

Strategi Pemasaran dan *Packaging* Produk Olahan Ikan Bandeng melalui Program UMKM IKBAN Tahun 2024

Moh. Ari Wibowo

¹Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP PGRI Sampang

*Corresponding author, e-mail: mohariwibowo@stkip-pgrispg.ac.id

Asri Bariqoh

²Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP PGRI Sampang

e-mail: asribariqoh@stkipgrispg.ac.id

Rukmania Risqi

³Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP PGRI Sampang

e-mail: rukmaniarisqi@gmail.com

Afnan

⁴Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP PGRI Sampang

e-mail: afnanputrasalaf69@gmail.com

Abstrak

Program UMKM IKBAN tahun 2024 merupakan inisiatif strategis dalam mengembangkan pemasaran dan *packaging* bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor ikan bandeng. Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar produk ikan bandeng melalui pendekatan yang holistik dan terintegrasi. Strategi pemasaran dilakukan melalui platform digital dan pengembangan kampanye pemasaran melalui pemanfaatan media sosial dengan memberikan deskripsi dan keunggulan serta manfaat ikan bandeng. Program UMKM IKBAN menggabungkan strategi pemasaran digital yang inovatif dan peningkatan kualitas *packaging*. Desain kemasan yang menarik dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik produk dalam kemasan. Program ini diharapkan dapat memberikan dorongan signifikan bagi UMKM di sektor ikan bandeng untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperluas pangsa pasar mereka. Keberhasilan program ini dapat memberikan dampak positif tidak hanya pada UMKM tetapi juga pada industri perikanan secara keseluruhan, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing produk ikan bandeng di pasar domestik maupun internasional.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Packaging, UMKM*

Abstract

The 2024 IKBAN MSME Program is a strategic initiative in developing marketing and packaging for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the milkfish sector. This program aims to increase the competitiveness and market penetration of milkfish products through a holistic and integrated approach. The marketing strategy is carried out through digital platforms and developing marketing campaigns through the use of social media by providing descriptions and advantages and benefits of milkfish. The IKBAN MSME program combines innovative digital marketing strategies and improving packaging quality. Attractive packaging designs are developed to increase the attractiveness of the product in the packaging. This program is expected to provide significant encouragement for MSMEs in the milkfish sector to achieve sustainable growth and expand their market share. The success of this program can have a positive impact not only on MSMEs but also on the fishing industry as a whole, encouraging local economic growth and increasing the competitiveness of milkfish products in domestic and international markets.

Keywords: *Marketing, Packaging, MSME*

How to Cite: Wibowo, et. al. 2024. Strategi Pemasaran dan Packaging Produk Olahan Ikan Bandeng melalui Program UMKM IKBAN Tahun 2024. P. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*. Vol. 3(1): pp. 63-70, doi: <https://doi.org/10.56855/income.v3i1.973>



This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

Pendahuluan

Desa Ragung, meskipun berada di daerah pesisir dengan tanah yang kurang subur, memiliki kekayaan sumber daya alam seperti tanaman keras (akasia, kelapa, cemara udang), pertanian yang berkembang pesat, dan Desa Ragung, sebagai sebuah lokasi yang kaya akan potensi perikanan, ikan bandeng menjadi fokus utama dalam pengembangan strategi pemasaran dan *packaging* melalui Program UMKM IKBAN. Sebelum merinci langkah-langkah strategis yang akan diimplementasikan, pemahaman mendalam mengenai kondisi lokal, tantangan, dan peluang di Desa Ragung melalui analisis situasi menjadi tahapan krusial untuk memberikan landasan yang kuat bagi keberhasilan program ini. Sektor perikanan, terutama ikan bandeng menjadi tonggak ekonomi masyarakat setempat. Meskipun demikian, perlu dilakukan analisis situasi. Hal ini seperti diungkapkan Istanti, (2020) bahwa perlunya analisis situasi yang komprehensif supaya lebih dekat untuk mengidentifikasi hambatan dan peluang yang mempengaruhi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor ikan bandeng di desa. Dalam analisis situasi, pertama-tama, perlu dipahami infrastruktur lokal dan aksesibilitas pasar. Infrastruktur yang terbatas atau aksesibilitas yang sulit dapat menjadi kendala bagi distribusi produk ikan bandeng. Dengan pemahaman ini, strategi pemasaran dapat dirancang untuk mengatasi hambatan logistik, meningkatkan distribusi, dan mencapai pasar yang lebih luas.

Desa Ragung, dengan potensi perikanan ikan bandeng yang melimpah, memerlukan pemahaman mendalam mengenai infrastruktur dan aksesibilitas pasar lokal untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. Tak hanya itu, pemahaman terhadap tingkat pemahaman dan adopsi strategi pemasaran di tingkat komunitas juga menjadi fokus analisis. Mengidentifikasi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku UMKM terkait dengan pemasaran digital, misalnya, dapat membantu program UMKM IKBAN menyusun program pelatihan yang spesifik dan relevan (Yunita, dkk. 2023). Analisis situasi juga mencakup tingkat pemahaman serta strategi pemasaran yang dapat dilakukan dan diterapkan dalam pelatihan bersama pelaku UMKM. Analisis situasi akan mempertimbangkan aspek-aspek sosial, budaya, dan lingkungan di Desa Ragung. Ini termasuk nilai-nilai lokal, preferensi konsumen, dan keberlanjutan. Desain *packaging* yang memperhatikan nilai-nilai budaya dan keberlanjutan lingkungan dapat memperkuat daya tarik produk ikan bandeng di pasar. Hal ini ditekankan Asih (2023) bahwa pemahaman mendalam mengenai aspek sosial, budaya, dan lingkungan akan membantu merancang desain *packaging* yang sesuai dengan nilai-nilai lokal dan mendukung keberlanjutan. Analisis situasi di Desa Ragung diharapkan dapat menghadirkan solusi pemasaran yang terukur, relevan, dan berdampak positif bagi pertumbuhan UMKM di sektor ikan bandeng. Keseluruhan, analisis ini menjadi tonggak awal dalam menciptakan strategi yang berdaya saing, memperkuat ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Ragung.

Selanjutnya, berkaitan dengan pemasaran, maka diperlukan pemanfaatan teknologi. Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat, sehingga aktivitas UMKM memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Ini dilakukan karena semakin banyaknya pesaing, sehingga menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut (Susanti, 2020).

Ketidakmampuan pelaku usaha UMKM IKBAN dalam manajemen pemasaran menciptakan kebutuhan akan pelatihan teknis. Selain itu, kendala modal menjadi tantangan serius yang memperlambat pertumbuhan sektor UMKM IKBAN. Rencana aksi yang komprehensif, melibatkan pelatihan keterampilan, akses pasar yang lebih luas, dan peningkatan modal melalui program pinjaman, harus dirancang untuk mengatasi hambatan ini. Pentingnya sinergi antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta menjadi krusial. Partisipasi aktif masyarakat setempat dan kolaborasi dengan ahli lokal, seperti nelayan berpengalaman, dapat meningkatkan keberlanjutan usaha (Idayu, 2021). Dukungan penuh dari berbagai pihak akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM IKBAN.

Pengembangan UMKM IKBAN di Desa Ragung bukan hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan strategi yang tepat, UMKM IKBAN dapat menjadi pilar ekonomi yang kuat, menciptakan lapangan kerja baru, dan memberikan kontribusi positif bagi pembangunan ekonomi dan sosial Desa Ragung serta sekitarnya. Mengatasi kendala ini, penting untuk melibatkan aktif masyarakat setempat dan melaksanakan rencana aksi secara berkelanjutan (Handini, dkk., 2019). Dengan demikian, Desa Ragung dapat mengoptimalkan potensi Ikan Bandeng sebagai sumber daya utama dan mencapai kesuksesan dalam pengembangan UMKM IKBAN, memberikan dampak positif yang signifikan bagi wilayah tersebut.

Solusi dan Target

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh UMKM IKBAN di Desa Ragung perlu dirancang solusi yang komprehensif dengan fokus pada peningkatan akses pasar, pengetahuan teknis, dan modal. Pertama, peningkatan akses pasar dapat dicapai melalui pembentukan jejaring dengan pedagang lokal, restoran, dan pasar tradisional. Program promosi produk IKBAN melalui media sosial atau pameran lokal juga dapat meningkatkan visibilitasnya di pasar yang lebih luas. Kedua, peningkatan pengetahuan teknis dapat diwujudkan melalui pelatihan reguler bagi pelaku usaha. Kolaborasi dengan lembaga pendidikan atau pakar industri perikanan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang manajemen budidaya, teknologi terkini, dan praktik-praktik terbaik. Penggunaan teknologi informasi untuk monitoring dan kontrol dalam budidaya Ikan Bandeng juga dapat diperkenalkan. Ketiga, untuk mengatasi kendala modal, program pinjaman usaha dengan bunga ringan atau skema pembiayaan yang bersifat inklusif perlu diperkenalkan (Utomo, 2023). Pemerintah daerah dapat memfasilitasi kerjasama dengan lembaga keuangan lokal untuk menyediakan sumber daya finansial yang dibutuhkan oleh UMKM IKBAN. Selain itu, perlu dipertimbangkan skema kemitraan dengan investor atau perusahaan swasta yang berkepentingan dalam pengembangan sektor perikanan lokal.

Dalam mencapai solusi tersebut, target jangka pendek dapat melibatkan 50% dari pelaku UMKM IKBAN terlibat dalam pelatihan peningkatan keterampilan dalam setahun, dengan 30% di antaranya mendapatkan akses pasar yang lebih luas. Target jangka menengah dapat mencakup peningkatan produksi Ikan Bandeng sebesar 20% dalam dua tahun, dengan setidaknya 70% pelaku usaha mendapatkan akses modal melalui program pinjaman usaha. Pada tingkat jangka panjang, targetnya melibatkan 80% pelaku usaha memiliki pengetahuan teknis yang memadai dalam lima tahun, sementara 60% berhasil memperluas pasar ke tingkat regional. Selain itu, diharapkan tercipta setidaknya 100 lapangan kerja baru dalam sektor perikanan di Desa Ragung. Solusi dan target ini, jika diimplementasikan secara serius, diharapkan dapat mengubah paradigma UMKM IKBAN menjadi motor penggerak ekonomi yang berkelanjutan di Desa Ragung dan sekitarnya.

Metode Pelaksanaan

Metode pengembangan UMKM Ikan Bandeng di Desa Ragung dirancang sebagai upaya holistik. Langkah awal melibatkan analisis situasi untuk memahami kebutuhan dan potensi lokal. Kemudian, program pelatihan, pendanaan, dan strategi pemasaran diterapkan secara berkelanjutan (Haryati, 2020). Responden utama adalah pelaku UMKM IKBAN di Desa Ragung. Pemilihan dilakukan dengan pendekatan inklusif, mempertimbangkan tingkat keterlibatan, keberlanjutan usaha, dan aspirasi pengembangan UMKM. Bahan melibatkan panduan pelatihan, materi promosi, formulir survei, dan peralatan budidaya ikan. Alat melibatkan platform digital untuk pemasaran online, serta sarana pendukung pelatihan dan pengembangan teknologi budidaya. Desain alat mencakup pengembangan platform pemasaran online (Instagram dan Facebook), dan bantuan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran. Kinerja diukur melalui peningkatan pengetahuan, peningkatan akses pasar, dan pertumbuhan produksi UMKM IKBAN.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, survei, dan observasi. Data kuantitatif dan kualitatif dikumpulkan secara reguler untuk mengukur dampak pelatihan, tingkat penerimaan teknologi baru, dan perkembangan ekonomi pelaku UMKM IKBAN. Analisis data melibatkan pendekatan campuran, menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Data survei dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif, sementara hasil wawancara dan observasi diinterpretasikan untuk memahami konteks dan pengalaman pelaku UMKM (Syukroni, dkk., 2023). Dengan menerapkan metode ini, diharapkan dapat menghasilkan pemahaman mendalam tentang dampak kegiatan pengembangan UMKM IKBAN, memberikan dasar untuk penyesuaian strategi, dan memberikan sumbangan positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Ragung. Evaluasi rutin dan iteratif menjadi kunci keberhasilan dalam memantau dan meningkatkan efektivitas rancangan kegiatan ini.

Tempat dan Waktu

Pelaksanaan program UMKM IKBAN ini dimulai tanggal 01 Januari s/d 30 Januari 2024. Namun sebelumnya telah dilakukan observasi dan diskusi bersama masyarakat yang memiliki UMKM di Desa Ragung. Realisasi awal pelaksanaan program ini yaitu melalui pembuatan krupuk ikan bandeng. Setelah itu dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan secara intensif dilaksanakan di tempat produksi krupuk ikan bandeng.

Khalayak Sasaran

Kegiatan ini ditargetkan kepada pelaku UMKM IKBAN dan masyarakat lokal dalam kegiatan ini menggunakan narasumber dari tim KKN sebagai penyedia dan fasilitator untuk mendampingi pengelolaan krupuk ikan bandeng.

Metode Pengabdian

Adapun tahapan yang dilakukan oleh tim Pengabdian dalam Strategi Pemasaran dan *packing*:

1. Persiapan

Mencari dan mengumpulkan data-data dan informasi terkait UMKM IKBAN di Desa Ragung. Ini dilakukan dengan observasi secara langsung kepada pelaku UMKM di Desa Ragung, agar data yang didapatkan sesuai dengan kondisi UMKM IKBAN.

2. Perencanaan

Perencanaan ini mencakup merumuskan tujuan yang jelas, merinci langkah-langkah implementasi, alokasi sumber daya, dan penetapan indikator keberhasilan. Konteks Strategi Pemasaran dan Packaging, perencanaan akan mencakup penyusunan rencana pemasaran digital, perancangan desain kemasan, dan pelatihan bagi pelaku UMKM.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan melibatkan implementasi rencana yang telah disusun. Ini mencakup pelaksanaan kampanye pemasaran, pengembangan desain kemasan, dan penyelenggaraan pelatihan bagi pelaku UMKM. Kolaborasi aktif dengan masyarakat lokal menjadi kunci di tahap ini, memastikan partisipasi dan penerimaan yang maksimal.

4. Monitoring dan Evaluasi

Pengukuran kinerja, umpan balik dari masyarakat, dan evaluasi terhadap tujuan yang telah ditetapkan akan membantu menyesuaikan dan meningkatkan program di masa mendatang. Mengintegrasikan metode persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring evaluasi, program UMKM IKBAN di Desa Ragung diharapkan dapat menciptakan dampak positif yang signifikan, memperkuat ekonomi lokal, dan meningkatkan daya saing produk ikan bandeng di pasar. Dengan keterlibatan aktif dan partisipatif, metode ini memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar relevan dan berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan pengembangan UMKM IKBAN di Desa Ragung mencakup aspek ekonomi, sosial, dan operasional. Peningkatan pendapatan pelaku UMKM, ekspansi pasar, dan peningkatan penjualan menjadi indikator kesuksesan program. Operasional yang efisien dan peningkatan krupuk ikan Bandeng merupakan parameter kinerja operasional yang signifikan. Dalam konteks sosial, partisipasi dan dukungan masyarakat lokal terhadap program pengembangan menjadi indikator penting. memantau indikator ini secara berkelanjutan, dapat dievaluasi dampak positif dari pengembangan UMKM IKBAN, memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan di berbagai aspek. Keseluruhan indikator mencerminkan keberhasilan dalam mewujudkan tujuan pengembangan UMKM IKBAN yang komprehensif di Desa Ragung.

Metode Evaluasi

Evaluasi terhadap kualitas produk, tingkat kepuasan konsumen, dan peningkatan keterampilan serta pengetahuan pelaku UMKM menjadi indikator keberhasilan dalam aspek pemasaran dan pengembangan SDM. Keberlanjutan usaha, penciptaan lapangan kerja, dan kerjasama dengan stakeholder menunjukkan dampak positif dari segi ekonomi dan sosial. Peningkatan infrastruktur pendukung, akses pelayanan, dan penerapan praktik berkelanjutan menjadi indikator dukungan dari pemerintah dan keberlanjutan lingkungan. Metode evaluasi dalam pengembangan UMKM IKBAN di Desa Ragung merupakan pendekatan holistik yang mencakup berbagai aspek. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas program, dampak positif, dan memastikan pencapaian tujuan pengembangan secara keseluruhan. Pertama, evaluasi dilakukan melalui monitoring ekonomi, dengan memantau peningkatan pendapatan pelaku UMKM dan pertumbuhan penjualan produk IKBAN. Pemantauan ini membantu menilai keberhasilan dalam mencapai tujuan ekonomi dari program.

Analisis pasar dan pemasaran dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana produk IKBAN dapat meraih akses pasar yang lebih luas. Dengan memeriksa respons konsumen, strategi pemasaran dapat disesuaikan untuk meningkatkan daya saing produk. Dalam segi operasional, evaluasi produksi dan produktivitas dilakukan. Peningkatan efisiensi dalam rantai nilai IKBAN dan pertumbuhan produksi diukur untuk memastikan bahwa UMKM dapat beroperasi secara optimal.

Evaluasi dampak sosial melibatkan penilaian partisipasi masyarakat lokal dan pemberdayaan pelaku UMKM. Ini mencakup tingkat kepuasan dan keberlanjutan usaha yang dapat diukur melalui interaksi aktif dengan komunitas setempat. Selain itu, evaluasi mencakup keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM, termasuk tingkat penerimaan teknologi baru dan peningkatan keterampilan manajerial. Peningkatan ini membantu dalam meningkatkan daya saing dan kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perubahan. Proses evaluasi ini menggunakan metode

survei, wawancara, dan observasi. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk memperbaiki dan merancang strategi lebih lanjut untuk memastikan kesuksesan berkelanjutan dari pengembangan UMKM IKBAN di Desa Ragung. Dengan pendekatan evaluasi yang komprehensif, diharapkan dapat memaksimalkan dampak positif dan pertumbuhan berkelanjutan bagi UMKM dan masyarakat setempat.

Hasil dan Pembahasan

Program pengembangan UMKM IKBAN di Desa Ragung telah memberikan dampak positif yang signifikan. Peningkatan pendapatan para pelaku UMKM mencerminkan kesuksesan dalam aspek ekonomi. Penjualan produk ikan bandeng juga mengalami pertumbuhan yang memuaskan, menandakan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Evaluasi operasional menunjukkan peningkatan produktivitas dan efisiensi dalam rantai produksi IKBAN. Hal ini menciptakan dasar untuk pertumbuhan berkelanjutan dalam sektor ini. Dari segi sosial, partisipasi aktif masyarakat lokal dan pemberdayaan pelaku UMKM mengindikasikan dampak positif pada tingkat kepuasan dan dukungan dari komunitas. Peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam manajemen budidaya dan pemasaran memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan daya saing produk. Masyarakat setempat juga semakin menyadari manfaat konsumsi Ikan Bandeng, yang menciptakan peluang ekspansi pasar (Rizqi, 2022).

Hidayati, dkk., 2023) menyatakan peningkatan pendapatan pelaku UMKM menjadi indikator utama keberhasilan program ini. Artinya program IKBAN dapat memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi lokal, mengurangi tingkat kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pembahasan perlu fokus pada pemeliharaan dan pengembangan strategi yang mendukung pertumbuhan pendapatan ini secara berkelanjutan. Dalam konteks operasional, pembahasan perlu mempertimbangkan keberlanjutan dari krupuk ikan bandeng. Penerapan teknologi digital pemasaran yang efisien dan berkelanjutan dapat meningkatkan produktivitas sambil menjaga keseimbangan ekosistem perairan. Ini melibatkan kerjasama erat dengan ahli dan lembaga terkait. Dari perspektif sosial, perlu diperkuat strategi untuk menjaga dukungan dan partisipasi masyarakat. Melibatkan masyarakat dalam kegiatan pengembangan dan mengkomunikasikan manfaat ekonomi dan lingkungan dari program IKBAN dapat memperkuat hubungan dengan komunitas.



Gambar 1. Strategi Pemasaran

Pada gambar ini adalah pelaksanaan tentang strategi pemasaran yang harus terus ditingkatkan. Fokus pada pemasaran daring dan promosi produk melalui berbagai saluran komunikasi dapat memperluas jangkauan pasar. Langkah-langkah ini penting untuk menjaga daya saing produk di pasar lokal dan regional. Pengembangan keterampilan dan pengetahuan, perlu adanya program pelatihan berkelanjutan. Mendorong inovasi dan penggunaan teknologi terbaru dalam manajemen UMKM IKBAN dapat memastikan bahwa pelaku usaha tetap relevan dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Keseluruhan pembahasan ini penting untuk mempertahankan kolaborasi erat dengan stakeholder, termasuk pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Sinergi ini

dapat memberikan dukungan yang lebih besar dalam mencapai tujuan pengembangan UMKM Ikan Bandeng, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan sektor ini.



Gambar 2. Hasil kemasan dan penggorengan

Kedua gambar tersebut menunjukkan hasil kemasan dari krupuk ikan bandeng. Kerupuk memiliki warna keemasan yang menarik, indikasi bahwa penggorengan dilakukan dengan baik. Teksturnya terlihat renyah dan berpori, menandakan adonan telah diolah dengan proporsi yang tepat. Proses pemotongan dan pengeringan dilaksanakan secara hati-hati, menghasilkan kerupuk dengan bentuk seragam dan ketebalan yang konsisten. Selain itu, kebersihan dan kebersihan produk tampak terjaga, memberikan kesan profesionalisme dalam proses produksi. Dengan melihat hasil ini, terlihat bahwa UMKM Ikan Bandeng di Desa Ragung dapat bersaing dalam pasar lokal dan regional dengan produk kerupuk Bandeng yang berkualitas dan lezat.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM IKBAN di Desa Ragung, melalui diversifikasi produk menjadi kerupuk Bandeng, memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif. Berikut beberapa kesimpulan kunci; 1) Diversifikasi produk menjadi kerupuk Bandeng merupakan langkah strategis yang berhasil meningkatkan nilai tambah pada produk Ikan Bandeng, membuka peluang baru dalam pemasaran, dan memberikan kontribusi positif pada ekonomi lokal; 2) Hasil pengujian pasar menunjukkan respon positif dari konsumen lokal dan regional terhadap kerupuk Bandeng. Permintaan yang meningkat memberikan indikasi potensi pasar yang signifikan; 3) Pengajuan label dan sertifikasi menjadi langkah kritis untuk meningkatkan daya saing produk dan membangun kepercayaan konsumen. Ini juga dapat membuka peluang ekspansi pasar ke tingkat nasional; 4) Pemasaran berbasis cerita brand, terkait dengan tradisi nelayan dan kualitas unggul kerupuk Bandeng, menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen; 5) Kerjasama dengan pihak terkait, terutama pemerintah daerah dan lembaga sertifikasi, mendukung pengajuan label dan sertifikasi. Peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan menjadi kunci kesuksesan.

Melalui langkah-langkah strategis ini, UMKM IKBAN di Desa Ragung memiliki peluang besar untuk tumbuh dan memberikan kontribusi positif pada perkembangan ekonomi lokal. Pengembangan kerupuk Bandeng tidak hanya menjadi inovasi dalam produk, tetapi juga menciptakan cerita yang memperkuat identitas brand dan daya tarik produk di pasaran.

Referensi

- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan umkm di desa kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2).
- Yunita, I. B., Hikma, N., Anwar, M., Citra, A. A., Nawir, M. S., & Yamin, A. (2023). Pendampingan Olahan Ikan Bandeng Menjadi Abon Pada Masyarakat Kampung Holtekamp Kota Jayapura. *NUMBAY: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 26-34.
- Asih, A. D., & Iskandar, K. (2023). Peluang dan Strategi pada PT Bandeng Juwana Elrina dalam Upaya Peningkatan Bisnis di Era Masyarakat Modern. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 20-29.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85.
- Sri Handini, M. M., Sukaai, M. M., & MM, H. K. A. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat desa dalam Pengembangan UMKM di wilayah pesisir*. Scopindo Media Pustaka.
- Utomo, A. W., Andriyanti, T. F., Nurharyati, F., Indriani, W. J., & Fortuna, D. (2023). PENGEMBANGAN PRODUK UMKM MAJU MAPAN DENGAN STRATEGI MODERNISASI DI ERA TEKNOLOGI 5.0. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 1-8.
- Syukroni, I., Santi, A., Malle, S., Arfini, F., Sultan, S., & Afdalia, A. (2023). Peningkatan keterampilan UMKM dalam pembuatan Fish Cake (Odeng) ikan Bandeng di Inkubator Bisnis Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. *JatiRenov: Jurnal Aplikasi Teknologi Rekayasa dan Inovasi*, 2(1), 15-24.
- Rizqi, A. W., & Andesta, D. (2022). Peningkatan Nilai Tambah Pada Ikan Bandeng Menjadi Aneka Produk Frozen Food Bernilai Ekonomis Pada Asosiasi UMKM Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(2), 161-167. Peningkatan Nilai Tambah Pada Ikan Bandeng Menjadi Aneka Produk Frozen Food Bernilai Ekonomis Pada Asosiasi UMKM Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(2), 161-167.
- Hidayati, W., Amalia, N. H., Irnawati, F., Ramadhan, F., & Hari, Y. (2023). Penguatan Strategi Marketing Industri Kreatif Masyarakat (Home Industry Olahan Ikan Bandeng) di UMKM Kamaseang Desa Bonto Manai Kecamatan Labakkang Kabupaten Pangkep. *Center of Knowledge: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 72-80.