

## STRATEGI PENGEMBANGAN ABON IKAN TUNA UMKM KEDAI PESISIR DI KOTA PAREPARE

Arfianty<sup>1)</sup>, Henny Kumaladewi Hengky<sup>2)</sup>, Hasdiana<sup>3)</sup>,  
Zaudiah<sup>4)</sup>, Nurul Adin Fadillah<sup>5)</sup>, Putri<sup>6)</sup>

<sup>1,3)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare

<sup>2)</sup>Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Parepare

<sup>4,5,6)</sup>Universitas Muhammadiyah Parepare

*arfiantyarfan@gmail.com*

### Abstract

The Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector has a strong dominance in business activities in Indonesia. The increasing number of MSMEs in Parepare City causes quite competitive competition with the production of similar products. This PKM activity was carried out at the 'Kedai Pesisir' business as a service partner. The objectives of this service activity are: (1) It is hoped that partners can adapt to changes in the business environment including market changes, product promotions via social media. (2) Increase financial management knowledge for partners by using simple financial reporting applications. (3). Increasing innovation and product differentiation, how partners can create different and attractive products, so that the "coastal shop" business can continue to survive. Activity methods include partner needs surveys, outreach, training and mentoring as well as monitoring and evaluation. This service activity produces more innovative shredded products, namely the processing of chicken products by including nutritional value composition labels and the use of the BukuKas financial application. The results of this monitoring and evaluation will be used to make improvements and adjustments to the program, so that service activities can continue to provide optimal benefits for partners and the wider community.

*Keywords: Development, Shredded Chicken, BukuKas Application, Nutritional Value.*

### Abstrak

Sektor Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) memiliki dominasi yang kuat dalam kegiatan usaha di Indonesia. Maraknya jumlah UMKM yang ada di Kota Parepare menyebabkan persaingan yang cukup kompetitif dengan produksi produk yang sejenis. Kegiatan PKM ini dilakukan di usaha 'Kedai Pesisir' sebagai mitra pengabdian. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah: (1) Diharapkan mitra dapat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis termasuk perubahan pasar, promosi produk melalui media sosial. (2) Peningkatan pengetahuan manajemen keuangan bagi mitra dengan penggunaan aplikasi laporan keuangan sederhana. (3). Peningkatan inovasi dan diferensiasi produk, bagaimana mitra dapat menciptakan produk yang berbeda dan menarik, sehingga usaha "kedai pesisir" dapat terus bertahan. Metode kegiatan dengan survei kebutuhan mitra, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan pengabdian ini menghasilkan produk abon yang lebih inovatif yaitu pengolahan produk ayam dengan pencantuman label kandungan komposisi nilai gizi serta penggunaan aplikasi keuangan BukuKas. Hasil dari monitoring dan evaluasi ini akan digunakan untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian program, sehingga kegiatan pengabdian dapat terus memberikan manfaat yang optimal bagi mitra dan masyarakat luas.

*Keywords: Pengembangan, Abon Ayam, Aplikasi BukuKas, Nilai Gizi.*

## PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) memiliki dominasi yang kuat dalam kegiatan usaha di Indonesia. Data dari Kemkop UKM menunjukkan bahwa dari sekitar 64 juta usaha yang ada di Indonesia, sebanyak 16.370 UMKM tercatat beroperasi di Kota Parepare. Maraknya jumlah UMKM yang ada di Kota Parepare menyebabkan persaingan yang cukup kompetitif dengan produksi produk yang sejenis. UMKM Usaha Abon Ikan Tuna “Kedai Pesisir” adalah salah satu usaha abon ikan yang mulai dirintis sejak tahun 2018 yang pembuatannya dilakukan oleh para srikandi (wanita/ibu rumah tangga). Dalam kegiatan usahanya kelompok usaha “Kedai Pesisir” memiliki penghasilan 5 – 10 juta perbulan. Angka tersebut tergolong tinggi mengingat kelompok usaha “Kedai Pesisir” belum menggunakan media sosial sebagai media dalam mempromosikan produk. Kelompok usaha “Kedai Pesisir” adalah kelompok usaha yang telah memproduksi abon ikan tuna yang selanjutnya dipasarkan diwarung-warung kecil sekitar wilayah Kelurahan Cappa Galung ataupun berdasarkan pesanan disekitar lokasi usaha

Usaha abon ikan tuna “Kedai Pesisir” memiliki potensi yang bagus karena berada diwilayah pesisir yang sangat memungkinkan memproduksi abon secara optimal. Hal ini juga didukung dengan minat konsumsi abon ikan masyarakat di Sulawesi Selatan yang tinggi. Secara umum, ikan tuna adalah sumber protein yang baik dengan kandungan 20-30% atau lebih protein dari berat keringnya. Dengan menjadikan ikan tuna sebagai menu diet tiap hari maka dapat memenuhi kebutuhan akan protein dalam tubuh, akan tetapi banyaknya kompetitor dari

daerah sendiri ataupun dari luar daerah menjadi ancaman bagi “Kedai Pesisir” bila tidak segera mengubah strategi dalam pengembangan produk serta pemasaran produk.

Strategi pengembangan merupakan rencana atau pendekatan yang digunakan oleh sebuah organisasi ataupun perusahaan untuk mengembangkan bisnis, produk ataupun layanan dengan tujuan untuk menciptakan pertumbuhan, keberlanjutan serta nilai tambah bagi usaha tersebut dengan melibatkan perubahan dan inovasi. Melalui pengembangan produk abon ikan tuna “Kedai Pesisir” baik dari kemasan, kandungan nilai gizi ataupun dari segi promosi diharapkan dapat memberi hasil dan manfaat yang penting bagi kelompok usaha abon ikan “Kedai Pesisir” terutama dalam peningkatan keunggulan bersaing.

Prioritas permasalahan dari kegiatan pengabdian ini adalah: (1). Manajemen, masalah manajemen merupakan masalah kunci dalam usaha. Usaha “Kedai Pesisir” dapat bertahan dan mampu berkembang sangat ditentukan oleh konsistensi pengelola terhadap manajemen yang diterapkan terutama manajemen keuangan yang baik sangat penting dalam pelaporan keuangan. (2) Pasar dan persaingan, memahami pasar dan mampu bersaing dengan mengembangkan strategi pemasaran baik dari produk maupun promosi.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah: (1) Diharapkan mitra dapat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis termasuk perubahan pasar, promosi produk melalui media sosial.(2) Peningkatan pengetahuan manajemen keuangan bagi mitra dengan penggunaan aplikasi laporan keuangan sederhana.(3). Peningkatan inovasi dan diferensiasi

produk, bagaimana mitra dapat menciptakan produk yang berbeda dan menarik, sehingga usaha “kedai pesisir” dapat terus bertahan.

## METODE

Adapun metode pelaksanaan melalui beberapa rangkaian sebagai berikut:

- a. Survey dan identifikasi kebutuhan
- b. Pengembangan program melalui sosialisasi bersama pelaku usaha, pelatihan kewirausahaan serta pendampingan dalam bentuk pengembangan produk baik dari segi kemasan atau kandungan nilai gizi pada produk, penggunaan teknologi aplikasi BukuKas.
- c. Monitoring dan evaluasi terhadap kemajuan dan keberhasilan program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menunjang kelancaran pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang berbasis kewirausahaan maka tim PKM melakukan beberapa tahapan kegiatan diantaranya:

- a. Survei kebutuhan mitra

Tim PKM turun langsung ke lokasi dan mengadakan wawancara serta diskusi dengan para pelaku usaha UMKM. Melalui survei ini, tim PKM berupaya mengidentifikasi kebutuhan spesifik mitra serta potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Hasil dari survei ini akan digunakan sebagai dasar penyusunan program yang tepat guna, relevan dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan mitra, sehingga tujuan pengabdian kepada masyarakat dapat tercapai

dengan maksimal. Hasil survei kebutuhan mitra ditemukan bahwa usaha ‘Kedai Pesisir’ hanya berfokus pada abon ikan tuna belum mengembangkan produk yang lebih inovatif, pembuatan laporan keuangan yang masih manual, serta label produk belum mencantumkan informasi nilai gizi. Olehnya itu menjadi tujuan dari kegiatan pengabdian ini untuk memberikan solusi yang inovatif kepada mitra.



Gambar 1. Survei kebutuhan mitra

- b. Sosialisasi Kegiatan PKM

Kegiatan sosialisasi kewirausahaan dilakukan dalam bentuk Firum Group Discussion (FGD) dengan melibatkan berbagai pihak terkait seperti pelaku usaha lokal dan akademisi. Dalam FGD ini, Tim PKM berbagi pengetahuan serta pengalaman dan strategi untuk mengatasi berbagai tantangan dalam berwirausaha. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana untuk mendiskusikan potensi kolaborasi

interdisipliner serta inovasi yang dapat diimplementasikan dalam usaha para pelaku UMKM 'Kedai Pesisir'.

Kegiatan sosialisasi tersebut ketua TIM bersama anggota TIM lainnya menyampaikan beberapa hal terkait kandungan nilai gizi dari abon ikan itu sendiri serta bagaimana pengolaan keuangan yang lebih sesuai standar dengan menggunakan aplikasi BukuKas serta bagaimana pengembangan produk yang lebih inovatif seperti abon ayam, abon sapi, abon ikan lele ataupun abon ikan lainnya sehingga membuka peluang baru bagi para pelaku usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan nilai tambah mereka. Strategi pengembangan abon ikan ini melibatkan berbagai aspek mulai dari peningkatan kualitas produk hingga pemasaran yang lebih luas baik secara lokal maupun melalui platform digital.



Gambar 2. Sosialisasi dalam bentuk FGD

#### c. Pelatihan dan Pendampingan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan pemberian edukasi sekaligus transfer pengetahuan dan teknologi terkait produk abon yang

lebih inovatif yaitu pengolahan abon ayam. Mitra diberikan pemahaman mendalam mengenai teknik produksi yang lebih efisien dan higienis, serta penggunaan alat-alat modern untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Selain itu, mitra juga dilatih dalam aspek manajemen bisnis, seperti strategi pemasaran, pengelolaan keuangan dengan penggunaan Aplikasi BukuKas dan pelabelan produk abon dengan informasi kandungan nilai gizi. Dengan demikian, diharapkan mitra dapat meningkatkan daya saing produknya di pasar dan memperoleh keuntungan yang lebih baik. Pelatihan ini juga mencakup sesi praktik langsung, dimana mitra dapat mempraktekkan pengetahuan yang telah diperoleh dengan bimbingan dari para tim PKM. Hasil dari kegiatan ini diharapkan mampu menciptakan produk abon ayam yang inovatif dan memiliki nilai jual tinggi.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

#### d. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa program pengabdian kepada masyarakat berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Monitoring dilakukan dengan mengunjungi lokasi mitra, melakukan wawancara, dan mengumpulkan data mengenai perkembangan usaha mereka. Evaluasi

juga mencakup penilaian terhadap efektivitas pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan, serta dampaknya terhadap peningkatan kapasitas dan kinerja mitra.

Selain itu, tim juga mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh mitra dan mencari solusi yang tepat untuk mengatasinya. Hasil dari monitoring dan evaluasi ini akan digunakan untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian program, sehingga kegiatan pengabdian dapat terus memberikan manfaat yang optimal bagi mitra dan masyarakat luas. Dengan demikian, keberlanjutan program dan pencapaian hasil yang diinginkan dapat lebih terjamin.



Gambar 4. Monitoring dan Evaluasi

## SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat berbasis kewirausahaan dilakukan oleh tim PKM dengan berbagai tahapan untuk memastikan kesuksesan dan keberlanjutannya berbagai tahapan untuk memastikan kesuksesan dan keberlanjutannya.

1. Tim melakukan survei kebutuhan mitra dengan turun

langsung ke lokasi dan berdiskusi dengan pelaku usaha setempat untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi yang ada.

2. Kegiatan sosialisasi kewirausahaan diadakan dalam bentuk Forum Group Discussion (FGD), melibatkan berbagai pihak terkait untuk berbagi pengetahuan dan strategi berwirausaha.
3. Pelatihan dan pendampingan diberikan kepada mitra, khususnya dalam pengolahan produk abon ayam yang lebih inovatif. Mitra dibekali dengan pengetahuan dan teknologi terkini, serta pelatihan dalam manajemen bisnis untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Praktik langsung juga dilakukan untuk memastikan mitra dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Parepare terutama kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) melalui bantuan dana dalam bentuk hibah RisetMuh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arfianty, A., Rahman, A. W., & Hasdiana, H. (2023). Literasi Keuangan (Financial Literacy) dan Jiwa Kewirausahaan Pada Anak Melalui "Celengan Target" di Sd Muhammadiyah 1 Parepare. *Martabe: Jurnal*

- Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(6), 1914-1919.
- Djamaluddin, U. (2007). Pengembangan Perikanan Laut berbasis Potensi Wilayah Pesisir di Kota Parepare (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin)
- Kurniawan, R., Tarantang, J., Akbar, W., Hakim, S., Sukmana, E. T., & Hafizi, R. (2022). Literasi Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital Bukukas Pada Umkm Di Kota Sampit, Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(1), 35-52
- Latif, A. (2022). Analisis Pendapatan Usaha Abon Ikan Tuna (Studi Kasus Pada Usaha Umkm Kedai Pesisir Ummi) Kelurahan Cappa Galung Kecamatan Bacukki Barat Kota Parepare. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-ilmu Pertanian*, 40(1), 1-6..
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250-264
- Mona Zulistina, M. (2019). *MUTU ORGANOLEPTIK DAN KANDUNGAN GIZI ABON IKAN (Thunnus Sp) YANG DITAMBAHKAN PAKIS (Pteridophyta)* (Doctoral dissertation, Stikes Perintis Padang).
- Rahayu, A. (2020). BUKU AJAR: DASAR DASAR GIZI [7] Setiawati, K. E., Lamusa, A., & Laihi, M. A. A. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK ABON IKAN TUNA PADA CV. RAJA BAWANG DI KOTA PALU. *Jurnal Pembangunan Agribisnis (Journal of Agribusiness Development)*, 2(2), 120-130