprogokab.go.id/detil/945/cegah-stunting-melalui-gemarikan>.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2019. Statistik penduduk menurut jenis kelamin. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo. [Internet]. [Diakses pada: 26 Juli 2020]. Tersedia pada: <http://margosari-kulonprogo.desa.id/index.php/first/statistik/104?tahun=2019&semester=1>
- Bukit H. 2016. Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa dengan Menggunakan Model Kooperatif Tipe Student Teams Achievement Devision (STAD) pada Mata Pelajaran IPS di Kelas V SDN 107402 Saentis. *Elementary School Journal Pgsd Fip Unimed*. 5(2): 56-63. <https://doi.org/10.24114/esjpgsd.v5i2.4470>
- Damanik MRS, Sriadhi, Habibi MR, Harefa MS. 2018. Diversifikasi Pengolahan Ikan Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Nelayan Desa Bagan Serdang Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 23(4):455-459. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v23i4.8607>
- Dewi EC, Amalia U, Purnamayati L. 2017. Kajian Penggunaan Spinner Terhadap Komposisi Kimia Wader Krispi. *Jurnal Ilmu Pangan dan Hasil Pertanian*. 1(2):29-36. <https://doi.org/10.26877/jiphp.v1i2.1878>
- Elisabeth DAA. 2017. Pengaruh Pengemasan dan Pelabelan pada Penerimaan Mi Kering Berbahan Baku Tepung Komposit Ubi Jalar dan Keladi. *Jurnal Matematika, Saint dan Teknologi*. 18(2): 111-119. <https://doi.org/10.33830/jmst.v18i2.136.2017>
- [FAO] Food and Agriculture Organization. 2012. Manual on Food Packaging for Small and Medium Size Enterprises in Samoa. [Internet]. Diakses pada: 13 Agustus 2019. Tersedia pada: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/sap/docs/Food%20Packaging%20Manual.pdf.
- Hartono H, Hutomo K, Mayangsari M. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*. 3(2): 882-897. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>
- Herawati VE, Saraswati LD, Juniarto AZ. 2020. Penguatan Komoditi Unggulan Masyarakat melalui Diversifikasi Produk Olahan Ikan di Desa Asinan Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang. *Jurnal Pasopati*. 2(4): 216-221. <https://doi.org/10.20473/jlm.v2i2.2018.86-90>
- Indrizal E. 2014. Diskusi Kelompok Terarah. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*. 16(2): 75-82. <https://doi.org/10.25077/jantro.v16i1.12>
- Jati W. 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran *Online (Online Marketing Strategy)* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(1): 127-138.
- Maflaha I. 2012. Desain Kemasan Makanan Tradisional Madura dalam Rangka Pengembangan IKM. *Agrointek*. 6(2): 118-122.
- Mukhtar S, Nurif M. 2015. Peranan *Packaging* dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*. 8(2): 181-191. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>
- Mulyawan IB, Handayani BR, Dipokusumo B, Werdiningsih W, Siska AI. 2019. Pengaruh Teknik Pengemasan dan Jenis Kemasan terhadap Mutu dan Daya Simpan Ikan Pindang Bumbu Kuning. *Jurnal Pengolahan Hasil*

- Perikanan Indonesia*. 22(3):464-475. <https://doi.org/10.17844/jphpi.v22i3.28926>
- Nastain M. 2017. Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). *Jurnal Channel*. 5(1):14-26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Panai AS, Sulistijowati R, Dali FA. 2013. Penentuan Perbandingan Es Curah dan Ikan Nike (*Awaous melanocephalus*) Segar dalam Cool-Box Berinsulasi terhadap Mutu Organoleptik dan Mikrobiologis Selama Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*. 1(2): 59-64.
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomer 13 Tahun 2016 tentang Pengawasan Klaim pada Label dan Iklan Pangan Olahan.
- Raheem D. 2012. Application of plastics and paper as food packaging materials-an overview. *Emir. Journal Food Agric*. 25 (3): 177-188. <https://doi.org/10.9755/ejfa.v25i3.11509>
- Suryaningrum D, Syamdid, Ekasari D, Muljanah I. 2015. *Penanganan dan pengolahan baby fish krispi rendah lemak*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pengolahan Produk dan Bioteknologi Kelautan dan Perikanan. Jakarta (ID): Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- Virianita R, Jonathan K, Firdausa NP, Maab H, Nurulia A, Khansa N, Pangestika K, Anhar IP. 2020. Menumbuhkan Motivasi Usaha Tawes Krispi Pada Rumah Tangga Nelayan Melalui Pelatihan dan Pendampingan Kelompok. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. 6(3):229-238. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.6.3.229-238>
- Zaelani A. 2012. Penyuluhan Perikanan_Kandungan Gizi Pada Ikan. [Internet]. [Diakses pada: 04 Januari 2021]. Tersedia pada: <http://penyuluhankelautan.perikanan.blogspot.com/2012/06/kandunga%20ngizi%20padaikan.html>.