

Pelatihan *Branding* dan *Networking* Pemasaran Ikan Lempuk Pada UKM Suka Makmur Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan

Marsudi¹, R. Iqbal Robbie*², Mursidi³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

*e-mail: marsudi@umm.ac.id¹, iqbal_robbie@umm.ac.id², mursidi@umm.ac.id³

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan perekonomian Masyarakat daerah Danau Ranu di Desa Ranuklindungan, Kecamatan Grati, Kabupaten Pasuruan melalui branding dan networking pemasaran ikan lempuk sebagai keunikan local wisdom. Masyarakat tidak mahir dalam mengelola ikan mentah, sehingga tidak mendapatkan hasil yang ekonomis, maka pengabdian melakukan beberapa metode untuk bisa membantu peningkatan hasil perekonomian masyarakat. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah dengan cara pelatihan yang meliputi pengemasan produk dan pendampingan usaha melalui lini-lini masa pemasaran sebagai oleh-oleh khas Danau Grati. Hasil kegiatan ini adalah peningkatan hasil olahan ikan lempuk, yang awalnya hasil ikan dijual langsung ke pasar, sekarang bisa diolah menjadi lebih menarik, berikutnya hasil olahan ikan lempuk dikemas dengan atraktif sehingga mempunyai tampilan yang bagus untuk dijual sebagai oleh-oleh.

Kata kunci: branding, ikan lempuk, networking, UKM

Abstract

This Community Service activity aims to improve the economy of the Lake Ranu area community in Ranuklindungan Village, Grati District, Pasuruan Regency through branding and marketing networking for lempuk fish as unique local wisdom. The community is not skilled in managing raw fish, so they do not get economic results, so the community service uses several methods to help increase the community's economic results. The method used in this community service activity is training which includes product packaging and business assistance through marketing timelines as typical Lake Grati souvenirs. The result of this activity is an increase in processed lempuk fish products. Initially the fish products were sold directly to the market, now they can be processed to make them more attractive. Next, the processed lempuk fish products are packaged attractively so they have a good appearance to be sold as souvenirs.

Keywords: branding, lempuk fish, networking, SMEs

1. PENDAHULUAN

Wilayah Kabupaten Pasuruan dengan luas 1.474,015 km² sebelah Utara dibatasi oleh Kota Pasuruan, Selat Madura dan Kabupaten Sidoarjo, sebelah Selatan dibatasi oleh Kabupaten Malang, sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto dan Kota Batu, serta sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo. Kabupaten Pasuruan memiliki karakter fisik yang beragam diantaranya wilayah pegunungan, wilayah pesisir, dan wilayah dataran rendah. Untuk wilayah pesisir yaitu wilayah perairan laut dan kawasan pantai yang membentang sepanjang 48 km mulai dari Kecamatan Nguling hingga Kecamatan Bangil dengan wilayah eksploitasi laut mencapai 112,5 mil laut persegi dan potensi laut lestarisebesar ± 27.000 ton per tahun. Kawasan perairan laut di Kabupaten Pasuruan memiliki garis pantai memanjang dari Barat ke Timur menghadap ke Laut Jawa dengan luas kawasan pesisir secara administratif sekitar 4.917 ha. Sebagian besar telah dimanfaatkan secara maksimal, terutama di wilayah Kecamatan Nguling, Lekok dan Kraton.

Potensi ikan di Danau Ranu Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan cukup potensial. Hal ini didukung letak danau Ranu yang berada di Desa Ranuklindungan yang menghasilkan ikan khas dan unik serta satu-satunya yang bisa dihasilkan di danau tersebut. Desa ini terletak hanya

500 meter ke ibukota kecamatan, namun jaraknya ke ibukota kabupaten mencapai 20 km. Hal ini tentunya sangat mempengaruhi perkembangan desa ini. Kondisi infrastruktur di desa ini seperti jalan, pengangkutan, air bersih, listrik, dan ketersediaan fasilitas komunikasi sudah begitu terjamin. Akan tetapi daerah timur Pasuruan masih kurang diperhatikan oleh Pemerintah Kabupaten, karena pusat pemerintahan, pusat administrasi terletak di sebelah barat Kabupaten Pasuruan sehingga pembangunan lebih banyak mengarah kearah barat. Keterbatasan-keterbatasan ini menyebabkan pertumbuhan sosial ekonomi di Kecamatan ini juga menjadi sangat lambat. Dari sejumlah masyarakat ada yang berprofesi sebagai petani, PNS dan sebagian besar sebagai peternak ikan. Walaupun mata pencaharian dominan sebagai peternak ikan, namun usaha pengolahan hasil tangkap ikan masih sangat minim.

Berkaitan dengan berkembangnya industri pangan perikanan skala usaha kecil di Kabupaten Pasuruan, dipandang perlu untuk mengembangkan pemasaran ikan dengan dikemas menggunakan plastik dan sejenisnya[1]. Pengemasan ikan dalam plastik ini akan menambah keinginan pembeli suatu produk dan menambah lama daya simpan. Pengemasan ikan di tingkat industri skala kecil seringkali terkendala oleh faktor biaya, waktu, proses, fasilitas, dan kurangnya pengetahuan pengolah[2]. Pada mulanya fungsi kemasan hanya sebatas untuk melindungi barang dan mempermudah waktu membawanya agar tidak rusak sampai tujuan. Adanya inovasi teknologi kemasan yang menarik akan meningkatkan nilai jual produk olahan. desain produk, bentuk kemasan dan bahan (material) kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen[3].

Dalam meningkatkan perekonomian dibutuhkan pemasaran untuk bisa dikenal oleh masyarakat luas[4]. Perkembangan industri pengolahan ikan, secara signifikan berpotensi untuk mendorong pertumbuhan industri, baik dalam skala kecil maupun besar. Proses pembibitan ini menjadi sumber pendapatan tambahan yang vital, dan dengan dukungan dari pemerintah melalui pelatihan dan fasilitasi akses ke pasar nasional maupun global, sehingga masyarakat nelayan akan mampu mengembangkan usaha pembibitan ikan[5][6]. Usaha ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan mereka tetapi juga berkontribusi pada ketahanan pangan lokal[7]. Ikan lempuk yang dihasilkan selama ini hanya dijual ke pasar-pasar konvensional, seperti pasar Grati, pasar Lekok dan pasar Nguling, Masyarakat selama ini hanya mengandalkan penjualan ikan secara mentah sehingga nilai ekonomisnya masih sangat kecil. Oleh karena itu, tujuan dari tim pengabdian adalah berusaha untuk memberikan pelatihan dan pendampingan sehingga menghasilkan solusi untuk meningkatkan hasil masyarakat dalam pengolahan sampai pemasaran produknya

Masalah yang ada di UKM Suka Makmur :

- a. Keterbatasan kemampuan UKM dalam pengemasan ikan lempuk yang atraktif
- b. Keterbatasan kemampuan UKM dalam memasarkan ikan lempuk
- c. Keterbatasan kemampuan dalam membranding ikan lempuk sebagai satu-satunya ikan yang dihasilkan di Danau Ranu

Rumusan masalah mitra :

- a. Kesulitan UKM dalam memberikan pengoptimalisasian kemasan olahan ikan lempuk
Anggota UKM kesulitan dalam menemukan inovasi dalam mengoptimalkan hasil penangkapan ikan di Danau ranu, sehingga ikan mentah tidak mempunyai nilai ekonomis lebih tinggi
- b. Kesulitan UKM dalam networking pemasaran hasil olahan ikan lempuk
UKM tidak mempunyai jejaring mitra dalam memasarkan hasil olahan, mereka lebih banyak berada di lingkup Kecamatan Grati
- c. Kesulitan dalam hal marketing baik konvensional maupun digital
UKM kurang melek digital, sehingga minim sekali dalam penggunaan teknologi yang berakibat pemasaran hanya manual di lingkup lokal

2. METODE

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *Participative Action Research* (PAR). Metode ini menawarkan aspek perubahan perilaku dalam lingkup sosial dimana peneliti sebagai fasilitator, bukan sebagai expert. Kegiatan pelatihan dilakukan di Aula Majelis Ta'lim Desa Ranuklindungan Kecamatan Grati, dengan melibatkan pemateri dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten pasuruan. Peserta pelatihan adalah ibu-ibu pengolah ikan lempuk sebanyak 15 orang yang dibagi menjadi 5 kelompok, dengan setiap kelompok terdiri dari 3 (tiga) orang pengolah.

Kegiatan ini dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan yakni pada November – Desember 2024 pada UKM Suka Makmur. Adapun beberapa langkah yang dilakukan dalam metode PAR dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Perencanaan (*plan*). Kegiatan perencanaan diawali dengan melakukan perizinan dan identifikasi masalah yang terjadi di UKM Suka Makmur serta berkoordinasi dengan tim pelaksana yang dibantu oleh mahasiswa yang mengambil Program Pengabdian Masyarakat oleh Mahasiswa (PMM) Universitas Muhammadiyah Malang. Kegiatan ini meliputi koordinasi, rencana aksi, pembuatan timeline, proposal pengajuan, serta desain rancangan kegiatan yang akan dilakukan.
- 2) Pelatihan (*training*). Kegiatan ini dilakukan dengan menerjunkan langsung pengabdian dan mahasiswa ke lokasi kegiatan dan mulai melakukan berbagai identifikasi dan mengimplementasikan berbagai rencana kegiatan yang dilakukan seperti pelatihan dalam rangka mengoptimalkan desain kemasan dan pemasaran ikan lempuk
- 3) Pendampingan (*mentoring*). Kegiatan ini dilaksanakan untuk melihat hasil pelatihan dan memantau perkembangan usaha dari UKM tersebut sebagai bentuk pendampingan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan peningkatan branding dan networking pemasaran UKM Suka Makmur dijelaskan pada beberapa bagian sebagai berikut:

1. Peningkatan perkembangan desain kemasan dilakukan dengan menggunakan berbagai skema seperti membuat contoh-contoh kemasan produk yang menarik. Label pada kemasan sering kali diabaikan oleh pelaku UMKM di Indonesia. Tidak terkecuali UMKM Ikan lempuk di Kecamatan grati ini. Setelah dilakukan penyuluhan, peserta lebih memahami hal-hal terkait label kemasan pada produk, seperti: label tidak boleh mengarahkan kepada hal-hal yang jelek, harus memuat informasi yang diperlukan sehingga jelas, mencantumkan keterangan sesuai konten isi yang ada, serta tulisan keterangan harus tepat[8].
2. Peningkatan branding dengan memulai mencari nama-nama produk yang menjual serta membawa hasil ikan lempuk ke Prodi Manajemen sebagai oleh-oleh mitra Prodi Nama produk hasil kemasan harus kreatif dan menjual, seperti nama pendek dan tidak terlalu rumit, nama yang diucapkan harus mudah dilafalkan, serta mempunyai rasa yang berkualitas[9]. Prodi Manajemen sebagai mitra UKM akan memanfaatkan hal tersebut dengan membeli produknya dan meminta kustom nama UKM dan Prodi sehingga saling memberi manfaat dalam jaringan pemasaran.
3. Kegiatan evaluasi program dilakukan bersama dengan pelaku UKM, mahasiswa, serta dosen pengabdian dalam mengidentifikasi permasalahan yang muncul dan perlu ditanggulangi. Mengevaluasi kelompok kerja secara efektif memerlukan pendekatan yang sistematis agar tim bisa berkembang dan mencapai hasil yang optimal. Beberapa kelompok yang mengikuti pelatihan, masih memerlukan pendampingan terutama evaluasi dalam hal produktifitas dalam pengolahan ikan lempuk, dibutuhkan kolaborasi antar anggota UKM untuk saling bekerjasama mmengolah ikan menjadi siap saji, juga melihat seberapa efektif kelompok dalam menyelesaikan permasalahan terutama dalam supplier ikan, meski Danau Ranu luas tetapi ada hal yang kadang-

kadang menyebabkan pasokan ikan agak menurun. Setelah itu dilanjutkan dengan proses penyerahan cinderamata serta pembahasan keberlanjutan program pengabdian masyarakat dan diakhiri dengan penutupan program pengabdian masyarakat



Gambar 1. Pelatihan pengolahan ikan

Pelatihan yang mendatangkan pegawai Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pasuruan, menghasilkan pemahaman bahwa ikan lempuk sebagai satu-satunya ikan yang dihasilkan di Danau Ranu harus dimaksimalkan potensinya, bagaimana peternak ikan dapat mengolah tidak hanya mentahan. Tahap awal pemateri menjelaskan apa itu branding dan mengapa branding penting untuk UKM. Branding bukan hanya logo, tetapi mencakup identitas bisnis secara keseluruhan, termasuk misi, nilai, dan pengalaman pelanggan. Kedua, membantu merumuskan misi dan visi bisnis yang jelas agar bisa lebih mudah mengkomunikasikan tujuan bisnis kepada pelanggan. Ketiga, pelatihan ini membantu UKM merancang logo yang sederhana namun mencerminkan identitas dan nilai bisnis mereka dengan menggunakan warna, font, dan elemen desain yang konsisten di berbagai media seperti website, media sosial, dan produk. Dan yang terakhir mengajarkan cara memanfaatkan media sosial, website, dan alat digital lainnya untuk memperkenalkan dan menguatkan merek UKM[10]. Hal ini juga sesuai yang dilakukan oleh UKM digital marketing ala istilah “mak kitty” yaitu dengan membuat konten menarik (berjualan sambil bercerita) baik melalui foto maupun video bisa membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas produktivitas usaha dengan ide berinovasi serta dapat lebih memperluas pengenalan produknya.[7][11]



Gambar 2. Hasil olahan keripik lempuk

Dari gambar 2, dihasilkan kemasan yang lebih ekonomis, sudah menggunakan kemasan yang dapat dikonsumsi lebih lama, tinggal diberikan masa berlaku sehingga menambah kepercayaan dari masyarakat tetapi juga bisa diolah melalui kemasan yang atraktif dengan diberi masa berlaku. Kemasan yang dapat menjaga kesegaran dan kualitas produk olahan, seperti kemasan vakum, plastik food grade, atau kemasan yang tahan udara. Hal ini penting untuk mencegah produk dari kerusakan atau kontaminasi selama penyimpanan. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar. Gunakan logo, warna, dan informasi yang jelas di kemasan untuk menarik perhatian konsumen. Mencantumkan informasi penting pada kemasan, seperti kandungan gizi, tanggal kadaluarsa, cara penyimpanan, dan informasi produsen agar konsumen merasa lebih percaya [11][7], [12].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan secara gabungan oleh mahasiswa PMM dan dosen dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan peningkatan branding dan networking dapat dilakukan oleh UKM Suka Makmur. Awalnya pelaku UKM tidak begitu faham menggunakan berbagai macam olahan ikan, mereka tidak percaya diri dalam mengembangkan potensi ekonominya, mereka hanya menganggap Danau Ranu hanya tempat wisata di pelosok kecamatan, setelah mendapatkan program pengabdian berbasis pemberdayaan masyarakat ini akhirnya mereka mulai meleak pemahaman, berbagai pendekatan berbasis konvensional maupun digital marketing berbasis social media dapat menjadikan pelaku UKM lebih kreatif. Untuk membangun jaringan pemasaran dan penjualan, UKM sudah menjalin Kerjasama dengan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang, tamu-tamu yang berkunjung ke kampus akan diberikan oleh-oleh buah tangan ikan lempuk hasil olahan mitra prodi tersebut, mulai dari ikan mentah, kemasan kering, kripik, rengginang dan lainnya dengan kemasan yang menarik, dan logo yang atraktif sehingga potensi melalui pelatihan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan UKM akan semakin meningkatkan pproduktifitas, inovasi kewirausahaan akan menciptakan ekosistem yang mendukung startup dan UMKM serta memberikan akses ke pendanaan bagi wirausaha.

Sektor perikanan memiliki potensi ekonomi yang sangat besar, baik dari sisi perikanan tangkap maupun perikanan budidaya. Untuk meningkatkan nilai ekonominya melalui kemasan yang menarik apalagi ikan lempuk sebagai satu-satunya ikan khas daerah Pasuruan maka branding dan networking akan semakin luas sehingga dibutuhkan peningkatan armada, distribusi penyerahan termasuk stabilitas dalam produksinya. Untuk pelaksanaan selanjutnya, UKM Suka Makmur melalui anggotanya harus selalu mengupdate perkembangan, setiap hari harus ada produk yang diunggah baik layanan maupun pemasaran sehingga masyarakat dapat melihat kebaruan produk yang hasilkan UKM

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam program pengabdian ini, terutama pihak Desa Ranuklindungan yang memfasilitasi pertemuan dengan UKM Suka Makmur, serta anggota UKM yang aktif dalam bertanya dan berpartisipasi sehingga program ini terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Kunci and P. Budidaya, "Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka Tahun 2023 ISSN 2964 -9315 (Online)," vol. 9315, no. 2018, pp. 609–616, 2023.
- [2] I. W. Mertha, M. Yazid, M. Ilmi, S. Khuluq, and H. Sura, "Pengabdian Masyarakat Melalui Program Pelatihan Pembuatan Abon Dan Pengemasan Garam Untuk Meningkatkan Pemanfaatan Potensi Sumber Daya Alam Di Desa Persiapan Empol," 2025.

- [3] Dzakiyah Widyaningrum and Elly Ismiah, "Penyuluhan Label Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk Pada Pelaku Umkm Ikan Asin," *J-ABDI J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 3675–3680, 2022, doi: 10.53625/jabdi.v2i1.2262.
- [4] M. H. Urmila Dewi, I. G. Trunajaya, I. W. W. Kesumajaya, and I. M. Adigorim, "Penerapan Digital Marketing dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pelaku UKM di Kabupaten Klungkung," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 8, no. 2, p. 19, 2018, doi: 10.30999/jpkm.v8i2.234.
- [5] P. Produk and P. Masa, "Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19," *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdi. Kpd. Masyarakat)*, vol. 2, no. 1, pp. 6–13, 2021, doi: 10.31002/abdipraja.v2i1.3602.
- [6] R. D. Siang, A. I. Nur, M. Ramli, A. B. Patadjai, D. Sriwulan, and R. Budiyanto, "DIGITAL MARKETING PADA MASYARAKAT NELAYAN DESA BATU PUTIH," vol. 3, no. 3, pp. 132–140, 2024.
- [7] R. Yuniar Rahmadieni and E. Idar Wahyuni, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Bulusulur," *J. Al Basirah*, vol. 2, no. 1, pp. 17–26, 2023, doi: 10.58326/jab.v2i1.28.
- [8] U. Lesmanah, O. Melfazen, and C. Yazirin, "Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Ikan Asin," *I-Com Indones. Community J.*, vol. 3, no. 4, pp. 1719–1725, 2023, doi: 10.33379/icom.v3i4.3338.
- [9] Sumadi, Budiyo, H. Samanto, T. F. Efed, and T. Agustini, "Pengabdian Masyarakat Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital dan Protokol pada Pelaku UMKM di Desa Trucuk Klaten," *J. BUDIMAS*, vol. 05, no. 02, pp. 1–6, 2023.
- [10] E. Susanti, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor," *Sawala J. Pengabdi. Masy. Pembang. Sos. Desa dan Masy.*, vol. 1, no. 2, p. 36, 2020, doi: 10.24198/sawala.v1i2.26588.
- [11] N. Hidayati, R. Juliyanah, A. Iskandar, A. Rahman, and V. A. Murdiana, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi Pertanian Pada Kelompok Wanita Tani Pamulang Barat," 2023.
- [12] T. Terttiaavini, L. Hertati, Y. Yulius, and T. S. Saputra, "Pelatihan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm Ikan Pedo Serbuk," *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 8, no. 2, p. 2405, 2024, doi: 10.31764/jmm.v8i2.21836.