

Assistance in repackaging and digital marketing for shrimp floss businesses to expand market reach

Sayyidah Ilman Nisa¹, Nur Anita², Fitria Kurniasih³, Fanny Nugraheni⁴, Windy Puspitasari⁵, Karmila Aliani Ranti⁶, Ali Akbar⁷, Al Ahfaz Reza Ramdani⁷, Abdul Kamal⁷, Fatmawati⁷, Randi Syafutra⁷✉

¹ Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

² Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan, Pekalongan, Indonesia

³ STIKes Muhammadiyah Kuningan, Kuningan, Indonesia


⁴ Universitas Aisyiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

⁵ Universitas Muhammadiyah Tangerang, Tangerang, Indonesia

⁶ Universitas Muhammadiyah Muara Bungo, Bungo, Indonesia

⁷ Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Pangkal Pinang, Indonesia

✉ randi.syafutra@unmuhbabel.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.10795>

Abstract

The aim of this community service is to enhance the marketing quality of shrimp floss through repackaging and the utilization of e-commerce. This program employs a persuasive approach with partners involved in shredded meat production, assisting in the transformation of shrimp into shrimp floss. The outcomes of this initiative include new packaging designs and the digitalization of shrimp floss marketing through e-commerce, along with the dissemination of links on social media. The 2023 Rambat Village KKN MAs activities are expected to bolster the implementation of digital villages by integrating technology to support the economy in Rambat Village.

Keywords: *Shrimp floss; Digital village; Digital marketing; Marketplaces*

Pendampingan pengemasan dan pemasaran digital usaha abon udang guna memperluas jangkauan pasar

Abstrak

Tujuan dari pengabdian ini untuk meningkatkan kualitas pemasaran abon udang melalui repackaging dan pemanfaatan e-commerce. Pengabdian ini menggunakan metode pendekatan persuasif dengan mitra pembuat abon dan pendampingan pengolahan udang menjadi abon udang. Hasil dari kegiatan ini berupa desain produk kemasan baru dan digitalisasi pemasaran abon udang melalui pemanfaatan e-commerce dan penyebaran tautan di media sosial. Kegiatan KKN MAs Desa Rambat 2023 diharapkan dapat mendukung pengaplikasian desa digital dengan penerapan teknologi untuk menyokong perekonomian yang ada di Desa Rambat.

Kata Kunci: Abon udang; Desa digital; Pemasaran digital; Marketplace

1. Pendahuluan

Kabupaten Bangka merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Bangka Belitung yang mayoritas penduduknya masih tinggal di wilayah pedesaan, salah satunya Desa Rambat (Putranta & Mulki, 2015). Desa Rambat yang bertempat di Kecamatan Simpang Teritip,

Kabupaten Bangka Barat memiliki lahan seluas 38 hektar yang dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai tempat pengelolaan bibit udang. Potensi udang yang dimiliki Desa Rambat cukup baik, sehingga salah satu masyarakat bernama Ibu Romiah berinisiatif untuk mengelola udang tersebut menjadi abon yang bisa dikonsumsi untuk masyarakat.

Potensi sumber daya pesisir dan laut cukup besar di Desa Rambat (Soewartoyo & Soetopo, 2009), salah satunya abon udang ini sangat mendukung peningkatan perekonomian warga Desa Rambat. Namun demikian, abon udang yang dijual belum dipasarkan kepada khalayak umum menggunakan teknologi seperti pemasaran pada *marketplace*. Hal ini karena minimnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang menyebabkan pemasaran kepada publik masih jauh dari yang diharapkan. Di samping itu, produksi abon udang yang fluktuatif menyebabkan harga produksi harus menyesuaikan dengan harga bahan komposisi setiap waktu. Kondisi ini membutuhkan upaya-upaya dan ide inovatif dalam pemasaran abon udang (Fatria et al., 2019).

Tim pelaksana pengabdian dari Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah 'Aisyiyah (KKN MAs) 2023 di Desa Rambat memiliki peran penting dalam memfasilitasi masyarakat untuk dapat membudidayakan potensi yang ada. Salah satunya melalui udang yang dikelola menjadi abon udang dan kemudian dipasarkan di masyarakat luas. Tim berusaha memberikan sumbangsih ide dan inovasi serta terjun langsung dalam pendampingan di masyarakat untuk mendukung perekonomian masyarakat dan mewujudkan desa digital. Adapun tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mendukung upaya penerapan desa digital melalui pemasaran abon udang di *marketplace* Shopee dan pelaksanaan pengabdian masyarakat secara komprehensif terkait potensi budidaya udang melalui pembuatan abon udang dan pemasarannya kepada masyarakat luas.

2. Metode

Program pengabdian ini menggunakan metode pendekatan persuasif dengan mitra pembuat abon udang, melalui pendampingan secara luring serta pembuatan desain untuk produk kemasan yang dilakukan secara intensif selama 1 bulan dari 1 Agustus 2023 hingga kedatangan sampel produk abon udang yang telah didesain pada 30 Agustus 2023. Program pengabdian ini bermitra dengan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Rambat, Kecamatan Simpang Teritip, Kabupaten Bangka Barat, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang dikelola oleh Bapak Suhardi. Adapun tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

2.1. Pra kegiatan

Kegiatan diawali dari proses observasi lokasi di Desa rambat, tepatnya di rumah Bapak Suhardi dan Ibu Romiah. Observasi ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui potensi desa dan proses pengolahan abon udang.

2.2. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan berupa dokumentasi dan pendampingan pengolahan ulang, redesain kemasan, dan aplikasi *marketplace* untuk pemasaran produk. Tahapan pengolahan udang adalah sebagai berikut.

- a. Pengupasan kulit udang
- b. Pencucian udang

- c. Blender udang
- d. Pengolahan bumbu kemudian ditumis
- e. Pencampuran bumbu dan udang
- f. Mencampurkan udang dan santan
- g. Penyaringan udang
- h. Pengeringan udang
- i. Pengemasan abon udang
- j. Pemasaran produk abon udang

Selanjutnya, pembuatan desain dilaksanakan dengan melewati beberapa fase, yaitu:

- a. Penyuntingan kemasan produk lama
- b. Proses pelobian penggantian desain
- c. Pembuatan desain kemasan produk baru
- d. Proses penyuntingan kepada mitra
- e. Finalisasi desain akhir
- f. Proses pengiriman desain kemasan produk
- g. Percetakan produk kemasan

Serta didukung dengan pengaplikasian teknologi melalui pemasaran yang dilakukan dengan pembuatan akun *e-commerce* Shopee untuk pemasaran lebih luas, dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Pembuatan dan pendaftaran akun Shopee
- b. Pemasukan data-data admin toko
- c. Pemasukan produk kemasan jualan dan deskripsi produk
- d. Proses pemasaran di Shopee

3. Hasil dan Pembahasan

Potensi hasil pembibitan udang dari lahan yang dimanfaatkan di Desa Rambat dapat menggerakkan sektor perekonomian masyarakat setempat. Salah satunya adalah pengolahan udang menjadi abon udang. Kegiatan diawali dengan melihat potensi-potensi yang ada di Desa Rambat, kemudian melakukan observasi ke rumah warga yang menginisiasi dalam pembuatan abon udang dari jenis udang vaname, observasi dilakukan di rumah bapak Suhardi.

3.1. Proses pengolahan abon udang

Gambar 1 menunjukkan proses pengolahan udang menjadi abon udang setelah disortir dengan standardisasi pengolahan sertifikasi halal. Proses dilanjutkan dengan pengupasan dan pencucian hingga bersih menggunakan air. Setelah itu, udang akan diblender sampai halus. Sambil menunggu proses penghalusan udang, dilakukan pengolahan bumbu yang berupa bawang merah, bawang putih, ketumbar, lengkuas, cabe kering, garam, dan gula yang kemudian dicampur bersama dengan udang yang telah dihaluskan, lalu ditambahkan santan ([Admin Ramesia, 2016](#)). Berikutnya dilanjutkan dengan proses memasak dengan api sedang hingga kering. Abon yang sudah siap akan disaring menggunakan alat penyaring abon udang. Tahapan terakhir adalah pengemasan dan pemasaran. Adapun proses pembuatan abon secara lengkap dapat dilihat pada [Instagram](#).

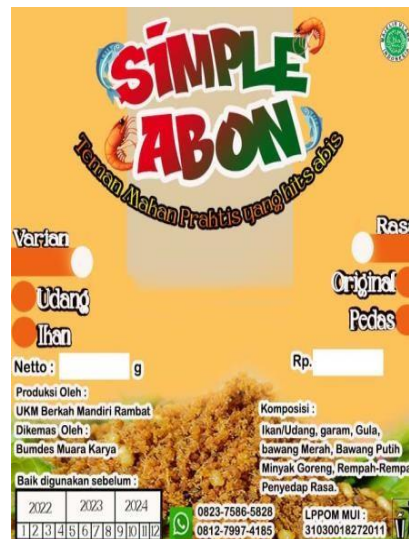


Gambar 1. Proses pencampuran bahan (kiri), proses pengeringan (tengah), dan proses pengadukan (kanan)

3.2. Pembuatan desain kemasan produk abon udang

Dalam proses pengemasan abon udang, tim memodernisasi kemasan dengan memanfaatkan *standing pouch* sehingga dapat meningkatkan estetika dan nilai jual produk. Proses pembuatan desain untuk *standing pouch* melewati beberapa tahap, yaitu:

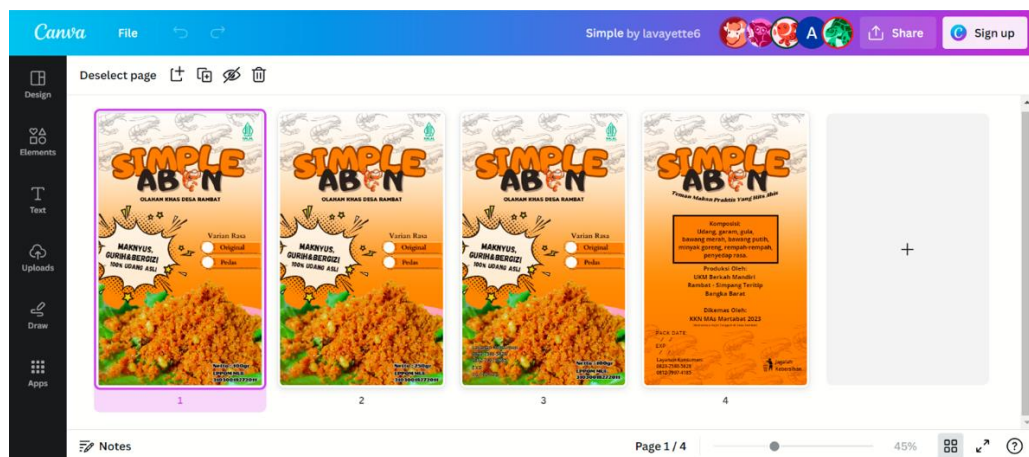
- a. Penyuntingan kemasan produk lama
Sebelum membuat desain yang baru, tim menyunting contoh desain kemasan produk lama. Kemudian berkonsultasi dengan bapak Ariyadi selaku penanggung jawab dalam pembuatan desain kemasan produk.
- b. Proses pelobian untuk mengganti desain kemasan
Setelah melakukan penyuntingan desain kemasan, kami melakukan pelobian untuk mengubah desain kemasan. Hal ini dilakukan sebagai salah bentuk kontribusi dalam pemasaran abon udang. Kami meminta pandangan dan juga arahan terkait desain kemasan yang akan dibuat. Baik itu berupa, gambar dan rancangan desain, ataupun nama produk dan lain sebagainya. Desain lama disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain abon udang versi terdahulu

c. Pembuatan desain kemasan produk baru

Dalam proses pembuatan kemasan, kami menggunakan aplikasi Canva. Desain produk kemasan yang dibuat adalah original dengan kualitas yang baik, asli, dan tidak palsu. Adapun dalam proses pembuatan desain kemasan produk dapat dilihat pada [Gambar 3](#). Desain baru tetap dengan nama yang ada, hanya ada beberapa perubahan, seperti warna, tipografi, dan gambar dengan maksud menyesuaikan tema dan gambar asli abon udang yang telah ada. Salah satu perbedaan relevan dengan desain sebelumnya dan desain yang baru terdapat pada pilihan varian, yaitu udang dan ikan. Pada desain baru, gambar ditiadakan mengingat pemasaran yang dilakukan hanya terfokus kepada abon udang. Dalam pemilihan warna menyesuaikan dari gambar asli abon sehingga desain warna yang ditentukan memiliki nilai unik dan menarik.



Gambar 3. Proses pembuatan desain kemasan abon udang

d. Penyuntingan kepada mitra dan finalisasi desain akhir

Setelah melewati proses pembuatan desain yang membutuhkan waktu kurang lebih 1 minggu, tim menunjukkan hasil desain kepada pak Ariyadi untuk kesepakatan akhir sebelum proses pencetakan.

e. Proses pengiriman desain kemasan produk dan percetakan produk kemasan

Setelah finalisasi desain akhir, kemudian pemesanan kemasan produk di rumah produksi yang berada di Pangkal Pinang. Untuk pemesanan perdana, jumlah *standing pouch* yang dipesan sebanyak 53 pcs (46 pcs ukuran 13X20 cm dan 7 pcs ukuran 14X23 cm) dan sticker abon udang 1 meter yang dapat digunakan untuk 155 kemasan. Cetakan desain yang diaplikasikan pada *standing pouch* sebagaimana disajikan pada [Gambar 4](#).

3.3. Proses pemasaran abon udang

Dalam proses pemasaran, tim mengaplikasikan teknologi melalui *e-commerce* Shopee kepada masyarakat luas. Adapun tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Pembuatan dan pendaftaran akun Shopee

Proses pembuatan akun Shopee menggunakan gawai milik ibu Sulistiyawati (anak Bapak Suhardi) selama kurang lebih 15 menit.

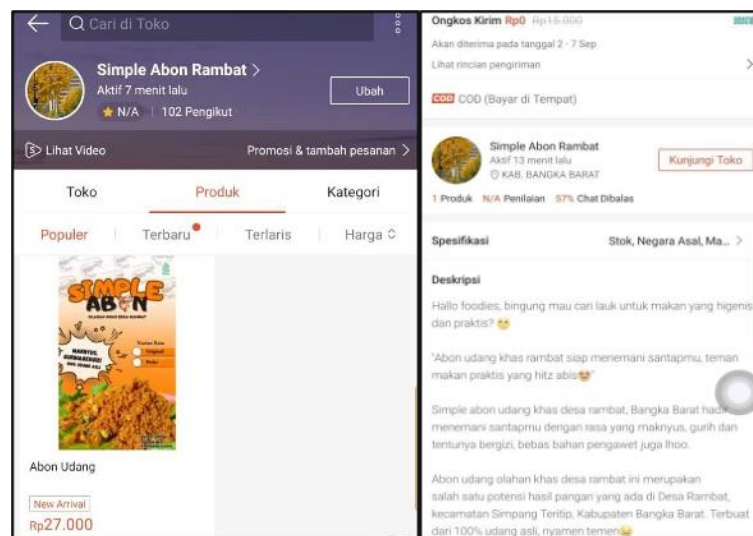
b. Pemasukan data-data admin toko

Setelah mendaftar akun di Shopee, terdapat syarat-syarat yang perlu dipenuhi berupa data-data admin toko yang diisi tahap demi tahap.

- c. Pemasukan produk kemasan jualan dan deskripsi produk
Setelah pemenuhan data-data admin toko, kemudian produk dimasukkan ke dalam toko dengan memberikan deskripsi produk kemasan abon udang yang akan dijual dengan ketentuan-ketentuannya lainnya untuk konsumen.
- d. Proses pemasaran produk kemasan abon udang di Shopee
Selanjutnya, proses pemasaran abon udang di Shopee dengan menyebarkan link dan diunggah ke media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk memasarkan lebih massif. Adapun untuk pemesan dapat diakses melalui tautan https://shopee.ee/AK7poNVdOp?share_channel_code=1 dan tampilan toko pemasaran “Simple Abon” dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 4. Kemasan abon udang yang telah diaplikasikan pada *standing pouch*



Gambar 5. Tampilan toko Shopee “Simple Abon” Rambat

4. Kesimpulan

KKN MAs 2023 adalah kegiatan pengabdian masyarakat yang pada tahun ini mengangkat tema “Penguatan Eduecotourism Berbasis Teknologi untuk Mendukung Konservasi Lingkungan di Bumi Serumpun Sebalai.” Hasil dari kegiatan ini berupa desain produk kemasan baru dan digitalisasi pemasaran abon udang melalui pemanfaatan e-commerce dan penyebaran tautan di media sosial. Kegiatan KKN MAs Desa Rambat 2023 diharapkan dapat mendukung pengaplikasian desa digital dengan penerapan teknologi untuk menyokong perekonomian yang ada di Desa Rambat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Desa Rambat beserta aparat desa, Bapak Suhardi dan keluarga, BUMDes UKM Berkah Mandiri, dan Masyarakat Desa Rambat atas kontribusi dan dukungannya selama kegiatan KKN Mas.

Daftar Pustaka

- Admin Ramesia. (2016). *Bisnis Abon Udang yang Memiliki Cita Rasa Istimewa*. Ramesia.
- Fatria, Ningsih, A. S., Zurohaina, & Supraptiah, E. (2019). Pembuatan Abon Udang dengan Metode Deep Frying dan Pan Frying di Dharma Wanita Kabupaten Banyuasin. *SNAPTEKMAS*.
- Putranta, D.D. & Mulki. (2015). *Desa Wisata Jadi Andalan Bangka Barat*. AntaraBabel.
- Soewartoyo & Soetopo, T. (2009). Penguatan SDA di Bangka Kawasan Pesisir. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 4(2), 1-18.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
