



**PEMBERDAYAAN KELOMPOK ISTRI NELAYAN DESA MOTTO MELALUI
DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN STIK CUMI**

*Empowerment of Fishermen's Wives Group in Motto Village through Diversification of
Squid Stick Products*

**Fitroh Dwi Hariyoto*, Agusta Putri Balqis Linda Soeharso, Daniel Heintje Ndahawali, Itje
Danti Wewengkang, Fidel James Bonifacio Ticoalu**

Program Studi Teknik Pengolahan Produk Perikanan, Politeknik Kelautan dan
Perikanan Bitung

Jl. Tandurusa, Aertembaga Dua, Kecamatan Aertembaga, Kota Bitung, Sulawesi Utara

*Alamat korespondensi: fitroh.hariyoto@kkp.go.id

(Tanggal Submission: 31 Juli 2023, Tanggal Accepted: 14 Agustus 2023)



Kata Kunci :

*Desa Motto,
Diversifikasi,
Istri Nelayan,
Pemberdayaan,
Stik Cumi*

Abstrak :

Kota Bitung merupakan sentra penghasil sumber daya perikanan di Indonesia termasuk cumi-cumi. Penghasil cumi-cumi Kota Bitung salah satunya adalah Desa Motto yang memanfaatkan hasil tangkapan cumi-cumi secara langsung maupun diolah menjadi produk stik cumi oleh kelompok istri nelayan. Kelompok istri nelayan beranggotakan ibu-ibu istri nelayan dengan usaha sampingan mengolah hasil tangkapan cumi - cumi. Pembuatan stik cumi didasarkan pada resep tradisional Desa Motto dan belum terstandarisasi. Kegiatan produksi dan pemasaran tersebut belum optimal sehingga perlu dilakukan kegiatan pemberdayaan untuk meningkatkan produksi dengan tujuan akhir peningkatan pendapatan dan taraf hidup yang lebih baik. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan September 2021 dengan metode penyuluhan dan pelatihan cara membuat produk stik cumi yang baik (CPPB). Proses kegiatan meliputi pemberian informasi dan praktik pembuatan olahan stik cumi serta metode dan desain pemasaran secara umum disesuaikan dengan kondisi pasar saat ini. Hasil dari kegiatan pemberdayaan ini adalah kelompok istri nelayan mengetahui cara berproduksi yang baik dalam membuat stik cumi serta dapat memahami langkah promosi dan pemasarannya. Cumi-cumi memiliki kandungan gizi yang baik sehingga diperlukan pengolahan yang tepat agar kandungan gizi tersebut tidak berkurang. Model pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas dan teknologi yang ada, yaitu menggunakan media sosial. Promosi di media sosial terbukti lebih mendapatkan hasil dengan cara yang relatif mudah. Untuk itu, konsep *brand identity* harus dioptimalkan agar

produk stik cumi dapat dikenal lebih luas dan melekat dalam ingatan pembeli. Melalui pemberdayaan ini, kelompok istri nelayan lebih memahami cara meningkatkan mutu produk sekaligus mengembangkan pasar melalui desain kemasan produk.

Key word :

Diversification, Empowerment, Fishermen's Wives, Motto Village, Squid Stick

Abstract :

Bitung City is the center of fishery resources in Indonesia, including squid. One of Bitung City's squid producers is Motto Village, which utilizes squid catches directly or processed into squid stick products by a group of fishermen's wives. The fishermen's wives group consists of fishermen's wives with a side business of processing squid catches. The making of squid sticks is based on the traditional recipe of Motto Village and has not been standardized. The production and marketing activities are not yet optimal so it is necessary to carry out empowerment activities to increase production with the ultimate goal is increasing income and a better standard of living. This activity was carried out in September 2021 using the method of counseling and training on how to make good squid stick products (GMP). The activity process includes providing information and practice of making squid stick preparations as well as marketing methods and designs generally adapted to current market conditions. This empowerment activity results in the fishermen's wives group knowing how to produce good squid sticks well and can understand the promotion and marketing steps. Squid has good nutritional content so proper processing is needed to reduce the nutritional content. The marketing model is done by utilizing existing facilities and technology, such as using social media. Promotion on social media has proven to get more results relatively easily. For this reason, the concept of brand identity must be optimized so that squid stick products can be known more widely and stick in the minds of buyers. Through this empowerment, the fishermen's wives group better understands how to improve product quality while developing the market through product packaging design.

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

Hariyoto, F. D., Soeharso, A. P. B. L., Ndahawali, D. H., Wewengkang, I. D., Ticoalu, F. J. B. (2023). Pemberdayaan Kelompok Istri Nelayan Desa Motto Melalui Diversifikasi Produk Olahan Stik Cumi. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1484-1494. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1050>

PENDAHULUAN

Sumber daya perikanan terdiri dari sumber daya ikan dan non-ikan salah satunya ialah cumi - cumi. Di Indonesia, ada banyak pilihan produk konsumsi cumi - cumi yang dapat dihasilkan dari perikanan, baik yang dikonsumsi secara langsung maupun yang diolah menjadi berbagai produk konsumsi, yang sebagian besar diolah menjadi makanan protein tinggi. (Hulalata *et al.*, 2013). Kontribusi hasil tangkapan cumi - cumi dibandingkan dengan produksi total perikanan Indonesia sangatlah sedikit yaitu hanya 0,8% (Triharyuni *et al.*, 2012). Salah satu hasil sampingan yang menguntungkan di Kota Bitung, Sulawesi Utara, adalah tangkapan cumi - cumi. Produksi cumi - cumi Kota Bitung pada tahun 2020 sebesar 775.85 ton menempati peringkat pertama di antara hasil produksi perikanan non-ikan, dan berada di urutan 27 dari total produksi perikanan Kota Bitung sebesar 322.694,37 ton (KKP, 2023).



Selain menjadi salah satu pusat penghasil produk perikanan terbesar di Indonesia, Kota Bitung juga memiliki area yang menghasilkan cumi, salah satunya berada di Desa Motto, Kecamatan Lembeh Utara (Faradzisa et al., 2019). Dengan sumber cumi yang melimpah di daerah ini, sebagian besar penduduk Desa Motto bekerja sebagai nelayan dan menghasilkan berbagai jenis cumi (*Loligo sp.*, *Sthenoteuthis oualaniensis*) (Ndahawali et al., 2023). Di Desa Motto, cumi adalah salah satu hasil tangkapan yang paling populer dan menguntungkan. Selain dikonsumsi secara pribadi, hasil olahan cumi juga dijual sebagai sumber pendapatan tambahan disamping pemasaran hasil tangkapan ikan. Nelayan Kelurahan Motto memasarkan hasil tangkapan cumi dalam bentuk produk utuh (langsung dijual) maupun dalam bentuk produk olahan cumi. Produk cumi - cumi dalam bentuk stik diproduksi secara khusus sesuai permintaan pasar atau melalui sistem *pre-order* (PO) berdasarkan wawancara dengan kepala desa setempat melalui pesan singkat. (Wewengkang et al., 2022).

Pada tahun 2021, Kementerian Kelautan dan Perikanan meluncurkan program Desa Mitra melalui Pusat Pendidikan Kelautan dan Perikanan. Program ini bertujuan untuk memaksimalkan dan memberikan manfaat nyata terhadap potensi perikanan di desa tersebut, dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk desa. Peningkatan potensi ini dapat dicapai melalui penerapan ide-ide baru, baik dalam hal metode penangkapan ikan, teknologi permesinan kapal, pengolahan produk perikanan, maupun pengelolaan perikanan bertanggungjawab, demi perkembangan desa yang lebih maju. Di samping itu, peningkatan kualitas produk yang diolah dan upaya pemasaran juga dianggap penting dalam rencana pembangunan desa.

Pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan untuk mengkoordinasikan sebuah program guna mencapai kemakmuran bagi seluruh masyarakat. Program pemberdayaan ini dapat terwujud melalui kerjasama yang solid dan mandiri antara pendamping dan komunitas masyarakat. Pelaksanaan kegiatan dapat dilakukan dengan cara mentransfer pengetahuan, memberikan bimbingan, dan menyelenggarakan pelatihan guna menciptakan program yang memberikan hasil dan dampak yang optimal (Martana et al., 2021).

Kelompok istri nelayan adalah kelompok ibu-ibu istri nelayan yang memiliki usaha sampingan untuk mengolah hasil tangkapan cumi yang didapatkan. Pembuatan stik cumi didasarkan pada resep tradisional secara turun temurun dan menjadi produk khas Desa Motto dan belum terstandarisasi, akibatnya beda pembuat beda komposisi dikarenakan takaran hanya berdasar perkiraan. Produksi stik cumi tidak dilakukan setiap hari karena hanya dibuat jika ada yang memesan secara khusus sehingga potensi tersebut belum dapat dimaksimalkan. Oleh karena itu, melalui pengabdian kepada masyarakat mandiri (PKMM) ini, yang diselenggarakan dengan program desa mitra, dilaksanakan kegiatan pemberdayaan kepada kelompok istri nelayan Desa Motto dalam mengolah hasil olahan cumi - cumi menjadi bentuk stik berikut penentuan komposisi resepnya. Harapannya adalah kelompok istri nelayan Desa Motto dapat membuat dan memasarkan produk stik cumi terstandar sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat.

METODE KEGIATAN

Kegiatan PKMM dilakukan di Desa Motto, Kota Bitung terhadap 10 anggota kelompok istri nelayan sebagai mitra pada bulan September 2021. Metode yang digunakan adalah metode penyuluhan partisipatori. Partisipasi mitra dalam pembuatan stik cumi dapat dijadikan potensi pengembangan ekonomi kreatif, dari olahan stik cumi yang sebelumnya dibuat melalui sistem PO. Penyuluhan mencakup cara pengembangan produk melalui cara produksi pangan yang baik (CPPB). Cara penanganan yang baik dan tepat akan menghasilkan produk berkualitas tinggi, tidak mudah rusak, dan aman dikonsumsi (Zulfikar, 2016).

Persiapan dan Survei lokasi

Tahap ini meliputi penentuan kegiatan di desa mitra agar kegiatan PKMM tepat sasaran dan tepat guna. Sebelum survei, tim menghubungi Lurah untuk menentukan jadwal pertemuan. Survei



lokasi dilaksanakan termasuk berdiskusi dengan perwakilan kelompok istri nelayan untuk menjelaskan maksud dan tujuan, masalah yang dihadapi, hingga daftar kebutuhan. Dari hasil diskusi, ditentukan bahan pembuatan stik cumi (tabel 1).

Tabel 1. Bahan pembuatan stik cumi kelompok istri nelayan Desa Motto

No.	Bahan	Volum	Keterangan
1.	Tepung terigu	2000 g	Digunakan Secukupnya
2.	Cumi mentah	2000 g	Diambil dagingnya saja
3.	Bawang putih	1000 g	Digunakan Secukupnya
4.	Gula pasir	500 g	Digunakan Secukupnya
5.	Mentega	500 g	Digunakan Secukupnya
6.	Telur ayam	20 butir	Digunakan Secukupnya
7.	Garam halus	50 g	Digunakan Secukupnya
8.	Jahe	50 g	Digunakan Secukupnya
9.	Emulsifier (80 g)	2 buah	Digunakan Secukupnya
10	Minyak goreng	1 liter	Secukupnya, diganti setiap adonan

Bahan – bahan tersebut bukan merupakan formulasi pembuatan stik cumi, melainkan jumlah bahan yang dibutuhkan untuk kegiatan PKMM. Berdasarkan hasil survei, formulasi resep untuk jumlah takaran setiap bahan hanya berdasarkan perkiraan, tanpa standar volum/ jumlah. Oleh karena itu, jumlah bahan dibuat berlebih untuk menemukan resep yang tepat.

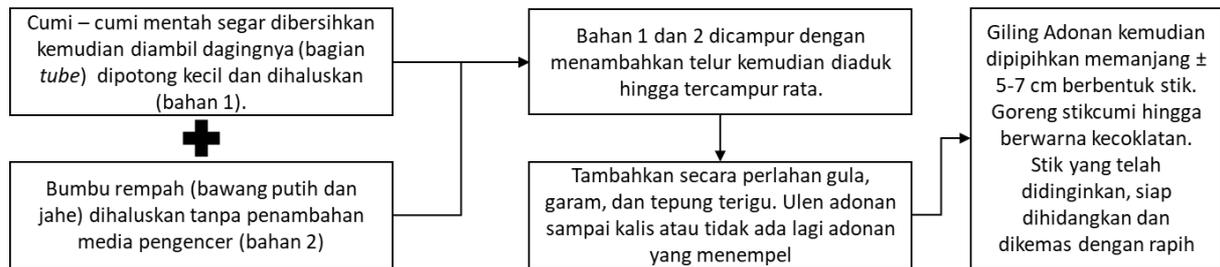
Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melaksanakan persiapan dan survei lokasi, anggota tim melakukan diskusi untuk menentukan metode penyuluhan serta kelengkapan yang harus dibawa. Sebagai langkah awal, tim memberikan bantuan berupa alat pembuat stik cumi karena alat yang dimiliki oleh kelompok istri nelayan sudah tidak dapat digunakan sehingga produksi terhenti.



Gambar 1. Penyerahan bantuan alat pembuat stik cumi secara simbolis

Pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan pelatihan dan penyuluhan dilaksanakan dengan cara pemberian materi terkait yakni CPPB pembuatan stik dari bahan baku cumi yang sudah dibuat sebelumnya dan pengembangan produk olahan melalui pemasaran yang *up to date* (terkini). Anggota kelompok istri nelayan sangat antusias dalam menerima materi tersebut dikarenakan selama ini sembari menunggu pesanan stik cumi, banyak hasil tangkapan cumi yang tidak dapat dimanfaatkan sehingga terbuang dan menjadi limbah. Tahapan pembuatan stik cumi dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Tahapan pembuatan stik cumi

Evaluasi dan Monitoring kegiatan

Tahap ini adalah tahap akhir dari pelaksanaan kegiatan PKMM. Dalam tahap ini dilakukan diskusi terkait hasil dari pembuatan stik cumi yang telah dilakukan dan bagaimana pelaksanaan pemasaran yang akan dihadapi. Hasil dari evaluasi akan menjadi catatan bagi tim untuk menyusun rencana pemasaran sebagai bagian dari monitoring pemberdayaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan dan Survei Lokasi

Survei lokasi bertujuan untuk menentukan langkah tepat yang diambil dalam kegiatan pelatihan, penyuluhan, atau pemberdayaan masyarakat agar tidak bias atau tidak tepat sasaran. Pada kegiatan ini dilakukan komunikasi dan koordinasi dengan lurah setempat termasuk ketua kelompok istri nelayan. Komunikasi dan koordinasi dilakukan dengan harapan dapat mengajak partisipan sebanyak-banyaknya untuk mengikuti kegiatan pengabdian (Ernawati *et al.*, 2021). Informasi waktu dan tempat serta kegiatan pelatihan akan diinformasikan kepada anggota kelompok istri nelayan yang telah bersedia mengikuti kegiatan pelatihan. Masalah utama dari pembuatan stik cumi kelompok istri nelayan Desa Motto adalah kurangnya alat dikarenakan sudah usang dan berkarat, sehingga tidak dapat dijadikan sebagai standarisasi alat sesuai dengan salah satu prinsip CPPB yakni menggunakan alat yang bersih, higienis, dan aman digunakan. Menurut UU RI No. 31 Tahun 2004 pasal 20 ayat (1) dalam Husnah *et al.*, (2021) menegaskan bahwa proses pengolahan ikan dan produk perikanan wajib memenuhi persyaratan kelayakan pengolahan ikan, sistem jaminan mutu, dan keamanan hasil perikanan.

Tahapan ini juga mempersiapkan alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan stik cumi. Bahan – bahan yang digunakan mudah didapat dan ditemui yang merupakan ciri dari pengolahan tradisional (Alfarisi *et al.*, 2018). Diskusi yang dilakukan saat tahap persiapan dan survei mendapati problem lain yang dialami oleh istri nelayan. Perempuan atau istri nelayan tersebut merasakan ketidakpastian jika hanya mengandalkan hasil tangkapan para nelayan dengan kondisi cuaca yang tidak menentu. Perempuan atau pasangan nelayan memiliki tugas ganda ketika suami mereka berangkat untuk melaut. Perempuan yang menjadi istri nelayan memiliki tugas yang beragam, baik dalam hal mengurus keluarga maupun berperan dalam kehidupan di luar keluarga (masyarakat). Peran yang paling mencolok dari istri nelayan adalah dalam kegiatan perekonomian. Ini bisa diketahui dari sejauh mana mereka menghabiskan waktu untuk hal tersebut yaitu dengan cara mencari penghasilan bagi keluarga dengan menjual barang di daerah pantai yang sering dikunjungi oleh wisatawan atau mengolah produk dari hasil tangkapan yang tidak terjual (Hartati *et al.*, 2020).

Kejadian tersebut menggambarkan bahwa saat para nelayan tidak pergi melaut, para istri tidak menerima pemasukan, sementara kebutuhan keluarga tetap ada. Dalam situasi seperti ini, peran istri memiliki kepentingan besar dalam memberikan bantuan kepada keluarga untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu, juga penting untuk mencari solusi-solusi lain dalam mengatasi kesulitan ekonomi keluarga agar kebutuhan hidup dapat terpenuhi. Pentingnya memetakan peran dan posisi perempuan pesisir dalam mendukung peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat di wilayah pesisir,

terutama bagi istri nelayan, sangat diperlukan dalam usaha optimalisasi peran perempuan dalam pembangunan (Kusnadi, 2003).

Pelaksanaan Kegiatan

Penyuluhan melalui pemberian informasi potensi cumi – cumi dan olahannya terlebih dahulu diberikan untuk memberikan gambaran manfaat dan nilai ekonomis cumi – cumi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan motivasi peserta dalam menerima materi serta menumbuhkan jiwa wirausaha melalui produksi stik cumi. Langkah pemasaran stik cumi yang disesuaikan dengan kondisi pasar, ketersediaan bahan, dan metode pemasaran juga disampaikan sebagai tindak lanjut dari diskusi awal ketika tahap persiapan yaitu sulitnya memasarkan produk olahan cumi berupa stik. Sarana promosi melalui media sosial perlu dimanfaatkan dan dioptimalkan karena saat ini masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya di dunia maya. “*Eye-catching*” menjadi kunci untuk menarik perhatian pelanggan. Menciptakan daya tarik dapat menjadi opsi yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat tidak hanya mencari produk untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga terkadang membeli produk sebagai cara untuk mengekspresikan diri dan mengaktualisasikan identitas mereka dengan cara berswafoto di tempat-tempat penjualan produk yang menarik. Tidak itu saja, hal ini juga perlu diikuti dengan menciptakan berbagai produk yang dapat memuaskan citarasa konsumen (Setiyorini *et al.*, 2018).

Proses awal dalam pembuatan stik cumi dimulai dengan membersihkan cumi, menyisakan bagian dagingnya saja (*tube*). Selanjutnya, cumi - cumi dihaluskan menggunakan alat pengolah makanan (*food processor*). Bahan tambahan yang digunakan mencakup tepung terigu, telur, mentega, gula pasir, garam, pengemulsi, dan bumbu rempah (bawang putih dan jahe). Bahan lain selain tepung terigu kemudian dihaluskan dengan menggunakan *food processor*. Kemudian, dua bahan halus ini dicampur bersama tepung terigu dan dilakukan pengadukan sampai adonan menjadi kalis. Setelah itu, adonan yang telah kalis digiling dan dicetak dengan ukuran sepanjang ± 5 hingga 7 cm. Teknik penggorengan yang dilakukan mengadopsi metode pengolahan yang digunakan pada produk stik cumi istri nelayan Desa Motto. Setelah adonan dicetak, langkah berikutnya adalah menggoreng dengan api besar selama 45 hingga 60 detik hingga produk menjadi berwarna kecoklatan. Proses pembuatan stik dari pembersihan hingga produk berwarna kecoklatan serupa dengan hasil dari Djamhur *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa produk olahan berbentuk stik yang dibuat dari ikan teri memiliki panjang ukuran $\pm 5 - 7$ cm dan memiliki warna kecoklatan pada produk akhirnya.

Tahap Pembuatan Stik Cumi

1. Persiapan Alat dan Bahan

Alat:

Wadah (baskom), piring saji, timbangan bahan, pisau, *food processor (chopper)*, penggiling dan pemotong adonan, kompor gas, gas elpiji, wajan penggorengan, saringan *stainless*

Bahan:

Tepung terigu, cumi mentah, bawang putih, gula pasir, mentega, telur ayam, garam halus, jahe, *emulsifier*, dan minyak goreng



Gambar 3. Alur proses pembuatan stik cumi

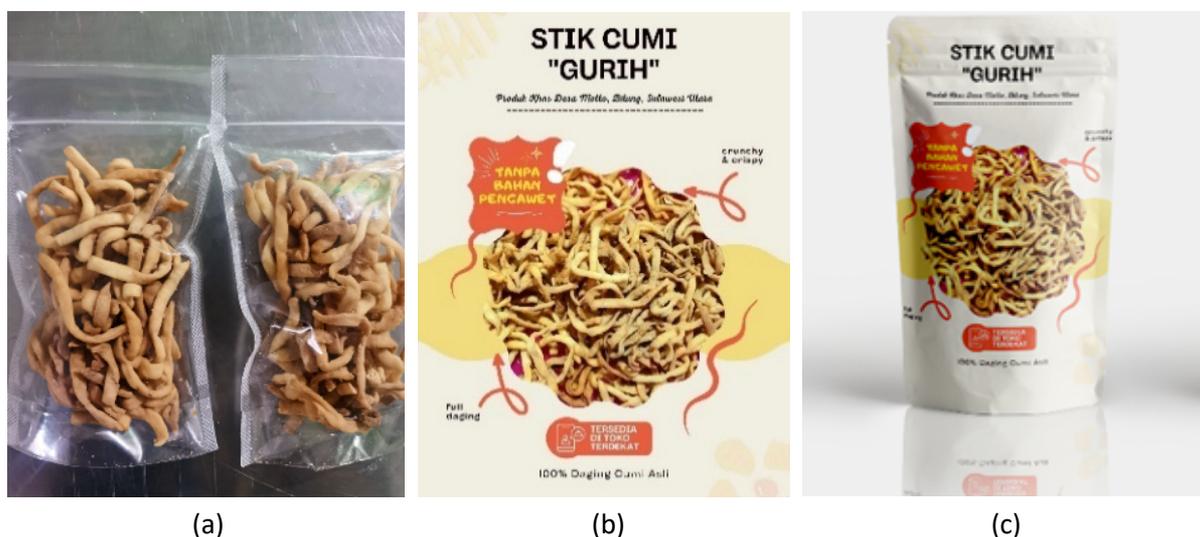
Di beberapa wilayah Indonesia, cumi - cumi memiliki nilai ekonomi yang signifikan dan permintaannya tinggi setiap tahunnya. Namun hal ini juga berdampak negatif pada penurunan hasil tangkapan cumi - cumi (Puspitasari & Fahrudin, 2019). Berdasarkan hal tersebut, di beberapa daerah cumi - cumi memiliki nilai jual yang tinggi sehingga menyebabkan terjadinya eksploitasi terhadap sumber daya cumi - cumi. Lebih lanjut, Puspitasari & Fahrudin (2019) menyebutkan bahwa kondisi pemanfaatan cumi - cumi di PPN Karangantu tergolong dalam kategori *moderate exploited*. Hasil penelitian Oktariza *et al.*, (2016) menyimpulkan pemanfaatan sumberdaya cumi - cumi di perairan Kabupaten Bangka secara biologi dan secara ekonomi sudah mengalami tangkap lebih atau *overfishing*. Sejak tahun 2010 produksi aktual sudah lebih tinggi dari produksi lestari. Hal ini semakin mempertegas bahwa keberadaan cumi - cumi di beberapa daerah di Indonesia semakin penting dengan banyaknya potensi dan tingginya nilai ekonomis cumi - cumi yang menjadikannya mengalami penurunan hasil tangkapan. Di Kota Bitung, Sulawesi Utara, hasil tangkapan cumi - cumi merupakan hasil tangkapan sampingan dengan hasil cukup besar. Jumlah produksi cumi - cumi di Kota Bitung pada tahun 2020 sebesar 775.85 ton, menempati peringkat pertama hasil produksi perikanan non - ikan (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2023) yang menunjukkan potensi cumi - cumi di Desa Motto sangat tinggi dari segi ekonomis jika dapat dioptimalkan dengan baik.

Melalui penelitiannya, Ndahawali *et al.*, (2023) mendapatkan formulasi resep cumi - cumi yang sudah dilakukan standarisasi baik dari alat, bahan, dan proses yang digunakan. Stik cumi dan olahan cumi lainnya memiliki kandungan gizi yang cukup baik sebagai salah satu sumber protein hewani. Hampir seluruh bagian tubuh cumi - cumi dapat dimakan, menjadikannya bahan pangan yang banyak digemari karena mengandung nilai gizi yang tinggi (Setya Triharyuni & Puspasari, 2012). Tingkat konsumsi masyarakat terhadap makanan yang berasal dari laut seperti cumi - cumi semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pemenuhan nutrisi bagi tubuh (Wulandari, 2018).

Evaluasi dan Monitoring

Langkah terakhir dalam pemberdayaan kelompok istri nelayan melalui diversifikasi olahan cumi – cumi berupa stik cumi ini adalah cara mengembangkan produk yang sudah ada dapat diterima konsumen. Model pemasaran dengan sistem *pre order* sejatinya merupakan metode paling “aman” karena produk pasti laku sesuai pesanan dan tidak perlu mengalami kerugian. Namun metode ini memiliki kelemahan jika dijadikan sebagai sumber penghasilan utama karena tidak ada pemasukan pasti. Selain itu, seperti permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, ketidakpastian sumber penghasilan karena nelayan tidak pasti melaut akibat cuaca yang tidak menentu juga menjadi dasar untuk membuat produk yang *ready stock* atau siap untuk dipesan. Diperlukan suatu strategi komunikasi masif melalui pemasaran besar – besaran agar publik mengetahui keberadaan stik cumi ini. Strategi komunikasi memegang peranan penting dalam aktivitas penjualan guna mengembangkan bisnis dengan cara yang terorganisir, seperti menggunakan iklan atau memasarkan produk melalui media sosial. Hal ini disebabkan karena saat ini banyak masyarakat yang lebih sering menggunakan media sosial, yang memudahkan mereka dalam mengakses segala informasi yang mereka butuhkan (Yusuf *et al.*, 2023). Strategi pemasaran yang inovatif tentunya harus diiringi dengan promosi yang inovatif pula. Metode promosi dapat disesuaikan dengan kondisi penjual, yakni melalui pemberian diskon produk, subsidi harga silang, atau strategi promosi lain untuk mengenalkan produk kepada pembeli. Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi kenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Yatikasari & Siswoyo, 2022).

Inovasi kemasan produk juga merupakan bagian dari pengembangan strategi pemasaran. Inovasi dalam hal kemasan berfungsi untuk meningkatkan daya ingat konsumen terhadap stik cumi hasil olahan istri nelayan. Kemasan merupakan metode yang digunakan sebagai media promosi suatu produk agar menarik minat konsumen untuk membelinya. Selain itu, kemasan merupakan bagian penting dalam proses pemasaran produk, karena dalam pemasaran, kemasan dapat berguna untuk membungkus produk dan menambah nilai jual dari produk (Negoro & Jufriyanto, 2022). Maflahah (2012) dalam Erlyana (2018) menyatakan bahwa umumnya kemasan produk UMKM memiliki desain yang kurang menarik serta kurang inovatif dan kreatif, terutama pada produk makanan yang hanya dibungkus plastik transparan tanpa label atau informasi apapun, sehingga memberikan kesan yang tidak menarik. Situasi ini mengakibatkan produk-produk UMKM Indonesia kehilangan daya saing bila dibandingkan dengan produk asing. Produk dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebaiknya memiliki desain kemasan yang menarik, karena kemasan adalah elemen visual yang sangat penting dalam produk tersebut. Produk stik cumi yang diolah memiliki kemasan kurang menarik minat pasar, jika dibandingkan dengan produk – produk dari perusahaan – perusahaan dengan modal besar, sehingga nilai jual dan daya saingnya juga rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman akan pentingnya kualitas kemasan serta tingkat keahlian dalam menggunakan teknologi pengemasan. Oleh karena itu, hasil evaluasi dari tahap akhir pemberdayaan ini adalah pembuatan kemasan yang dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan *brand identity* dari produk stik cumi sehingga masyarakat mengenal lebih luas produk stik cumi dan dapat meningkatkan penjualan.



Gambar 4. (a). Kemasan stik cumi awal; (b). Konsep desain label dan kemasan (c). Contoh penerapan kemasan baru

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pemberdayaan kelompok istri nelayan Desa Motto melalui diversifikasi produk olahan stik cumi melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri merupakan aktifitas pemberian pengetahuan dan peningkatan keterampilan masyarakat agar dapat meningkatkan penjualan produk stik cumi sehingga pendapatan dan taraf hidup meningkat. Produk stik cumi yang diolah dapat dioptimalkan dengan pemenuhan standar pembuatan melalui Cara Pengolahan Pangan yang Baik (CPPB) berikut strategi dan metode pemasaran yang digunakan. Desain kemasan perlu diubah sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat luas demi tercapainya target penjualan untuk peningkatan produksi dan pendapatan. Kelompok istri nelayan sebagai penerima manfaat dari kegiatan ini merasa terbantu sekaligus memahami potensi produk stik cumi yang diproduksi.

Saran yang dapat diberikan adalah perlunya perhatian lebih dari Pemerintah Kota Bitung karena produk stik cumi ini dapat menjadi salah satu ciri khas produk olahan Kota Bitung. Perangkat Desa atau Lurah setempat dapat mengajukan proposal sesuai hasil kegiatan, saran, dan masukan dari tim pengabdian untuk mendapatkan sumbangan/bantuan modal serta berdiskusi merintis usaha produk stik cumi sebagai bagian dari pemberdayaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini tidak dapat berjalan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini tim mengucapkan terima kasih kepada Direktur Politeknik Kelautan dan Perikanan Bitung yang telah memberikan ijin kegiatan, Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Lurah dan Perangkat Desa Motto, serta kepada kelompok istri nelayan Desa Motto atas antusiasme dan penerimaan yang baik selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, M. N., Anggraeni, D., & Sariyoga, S. (2018). Strategi Pengembangan Produk Olahan Ikan Lele (*Clarias Sp*) (Suatu Kasus di UKM Mae Shetie dan UKM Abon Ikan Lele Kota Cilegon). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(1), 68. <https://doi.org/10.33512/jat.v11i1.5085>
- Djamhur, M., Mutmainnah, M., Yuliana, Y., & Sero, R. S. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Melalui Diversifikasi Ikan Teri (*Stolephorus Sp.*) Sebagai Stik. *Jurnal Abdi Insani*, 10(1), 294–301. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i1.873>

- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap *Brand Identity* dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia dengan Studi Kasus: Produk Oleh-oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah'. *National Conference of Creative Industry*. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>
- Ernawati, E., Hismayasari, I. B., Puspitasari, A. W., Ismail, I., Ulat, M., & Poltak, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Ikan Puri (*Stolephorus* sp.). *Buletin SWIMP*, 1(02), 057-063. <http://jurnal.polikpsorong.ac.id/index.php/buletinswimp/article/view/ernawati>
- Faradizza, D. M., Andaki, J. A., & Pangemanan, J. F. (2019). Analisis Usaha Perikanan Tangkap Cumi - Cumi Pada Nalayan Tradisional Di Kelurahan Motto Kecamatan Lembeh Utara Kota Bitung. *Akulturası (Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan)*, 7(1). <https://doi.org/10.35800/akulturası.7.1.2019.24409>
- Hartati, S., Bayu, K., Mustari, E., Zulfan, I., Nurhayanti, Y., & Karim, E. (2020). Pemberdayaan Perempuan Nelayan melalui Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Ikan di Desa Pangandaran, Kabupaten Pangandaran. *Dharmakarya*, 9(4), 289. <http://journal.unpad.ac.id/dharmakarya/article/view/31290>
- Hulalata, A., Makapedua, D. M., & Paparang, R. W. (2013). Studi Pengolahan Cumi - cumi (*Loligo* sp.) Asin Kering dihubungkan dengan Kadar Air dan Tingkat Kesukaan Konsumen. *Media Teknologi Hasil Perikanan*, 1(1). <https://doi.org/10.35800/mthp.1.1.2013.4155>
- Husnah, S., Yuliana, Y., & Ratnawati, R. (2021). Manajemen alur proses produksi udang windu beku dengan metode *Individual Quick Frozen* di PT. Madsumaya Indo Seafood, Gresik. *Agrokompleks*, 21(1). <https://doi.org/10.51978/japp.v21i1.331>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2023. *Satu Data KKP – Produksi Perikanan Tangkap Provinsi Sulawesi Utara tahun 2021*. <https://statistik.kkp.go.id/>.
- Kusnadi. (2003). *Akar kemiskinan nelayan*. LKiS.
- Martana, B., Rizal, R., & Amar, M. I. (2021). Pemberdayaan Masyarakat melalui Diversifikasi Produk Olahan Ikan Lele di Desa Curug, Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. Prosiding *SENAPENMAS*. <https://doi.org/10.24912/psenapenas.v0i0.15125>
- Ndahawali, D. H., Ticoalu, F., Wewengkang, I. D., Soeharso, A. P., & Hariyoto, F. D. (2023). Optimalisasi Mutu Sensori Produk Stik Cumi (*Sthenoteuthis oualaniensis*) Olahan Kelompok Nelayan Desa Motto, Kota Bitung, dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. *Jurnal Bluefin Fisheries*, 5(1), 36–51. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15578/jbf.v5i1.183>
- Negoro, Y. P., & Jufriyanto, M. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Produk Frozen Food Dengan Smartmockups Dan Aplikasi Canva Pada Umkm Asosiasi Sidayu. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(2), 150. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i2.3987>
- Oktariza, W., Wiryawan, B., Baskoro, M. S., Kurnia, R., & Wisudo, S. H. (2016). Model Bio-Ekonomi Perikanan Cumi - cumi di Perairan Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (*Bio-Economic Model of Squid Fisheries in The Waters of Bangka Regency, Bangka Belitung Islands Province*). *Marine Fisheries: Journal of Marine Fisheries Technology and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.29244/jmf.7.1.97-107>
- Puspitasari, R. K., & Fahrudin, A. (2019). Kajian Stok Cumi - cumi (*Loligo* sp.) di Perairan Teluk Banten, Provinsi Banten. *Jurnal Pengelolaan Perikanan Tropis*, 3(2).
- Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 19. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.19-28>
- Triharyuni, S, Wijopriono, W., Prasetyo, A. P., & Puspasari, R. (2012). Model produksi dan laju tangkap kapal bouke ami yang berbasis di PPN Kejawan, Cirebon Jawa Barat. *Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia*, 18(3), 135-143. <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/jppi/article/view/953>
- Triharyuni, Setya, & Puspasari, R. (2012). Produksi dan musim penangkapan Cumi - cumi (*Loligo* spp.)

- di Perairan Rembang (Jawa Tengah). *Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia*, 18(2).
- Wewengkang, I. D., Ticoalu, F. J. B., Ndahawali, D. H., Soeharso, A. P. B. L., & Hariyoto, F. D. (2022). Identifikasi Karakteristik Kimiawi dan Sensori Stick Cumi (*Loligo sp.*) Produk Olahan Kelompok Istri Nelayan Kelurahan Motto, Kota Bitung. *Jurnal Bluefin Fisheries*, 4(1), 43-52. <http://journal.poltekkp-bitung.ac.id/index.php/JBF/article/view/120>
- Wulandari, D. A. (2018). Peranan Cumi - cumi bagi Kesehatan. *Oseana*, 43(3). <https://doi.org/10.14203/oseana.2018.vol.43no.3.66>
- Yatikasari, B. M., & Siswoyo, S. T. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Desain Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aneka Keripik Murni Kota Gajah. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(4), 1042–1051. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i4.1451>
- Yusuf, C., Muhammad, A., & Ernawan, D. (2023). Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran Olahan Ikan Melalui Media Sosial (Instagram) di Desa Patimban Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*. <https://doi.org/10.37950/jkpemasfia.v1i1.1672>
- Zulfikar, R. Z. (2016). Cara Penanganan yang Baik Pengolahan Produk Hasil Perikanan berupa Udang. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 5(2). <https://doi.org/10.17728/jatp.v5i2.168>