

PERLUASAN PASAR PRODUK OLAHAN IKAN PATIN MELALUI PERBAIKAN KEMASAN DAN PROMOSI DARING DI DESA BUNUT SEBERANG KABUPATEN ASAHAN

¹Abd Khauf Pase, ²Hadi Suriono, ³Azizah Siregar, ⁴Ahmad Rifandy Siregar, ⁵Dandi Gunawan Sinaga

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan Jln jenderal Ahmad Yani Kisaran

¹hadi.suriono0468@gmail.com, ³azizahsiregar252@gmail.com, ⁴rifandyamd205@gmail.com, ⁵dandisinaga071@gmail.com

ABSTRAK

Sumber daya perikanan menjadi sumber daya pangan yang vital bagi masyarakat. Salah satu komoditas perikanan yang memiliki potensi besar adalah ikan patin. Produksi ikan patin pada tahun 2019 sebanyak 384.883 ton sementara pada tahun 2022 produksi ikan patin mengalami penurunan sebesar 380.000 ton dengan mayoritas di antaranya di serap oleh pasar dalam negeri, penurunan produksi ikan patin disebabkan akibat adanya pandemi Covid-19 (BPS). Perbaikan kemasan dan promosi daring menjadi srategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik produk olahan ikan patin. Dengan semakin meningkatnya teknologi informasi di berbagai lapisan masyarakat, promosi daring menjadi pilihan efektif untuk mencapai konsumen potensial. Melalui platform online, informasi produk dapat disebarkan secara lebih cepat dan efisien. Bagaimana perluasan pasar produk olahan ikan patin melalui perbaikan kemasan dan promosi daring. Metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini yaitu Observasi, Sosialisasi, Penjelasan produk olahan ikan patin yang dapat menyebar luas ke pasar, menjelaskan kemasan produk yang baik, unik, dan berkualitas yang dapat di terima di pasar, dan pembuatan alat promosi menggunakan media daring. Sosialisasi yang dilakukan dapat memberikan informasi dan peningkatan kemampuan pemilik usaha untuk memperluas usaha. Penjelasan mengenai perluasan pasar, kemasan produk dan promosi daring dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat pelaku usaha produk olahan ikan patin.

Kata kunci: perluasan pasar, kemasan, dan promosi daring

ABSTRACT

Fisheries resources are vital food resources for society. One fishery commodity that has great potential is catfish. Catfish production in 2019 was 384,883 tons, while in 2022 catfish production decreased by 380,000 tons, most of which was absorbed by the domestic market. The decline in catfish production was caused by the Covid-19 pandemic (BPS). Increasing packaging and bold promotions are effective strategies to increase the attractiveness of processed catfish products. With the increasing increase in information technology in various levels of society, bold promotions have become an effective choice to reach consumer potential. Through online platforms, product information can be conveyed more quickly and efficiently. How to expand the market for processed catfish products through packaging improvements and bold promotions. The research methods used in implementing this service are observation, socialization, explaining processed catfish products that can spread widely to the market, explaining good, unique and quality product packaging that can be accepted in the market, and creating promotional tools using bold media. The outreach carried out can provide information and increase the ability of business owners to expand their business. Explanations

regarding market expansion, product packaging and bold promotions can be easily understood by people in the business of processed catfish products.

Keywords: *market expansion, packaging and bold promotion*

I. PENDAHULUAN

Industri perikanan berperan sangat penting dalam perekonomian global. Sumber daya perikanan menjadi sumber daya pangan yang vital bagi masyarakat. Salah satu komoditas perikanan yang memiliki potensi besar adalah ikan patin. Ikan patin adalah kelompok ikan berkumis yang hidup di air tawar yang sangat di kenal luas oleh masyarakat, karena memiliki rasa yang enak dan kandungan gizi yang baik. "Kementerian Kelautan dan Perikanan (KPK) menyatakan Indonesia akan menjadi penghasil ikan patin terbesar melebihi negara lainnya seperti negara Vietnam yang saat ini merupakan negara penghasil ikan patin terbesar di dunia".

Produksi ikan patin pada tahun 2019 sebanyak 384.883 ton sementara pada tahun 2022 produksi ikan patin mengalami penurunan sebesar 380.000 ton dengan mayoritas di antaranya di serap oleh pasar dalam negeri, penurunan produksi ikan patin disebabkan akibat adanya pandemi Covid-19 (BPS). Oleh karena itu untuk meningkatkan produksi ikan patin Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP:2023) tengah mengembangkan kampung budidaya patin di lima kabupaten, antara lain Kampar, Muaro Jambi, Banyuasin, dan Bengkulu Selatan. Pengembangan kampung budidaya dinilai lebih efisien untuk meningkatkan daya saing. Kampung budidaya berbasis hamparan diharapkan dapat mendorong skala ekonomi usaha patin.

Kepala Badan Riset dan Sumber Daya Manusia Kelautan dan Perikanan (BRSDM) mengemukakan, panen patin dari hasil inovasi riset itu diharapkan bukan menjadi akhir kegiatan, melainkan menjadi tonggak pengembangan usaha. Sehingga dalam pengembangan usaha dinilai lebih efektif dan efisien. Perluasan pasar menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan peningkatan industri perikanan.

Perbaikan kemasan dan promosi daring menjadi srategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik produk olahan ikan patin. Melalui perbaikan kemasan, dapat mempertahankan kualitas, memberikan nilai tambah estetika, danmeningkatkan daya tahan produk, Sementara itupromosi daring memberi peluang untuk menarik konsumen yang lebih banyak melalui plantfrom online yang lebih terkenal luas.

Selain itu, peran promosi daring tidak dapat diabaikan dalam proses perluasan pasar. Dengan semakin meningkatnya teknologi informasi di berbagai lapisan masyarakat, promosi daring menjadi pilihan efektif untuk mencapai konsumen potensial. Melalui platform online, informasi produk dapat disebarkan secara lebih cepat dan efisien. Selain itu, interaksi langsung dengan konsumen melalui media sosial dan platform perdagangan elektronik memberikan peluang untuk mendapatkan umpan balik langsung yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk dan layanan.

Permasalahan dalam pengabdian ini yaitu bagaimana perluasan pasar produk olahan ikan patin melalui perbaikan kemasan dan promosi daring. Dengan tujuan juga untuk mengetahui bagaimana perluasan pasar produk olahan ikan patin melalui perbaikan kemasan dan promosi daring.

Manfaat yang didapat dalam pelaksanaan pengabdian ini yaitu : (1)Meningkatkan ekonomi masyarakat melalui perluasan pasar produk olahan ikan patin, (2)Meningkatkan daya saing dengan perbaikan kemasan produk yang menarik, (3) dan Peningkatkan konsumen yang lebih besar karena melakukan promosi secara daring.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dari bulan November 2023 hingga bulan Desember 2023 di Desa Bunut Seberang Kabupaten Asahan. Metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini yaitu Observasi langsung ke daerah Desa Bunut Seberang Kabupaten Asahan, Sosialisasi dengan memaparkan materi Penjelasan produk olahan ikan patin yang dapat menyebar luas ke pasar, menjelaskan kemasan produk yang baik, unik, dan berkualitas yang dapat di terima di pasar, dan pembuatan alat promosi menggunakan media daring. Sosialisasi dilakukan dengan menjelaskan materi menggunakan proyektor, di mana para tim pengabdian ini bekerja sama dalam hal menjelaskan kepada masyarakat tentang perluasan pasar, pembuatan kemasan, dan pemasaran menggunakan media daring. Keberhasilan kegiatan ini dilihat dari luaran kegiatan pengabdian (tabel 1).

Tabel 1. identifikasi masalah, solusi dan luaran

Permasalahan	Solusi	Luaran
1. Produk yang hanya terkenal di daerah produksi	Sosialisasi perluasan pasar	Produk akan lebih dikenal di pasar
2. Kemasan produk yang tidak berkualitas	Sosialisasi perbaikan kemasan yang berkualitas	Kemasan produk yang berkualitas akan aman bagi konsumen
3. Pemasaran yang dilakukan hanya secara langsung/offline	Sosialisasi dan membantu pembuatan alat promosi daring	Produk di pasarkan menggunakan media sosial.

Sumber : Data diolah

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang diawali dengan pertemuan para anggota tim untuk membahas kegiatan ini, dengan tujuan untuk kelancaran setiap kegiatan. kemudian berlanjut dengan melakukan kunjungan awal ke daerah bunut seberang Kabupaten Asahan. Dengan tujuan untuk melihat bagaimana kondisi di daerah tersebut, sehingga cocok untuk menjadi tempat dilakukannya pengabdian ini. Tahap selanjutnya adalah melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk menjelaskan perluasan pasar produk olahan ikan patin, penjelasan kemasan yang unik, baik dan berkualitas, serta pembuatan promi secara daring. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan menggunakan proyektor yang dapat dilihat oleh para peserta sosialisasi dengan mudah, sehingga pemahaman materi dapat dengan cepat dipahami.



Gambar 1. Sosialisasi kepada pelaku usaha

Untuk peningkatan usaha juga di perlukannya perluasan pasar yang berarti mencari pasar baru untuk produk yang sama (wibowo : 2007). Perluasan pasar sengaja dilakukan untuk memperbanyak konsumen. Menjelaskan tentang perluasan pasar pada masyarakat daerah Bunut Seberang sangat membantu mereka dalam hal meningkatkan penjualan produk. Langkah awal dalam melakukan perluasan pasar yaitu dengan melakukan observasi terlebih dahulu kemudian barulah mengamati lokasi yang akan dijadikan tempat penjualan produk. Setelah selesai perluasan pasar di lakukan maka selanjutnya pembahasan mengenai kemasan.

Pada kemasan produk yang digunakan untuk produk olahan ikan patin harus lah kemasan produk yang baik, unik dan berkualitas untuk di pasarkan. Kemasan yang dibuat dengan baik akan menjaga kualitas produk hingga sampai ke tangan konsumen. Semakin baik kemasan yang dibuat maka akan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan peningkatan citra dalam menciptakan kemasan prduk yang baik dan dapat menarik banyak konsumen. Beberapa hal dapat dilakukan untuk menciptakan kemasan produk terbaik yang dapat menarik minat konsumen (Apriyanti, 2018) , yaitu (a) unik, adanya ciri khas kemasan yang dapat membedakannya dengan kemasan produk sejenis lainnya; (b) desain kemasan sesuai dengan produk, misalnya produk makanan maka kemasan dapat berupa foto atau gambar animasi produk tersebut; (c) kemasan dapat dibuat dalam berbagai ukuran dan bentuk, kemasan produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan ataupun daya beli konsumen sehingga produk dapat menjangkau berbagai segmen pasar (konsumen); (d) kemasan dibuat dengan berbagai karakter konsumen agar dapat menyesuaikan dengan selera sasaran pasar; dan (e) bahan kemasan dapat didaur ulang agar ramah lingkungan dan biayanya relatif murah.

Aspek pemasaran yang dapat dilakukan salah satunya yaitu promosi. Promosi yang sangat cepat dilakukan salah satunya yaitu promosi daring. Promosi daring yaitu melakukan promosi melalui media sosial. Pemasaran digital (Digital Marketing) merupakan kegiatan mengenalkan produk serta promosi dan target pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana jaringan sosial dan E-Commerce (Gumilang, 2019; Sanjaya & Tarigan, 2009). Digital Marketing saat ini menjadi trend global dalam perkembangan teknologi dan internet yang sangat cepat dan pesat. Penerapan digital marketing yang prospektif dan efisien, memungkinkan calon konsumen mendapat informasi lebih cepat dan mudah pada jenis produk yang ditawarkan (Wijoyo et al., 2020).Sebelum meluncurkan promosi ke media sosial, buatlah poster yang menarik perhatian konsumen. Info yang di sebar juga harus jelas dan tidak melakukan penipuan produk, sehingga konsumen tidak akan jera untuk kembali membeli produk yang dipasarkan.



Gambar 2. Foto bersama pelaku usaha produk olahan ikan patin

IV. KESIMPULAN

Sosialisasi yang dilakukan memberikan informasi dan peningkatan kemampuan pemilik usaha untuk memperluas usaha. Penjelasan mengenai perluasan pasar, kemasan produk dan promosi daring dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat pelaku usaha produk olahan ikan patin. Kegiatan perluasan pasar produk olahan ikan patin melalui perbaikan kemasan dan promosi daring telah berhasil dilakukan. Masyarakat pelaku usaha telah menerapkan hal yang di sampaikan dalam pelaksanaan sosialisasi. Kami para tim pengabdian juga turut membantu pelaku usaha. Promosi produk yang dilakukan dengan teknik terbaru benar benar membantu sekali, karena teknik tersebut ternyata lebih cepat dijangkau oleh para konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M, E. 2018. Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal sosio e-kons*. 10(01):21-22
- BPS. 2021. Produksi Perikanan Budidaya Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kegiatan di Provinsi Sumatera Utara 2019-2021, website, <https://sumut.bps.go.id/indicator/56/547/1/produksi-perikanan-budidaya-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kegiatan-di-provinsi-sumatera-utara.html>.
- Grahadyarini, BM, L. 2023. Pasar Patin Potensial, Tetapi Industrinya Masih Tertinggal, website, <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/04/19/pasar-patin-potensial-tetapi-industrinya-masih-tertinggal>. Diakses pada 20 April 2023
- Ningsih, C, S. Kintoko. dan Puji, H, P. 2020. Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.4(1):14
- Sofiya, L, A. dan Rizmi, Y. 2021. Perluasan Pasar Produk Olahan Ikan Patin Melalui Perbaikan Kemasan dan Promosi Daring. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*. 5(01):59-62
- Yarlina, V, P. dan Syamsul, H. 2021. Strategi Perluasan Pasar Produk Pangan Lokal UMKM dan Industri Rumah Tangga Melalui Media Sosial dan E-Commerce. *Jurnal Masyaakat Mandiri*. 5(6): 3466
- Zuraya, N. 2013. Indonesia Akan Jadi Penghasil Ikan Patin Terbesar, Website, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/mmbgeo/indonesia-akan-jadi-penghasil-patin-terbesar>. Diakses pada 05 Mei 2013