



## JURNAL ABDI INSANI

Volume 10, Nomor 3, September 2023

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



### PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN IKAN DI DESA TUING MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PACKAGING DAN PELATIHAN *DIGITAL MARKETING*

*Development Of Processed Fish Products In Tuing Village Through Improving Packaging  
Quality And Digital Marketing Training*

Yanto\*, Duwi Agustina, Suhaidar

Program Studi Akuntansi Universitas Bangka Belitung

Jl. Raya Sungailiat, Pagarawan, Kec. Merawang - Kabupaten Bangka

\*Alamat korespondensi: [yantoo1612@gmail.com](mailto:yantoo1612@gmail.com)

(Tanggal Submission: 10 Juli 2023, Tanggal Accepted : 28 Juli 2023)



#### Kata Kunci :

*Pengemasan  
Produk,  
Olahan Ikan,  
Digital  
Marketing*

#### Abstrak :

Desa Tuing merupakan desa di Kabupaten Bangka yang terkenal dengan hasil alamnya berupa ikan laut. Saat ini ikan laut hasil tangkapan masyarakat Desa Tuing diolah menjadi makanan olahan seperti bakso ikan, pempek, dan ikan asin. Namun yang menjadi permasalahan yaitu masyarakat Desa Tuing belum mengemas produk olahan ikan laut mereka dengan benar. Selain itu, produk mereka belum dipasarkan ke daerah lain di kabupaten Bangka. Oleh karena itu, kami berpendapat bahwa penting untuk memberikan pengetahuan tentang peningkatan kualitas produk dan pelatihan *digital marketing* kepada masyarakat Desa Tuing. Pelaksanaan peningkatan kualitas *packaging* dan pelatihan *digital marketing* menggunakan dua tahapan yaitu tahapan persiapan dan pelaksanaan kegiatan. Tahapan pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi dua yaitu kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Masyarakat Desa Tuing dapat mengetahui pentingnya peningkatan kualitas *packaging* untuk produk olahan mereka. Informasi penting ini didapat selama mereka mengikuti sosialisasi dan pelatihan yang kami berikan terkait pentingnya kualitas *packaging* produk terhadap ketahanan produk di dalamnya. Selain itu, masyarakat Desa Tuing juga paham akan pentingnya pemasaran melalui *digital marketing* untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial, khususnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kesimpulan dari kegiatan ini yaitu: peningkatan keterampilan masyarakat Desa Tuing berupa penggunaan *digital marketing* dan peningkatan kualitas *packaging* produk.

#### Key word :

*Product  
Packaging,*

#### Abstract :

Tuing Village is a village in Bangka Regency which is famous for its natural products in the form of sea fish. Currently, sea fish caught by the people of Tuing Village are



processed into processed foods such as fish balls, pempek, and salted fish. However, the problem is that the people of Tuing Village have not properly packaged their processed marine fish products. In addition, their products have not been marketed to other areas in Bangka district. Therefore, we think it is important to provide knowledge about improving product quality and digital marketing training to the people of Tuing Village. The implementation of improving the quality of packaging and digital marketing training uses two stages, namely the preparation and implementation stages of activities. The stages of implementing the activity are divided into two, namely socialization and training activities. Results: The people of Tuing Village can understand the importance of improving the quality of packaging for their processed products. This important information is obtained as long as they participate in the socialization and training that we provide regarding the importance of the quality of product packaging to the durability of the product inside. Apart from that, the people of Tuing Village also understand the importance of marketing through digital marketing to reach more potential consumers, especially in the Bangka Belitung Islands Province. Conclusion: The conclusion of this activity is: increasing the skills of the Tuing village community in the form of using digital marketing and improving the quality of product packaging.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Yanto, Agustina, D., & Suhaidar. (2023). Pengembangan Produk Olahan Ikan Di Desa Tuing Melalui Peningkatan Kualitas *Packaging* dan Pelatihan *Digital Marketing*. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1244-1249. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1011>

## PENDAHULUAN

Hasil laut seperti ikan ini merupakan komoditas dengan risiko yang sangat tinggi jika salah dalam penanganannya (Nasution, 2018). Oleh karena itu, kualitas dan kesegaran ikan perlu dijaga agar tidak rusak dan dapat diolah menjadi produk olahan yang memiliki nilai jual yang baik (Naiu dkk., 2018). Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan mengemas produk olahan ikan agar produk dapat disimpan dalam keadaan yang lama (Nofreeana et al., 2017). Kemasan terdiri dari beberapa jenis, seperti kemasan alumunium foil, plastik, ataupun karton (Charoline et al., 2023). Sedangkan, yang paling umum dan banyak digunakan oleh masyarakat yaitu kemasan plastik, dikarenakan bahan ini memiliki fleksibilitas yang tinggi, transparan, dan harga paling murah (Ananda, 2019). Selain itu, bahan plastik ini adalah bahan yang mudah untuk didaur ulang (Anindita et al., 2017).

Manfaat dari pengemasan sangat banyak sekali seperti dapat melindungi dan mengawetkan produk dalam jangka waktu yang lama (Kaihatu, 2014). Selain fungsi yang disebutkan di atas, kemasan juga telah beralih fungsi menjadi identitas sebuah produk (Asmara, 2019). Identitas yang dimaksud yaitu sebuah kemasan dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli sebuah produk, serta menambah kesan awal yang baik bagi sebuah produk jika kemasannya menarik (Samuddin dkk., 2018). Selain tampilan kemasan yang menarik, sebenarnya ada beberapa syarat wajib yang harus dimiliki kemasan, yaitu kemasan harus dapat melindungi produk dari pengaruh luar (udara, organisme, dll), dapat mencegah produk dari rusak fisik, dan mencegah terjadinya perubahan kadar air akibat terkena sinar matahari (Sulaiman, 2021). Selain itu, kemasan juga sebaiknya harus memberikan kemudahan bagi pemakainya, seperti kemasan yang mudah dibuka dan tutup, serta ukuran yang tidak terlalu besar (ekonomis) sesuai standar yang berlaku umum (Indraswati, 2017).

Pentingnya kemasan bagi sebuah produk menginisiasi kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan di Desa Tuing. Desa Tuing memiliki potensi hasil alam berupa ikan laut yang melimpah. Saat ini hasil tangkapan ikan dari nelayan Desa Tuing hanya dimanfaatkan untuk konsumsi

atau diolah menjadi berbagai macam aneka makanan, seperti bakso ikan, kerupuk ikan, ikan asin, dll. Namun, permasalahannya masyarakat Desa Tuing belum mengemas produk olahan ikan mereka dengan baik. Produk olahan hanya dikemas dengan alat seadanya, seperti plastik putih biasa. Serta, pemasaran produk belum dilakukan melalui sosial media. Oleh karena itu, kami rasa penting untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat Desa Tuing terkait peningkatan kualitas *packaging* dan penggunaan *digital marketing*. Peningkatan kualitas *packaging* dimaksudkan agar produk yang dikemas menjadi lebih awet dan tahan lama untuk dijual. Sementara itu, pelatihan penggunaan *digital marketing* diharapkan dapat menjangkau banyak konsumen potensial diluar Desa Tuing. Kami berharap dengan adanya kegiatan ini masyarakat Desa Tuing dapat menjadi desa mandiri dan menghasilkan produk olahan ikan yang dapat bersaing dengan produk olahan ikan lainnya di provinsi kepulauan Bangka Belitung.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan di Desa Tuing, Kecamatan Riau Silip, Kabupaten Bangka. Pelaksanaan kegiatan mulai dari penyuluhan sampai memberikan pelatihan pengemasan produk dan pemasaran melalui sosial media yang akan dilakukan sejak bulan Juni Sampai dengan Oktober 2023. Objek dalam kegiatan ini adalah masyarakat Desa Tuing yang menjual produk olahan ikan, seperti kerupuk ikan, bakso, pempek, dan ikan asin. Adapun jumlah mitra yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu sebanyak 20 orang anggota. Sedangkan, untuk metode pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi dua tahapan yaitu tahapan persiapan dan pelaksanaan.

### 1. Tahapan Persiapan

Tahapan persiapan dimulai dari koordinasi dengan pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Bangka Belitung dan lembaga-lembaga lain yang terkait kegiatan serta menentukan lokasi kegiatan dan jadwal pelaksanaan kegiatan. Pada tahap persiapan ini tim pengabdian juga menyusun materi tentang pengemasan produk dan *digital marketing*.

### 2. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan terdiri dari dua kegiatan yaitu **sosialisasi** dan **pelatihan**. Adapun penjabaran lebih lanjut dari kedua tahapan adalah sebagai berikut:

#### a. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi diberikan kepada masyarakat Desa Tuing terkait pentingnya peningkatan kualitas pengemasan produk olahan ikan dan pentingnya pemasaran secara *digital* hasil produk olahan ikan mereka. Hal ini dimaksudkan agar produk hasil olahan ikan dapat menjadi lebih awet dan juga menambah nilai jual produk olahan mereka serta agar produk olahan mereka dapat terjual lebih banyak lagi dan menjangkau pasar yang luas.

#### b. Pelatihan

Kegiatan pelatihan penggunaan alat pengemasan produk diberikan kepada masyarakat Desa Tuing dengan menghadirkan narasumber yang kompeten di bidangnya. Narasumber memberikan demonstrasi terkait penggunaan alat pengemasan yaitu *impulse sealer* kepada masyarakat Desa Tuing. Selama kegiatan pelatihan berlangsung, masyarakat Desa Tuing sangat antusias sekali dan sesekali terjadi tanya jawab antara mereka dengan narasumber.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode pelaksanaan kegiatan yang telah diuraikan sebelumnya, maka hasil dan pembahasannya sebagai berikut:

## 1. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi diberikan kepada masyarakat Desa Tuing terkait pentingnya pengemasan produk olahan ikan menggunakan alat pengemasan. Hal ini dimaksudkan agar produk hasil olahan ikan dapat menjadi lebih awet dan juga menambah nilai jual produk olahan mereka. Selain itu, dijelaskan pula pentingnya penggunaan sosial media sebagai sarana *digital marketing* yang baik di era saat ini. Wardhana (2015) dan Sulaksono (2020) menemukan bahwa strategi *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dalam memasarkan produknya. Sosialisasi strategi *digital marketing* dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku usaha di Desa Tuing mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi pelaku usaha itu sendiri.



Gambar 1. Sosialisasi Pentingnya Kemasan Produk dan *Digital Marketing*

## 2. Pelatihan

Kegiatan selanjutnya setelah sosialisasi yaitu pemberian materi mengenai penggunaan alat pengemasan produk sebagai bentuk peningkatan kualitas *packaging* dan penggunaan *digital marketing*.

### a. Peningkatan Kualitas *Packaging*

Tim pengabdian mengundang narasumber yang paham dalam menggunakan alat pengemasan produk yang telah tim pengabdian beli sebelumnya. Karena produk yang dihasilkan masyarakat Desa Tuing sangat banyak, kami hanya mencotohkan 1 produk untuk dilakukan percobaan. Produk yang dipilih yaitu pempek ikan, hal ini karena pempek ikan merupakan produk yang setiap hari mereka buat (bukan musiman). Selama kegiatan pelatihan berlangsung, masyarakat Desa Tuing sangat bersemangat untuk mengikuti setiap tahapan pelatihan yang ada.



Gambar 2. Foto Produk Sebelum (Kiri) dan Sesudah (Kanan) Kegiatan Pelatihan

Foto di atas merupakan salah satu produk olahan masyarakat Desa Tuing yang dijadikan percontohan. Foto sebelah kiri merupakan produk pempek yang dikemas dengan menggunakan plastik putih lalu diikat seadanya. Hal yang ditakutkan yaitu banyak mikroorganisme dari luar yang dapat masuk ke dalam produk sehingga menyebabkan produk tidak bertahan lama. Sedangkan, produk sebelah kanan merupakan hasil dari penggunaan *impulse sealer*. Produk yang dihasilkan menjadi lebih awet karena udara yang ada di dalam kemasan sudah dihilangkan, serta plastik yang digunakan merupakan plastik khusus yang lebih tebal. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah produk terkontaminasi oleh mikroorganisme luar, sehingga produk lebih awet dan aman untuk dikonsumsi. Hal ini selaras dengan Zakaria et al. (2023) yang menyebutkan bahwa perubahan *packaging* yang lebih baik dapat menjadikan produk tahan lama untuk dijual.

#### **b. Digital Marketing**

*Digital marketing* merupakan strategi dalam pemasaran atau promosi produk melalui media digital (Lestari & Saifuddin, 2020). Sebelum dilakukan pelatihan, masyarakat Desa Tuing belum menerapkan *digital marketing* untuk menjual produknya. Produk hanya dijual di sekitar Desa Tuing dan sekitarnya. Selama kegiatan pelatihan berlangsung, narasumber yang kami undang memberikan informasi pentingnya *digital marketing* sebagai sarana keunggulan bersaing. Syukri & Sunrawali (2022) menyatakan bahwa pelaku usaha yang memanfaatkan pemasaran secara digitalisasi dikatakan sebagai pusat kekuatan ekonomi. Oleh karena itu, pelatihan ini diadakan untuk menjawab hal tersebut, dimana masyarakat Desa Tuing dapat menggunakan media sosial sebagai sarana *digital marketing*. Sehingga nantinya masyarakat Desa Tuing dapat menjadi pusat kekuatan ekonomi di kabupaten Bangka.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian ini yaitu terdapat peningkatan keterampilan masyarakat Desa Tuing berupa penggunaan *digital marketing* dan peningkatan kualitas *packaging* produk. Masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya kualitas kemasan yang baik untuk produk mereka. Selain itu, mereka juga mulai sadar akan penggunaan *digital marketing* untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Selanjutnya, tim pengabdian berharap ke depannya banyak kegiatan-kegiatan sejenis yang dilakukan di kabupaten Bangka. Karena dari pengamatan di lapangan masyarakat memerlukan kegiatan-kegiatan sosialisasi dan pelatihan untuk pengembangan pengetahuan dan keterampilan mereka.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian kepada masyarakat tingkat jurusan (PMTJ) jurusan akuntansi mengucapkan terima kasih kepada LPPM UBB selaku pemberi bantuan dana untuk seluruh kegiatan pengabdian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah desa Mapur atas kesempatan yang telah diberikan untuk melakukan kegiatan pengabdian kami di salah satu desa yaitu Desa Tuing. Semoga kegiatan yang telah kami lakukan di Desa Tuing dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ananda, R. (2019). Pemanfaatan serat kelapa sebagai alternatif pengganti kemasan berbahan plastik. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 2(1), 1–14.
- Anindita, G., Setiawan, E., Asri, P., & Sari, D. P. (2017). Pemanfaatan limbah plastik dan kain perca menjadi kerajinan tangan guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia. *Seminar Master PPNS*, 2(1), 173–176.
- Asmara Indahingwati, S. E. (2019). *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan Sim Corner Di Indonesia*. CV. Jakad Media Publishing.
- Charoline, R. S., Oktavianty, H., & Adisetnya, E. (2023). *Desain Kemasan dan Penampilan Produk Gula*





- Kelapa Pacitan untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Agrotechnology, Agribusiness, Forestry, and Technology: Jurnal Mahasiswa Instiper (AGROFORETECH)*, 1(2), 1107–1116.
- Indraswati, D. (2017). Pengemasan makanan. *Forum Ilmiah Kesehatan: Jakarta*.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Penerbit Andi.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
- Naiu, A. S., Koniyo, Y., Nursinar, S., & Kasim, F. (2018). Penanganan dan pengolahan hasil perikanan. *Gorontalo: CV. Athra Samudra*.
- Nasution, A. P. (2018). Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Transfer Pemerintah Pusat Dan Efisiensi Belanja Daerah Terhadap Kemandirian Keuangan Daerah Kabupaten/Kota Di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 9(1), 192–206.
- Nofreeana, A., Masi, A., & Deviarni, I. M. (2017). Pengaruh pengemasan vakum terhadap perubahan mikrobiologi, aktifitas air dan pH pada ikan pari asap. *Jurnal Teknologi Pangan*, 8(1), 66–73.
- Samuddin, S. F., Lahi, B., Toalib, R., & Gazali, G. (2018). Sosialisasi Pentingnya Menjaga Mutu dan Daya Pikat Kemasan Produk. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 1(2), 18–23.
- Sulaiman, I. (2021). *Pengemasan dan penyimpanan produk bahan pangan*. Syiah Kuala University Press.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182.
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 4.
- Zakaria, M., Nurum, S. I. B., Pertiwi, R. A., Khusniah, A. F., Alvin, C. K., Muna, A. I., Marbiyanti, R., & Janah, S. (2023). Pendampingan Perbaikan Packaging sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM “Mak Plengeh” di Desa Blabak, Pesantren, Kota Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 25–31.