

PEMBERDAYAAN UMKM DUSUN KELAPO MELALUI PENGEMBANGAN KUALITAS KEMASAN DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK KERUPUK UDANG SATANG

**Alpin Rosandi¹⁾, Yunita Iskandar²⁾, Chery Muntaza³⁾, Ananda Salsabila⁴⁾,
Al Maidah Susanty⁵⁾, A. Resti Supraeni⁶⁾, Rizvia Ramadhini⁷⁾, Baruna Saputra⁸⁾,
Nurmawaddah⁹⁾, Febrian Hidayat¹⁰⁾, Randi Syafutra¹¹⁾**

^{1,5,7,10)} Program Studi Teknik Sipil, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

^{2,3,4,9)} Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

⁶⁾ Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

^{8,11)} Program Studi Konservasi Sumber Daya Alam, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

randi.syafutra@unmuhbabel.ac.id

Abstract

Satang shrimp crackers are made by Kelapo Hamlet's MSMEs, located in Riding Panjang Village, Belinyu District, Bangka Regency, Bangka Belitung Islands Province. Despite their promising economic potential, these crackers face challenges due to unattractive packaging and limited marketing strategies. This empowerment program aims to enhance the appeal and added value of satang shrimp cracker products, making them not only attractive to local consumers but also expanding their market reach to other regions. The empowerment program was implemented over one month, from July 25 to August 23, 2024, using unstructured interviews and mentoring methods. Unstructured interviews were conducted to identify the main problems faced by the owner of Kelapo Hamlet's MSMEs, while mentoring focused on improving packaging quality and digital marketing strategies of the products. The results of this empowerment program demonstrate that the satang shrimp cracker products have become more appealing due to the use of sealed plastic packaging and attractive labels designed with the Canva application. Furthermore, the products are now marketed through digital platforms such as TikTok and Instagram, which are expected to broaden market reach. These innovations are anticipated to increase the competitiveness of satang shrimp cracker products and positively contribute to the economic improvement of the Kelapo Hamlet community.

Keywords: *Satang Shrimp Crackers, Packaging Quality, Digital Marketing Strategy, Kelapo Hamlet's MSMEs, Riding Panjang Village*

Abstrak

Kerupuk udang satang merupakan produk yang dibuat oleh UMKM Dusun Kelapo yang terletak di Desa Riding Panjang, Kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Produk ini mempunyai potensi ekonomi yang menggiurkan tetapi menghadapi kendala dalam hal kemasan/packaging produk yang kurang atraktif dan pemasaran/marketing produk yang terbatas. Program pemberdayaan ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk kerupuk udang satang, sehingga tidak hanya menarik konsumen lokal tetapi juga memperluas jangkauan pasar ke daerah lain. Program pemberdayaan ini dilakukan selama satu bulan, mulai 25 Juli s.d. 23 Agustus 2024, memakai metode wawancara tidak terstruktur/unstructured interviews dan pendampingan/mentoring. Unstructured interviews dilakukan untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh pemilik UMKM Dusun Kelapo, sementara mentoring berfokus pada pengembangan kualitas packaging dan strategi marketing digital produk. Hasil dari program pemberdayaan ini menunjukkan bahwa produk kerupuk udang satang menjadi atraktif, karena mempunyai packaging plastik bersegel dan berlabel atraktif yang dirancang dengan aplikasi Canva. Selain itu, produk ini juga dipasarkan melalui platform digital seperti TikTok dan Instagram, yang diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya inovasi ini, produk kerupuk udang satang diharapkan dapat bersaing lebih kompetitif dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat Dusun Kelapo.

Keywords: Kerupuk Udang Satang, Kualitas Kemasan, Strategi Pemasaran Digital, UMKM Dusun Kelapo, Desa Riding Panjang.

PENDAHULUAN

Dusun Kelapo, yang terletak di Desa Riding Panjang, Kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, merupakan sebuah dusun yang dihuni oleh sekitar 50 kepala keluarga. Seluruh warga di dusun ini memeluk agama Islam dan terlibat dalam berbagai kegiatan ekonomi, dengan mayoritas bekerja sebagai petani (45%), buruh tani (30%), nelayan (20%), dan pekerja harian (5%). Dusun Kelapo terletak sekitar 80 km dari Rumah Sehat Baznas-Timah di Kota Pangkalpinang, yang memerlukan waktu perjalanan sekitar 120 menit melalui jalur darat. Akses menuju dusun ini melalui jalan tanah puru berbatu, sehingga cukup berbahaya bagi pengendara sepeda motor (Baznas Babel, 2017).

Dusun Kelapo mempunyai sumber daya alam yang menjanjikan, salah satunya adalah udang satang yang banyak ditemukan di sungai-sungai sekitar dusun (Babel Pos, 2024). Udang ini, yang juga dikenal sebagai udang galah (*Macrobrachium rosenbergii*), mempunyai nilai ekonomi yang tinggi jika dikelola dengan baik (Ismi & Wijaya, 2022). Menyadari potensi ini, Ibu Rohana sebagai pengusaha lokal, mulai mengolah udang satang menjadi produk kemplang atau kerupuk udang satang. Kerupuk ini tidak hanya mencerminkan kearifan lokal, namun juga menawarkan peluang bisnis yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga Dusun Kelapo.

Walaupun demikian, Produk ini belum berkembang dengan baik disebabkan oleh dua hal, yakni kemasan/*packaging* produk yang kurang atraktif dan pemasaran/*marketing* produk yang terbatas.

Tim Kuliah Kerja Nyata Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung (KKN Unmuh Babel), mengambil peran aktif dalam mendukung pengembangan produk kerupuk ini. Upaya tim berfokus pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dusun Kelapo melalui inovasi dalam pengemasan/*packaging process* dan *marketing* produk kerupuk udang satang. Felicia *et al.* (2024), Sonya & Syafutra (2024), Panita *et al.* (2024), dan Nisa *et al.* (2023) menyatakan bahwa *packaging* yang atraktif dan *marketing* produk yang meluas, mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Program pemberdayaan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk, sehingga tidak hanya menarik konsumen lokal tetapi juga memperluas jangkauan pasar ke daerah lain. Dengan demikian, kerupuk udang satang diharapkan dapat mencapai daya saing yang lebih tinggi di pasar.

METODE

Program pemberdayaan ini dilakukan selama satu bulan, mulai 25 Juli s.d. 23 Agustus 2024 di UMKM Dusun Kelapo (koordinat GPS: 1°44'15.9"S 105°48'00.9"E), dengan memakai metode wawancara tidak

terstruktur/*unstructured interviews* dan pendampingan/*mentoring*. *Unstructured interviews* merupakan jenis wawancara/*interview* yang dilakukan secara bebas, di mana panduannya hanya berisi pokok-pokok masalah yang akan dibahas (Syafutra *et al.*, 2024; Syafutra, Apriyani, Fatmawati, *et al.*, 2023; Syafutra, Handayani, *et al.*, 2023; Syafutra, Apriyani, Heri, *et al.*, 2023). Sedangkan *mentoring* adalah proses di mana bimbingan, dukungan, dan bantuan diberikan oleh seseorang atau grup kepada orang atau grup lain untuk meraih tujuan tertentu atau menyelesaikan masalah yang ada (Felicia *et al.*, 2024; Sonya & Syafutra, 2024; Panita *et al.*, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim KKN Unmuh Babel melaksanakan *unstructured interviews* kepada Ibu Rohana selaku pemilik UMKM Dusun Kelapo. Sebelum melaksanakan *interview*, tim membantu Ibu Rohana dkk. mengolah udang satang menjadi kerupuk (Gambar 1). Selain itu, sejak beberapa hari yang lalu, tim telah menemui Kepala Desa Riding Panjang dan Kepala Dusun Kelapo dalam rangka mendapatkan persetujuan melaksanakan program pemberdayaan ini di dusun tersebut.



Gambar 1. Tim KKN Unmuh Babel membantu Ibu Rohana dkk. mengolah udang satang menjadi kerupuk (atas: Ibu Rohana membuat adonan, tengah: tim membungkus adonan, bawah: tim mengukus adonan)

Berdasarkan hasil *interview*, diketahui bahwa produk kerupuk udang satang belum berkembang dengan baik disebabkan oleh dua hal, yakni *packaging* produk yang kurang atraktif dan *marketing* produk yang terbatas. Hasil *interview* tersebut menjadi landasan yang meneguhkan tim KKN Unmuh Babel agar *mentoring* harus cepat diimplementasikan. Pasca *unstructured interviews*, tim segera melaksanakan *mentoring* untuk menyelesaikan dua hal tersebut. *Mentoring* yang diberikan tim berupa *mentoring* pembuatan *packaging* produk dan *mentoring* pemasaran/*marketing* produk melalui *platform digital*.

Sebelum *mentoring*, produk kerupuk udang satang tidak mempunyai wadah. Pasca *mentoring*, produk ini akhirnya mempunyai wadah berupa *packaging* plastik bersegel dan berlabel atraktif (Gambar 2). Desain label

packaging produk kerupuk udang satang dibuat dengan menggunakan aplikasi Canva, yang dapat dilihat pada Gambar 3.

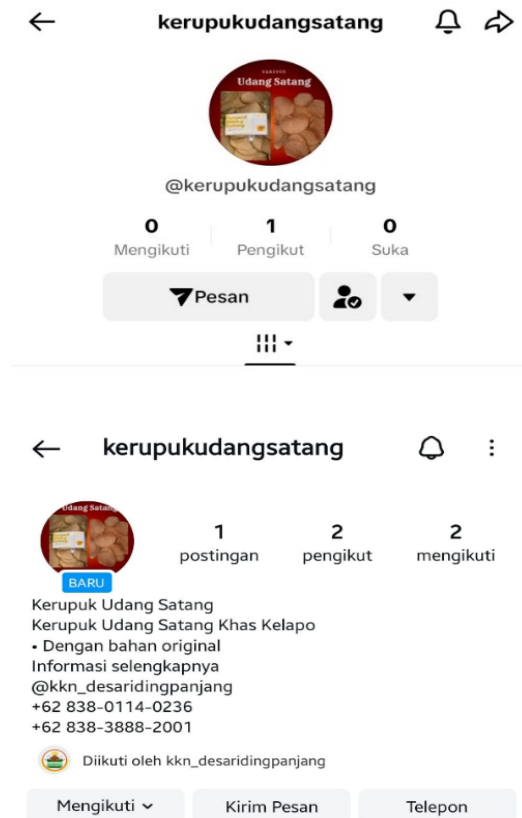


Gambar 2. *Packaging* produk kerupuk udang satang, sebelum (atas) dan sesudah (bawah) *mentoring*

Sebelum *mentoring*, produk kerupuk udang satang hanya dipasarkan dengan cara *door to door*. Pasca *mentoring*, produk ini mempunyai *platform digital* untuk *marketing* berupa akun TikTok dan Instagram (Gambar 4). Produk kerupuk udang satang dipasarkan dengan harga Rp35.000 untuk *packaging* 500 g.



Gambar 3. Desain label *packaging* produk kerupuk udang satang



Gambar 4. *Platform digital* untuk *marketing* produk kerupuk udang satang berupa akun TikTok (atas) dan Instagram (bawah)

SIMPULAN

Melalui program pemberdayaan ini, produk kerupuk udang satang mempunyai *packaging* yang atraktif dan *platform digital* yang dapat memasarkan produk secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kepala Desa Riding Panjang, Kepala Dusun Kelapo, dan Ibu Rohana selaku pemilik UMKM Dusun Kelapo, yang telah memberikan dukungan pada program pemberdayaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Babel Pos. (2024, August 29). *Pelestarian Lingkungan dan Pengelolaan Kekayaan Alam, Kunci Kemajuan UMKM di Kampung Kelapo*. Babel Pos. <https://babelpos.bacakoran.co/read/7361/pelestarian-lingkungan-dan-pengelolaan-kekayaan-alam-kunci-kemajuan-umkm-di-kampung-kelapo>
- Baznas Babel. (2017, September 28). *Survey Titik LLG ke Dusun Kumpai dan Kelapo Kab. Bangka*. Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (Baznas Babel). <https://baznasbabel.com/2017/09/28/survey-titik-llg-ke-dusun-kumpai-dan-kelapo-kab-bangka/>
- Felicia, T. S., Almira, Saputri, N., & Syafutra, R. (2024). Peningkatan kualitas kemasan dan strategi pemasaran produk Madu Ratu Riden. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 541–546. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/14852>
- Ismi, N., & Wijaya, T. (2022, October 15). *Udang Galah dan Pudarnya Simbol Kemakmuran Masyarakat Melayu*. Mongabay Indonesia. <https://www.mongabay.co.id/2022/10/15/udang-galah-dan-pudarnya-simbol-kemakmuran-masyarakat-melayu/>
- Nisa, S. I., Anita, N., Kurniasih, F., Nugraheni, F., Puspitasari, W., Ranti, K. A., Akbar, A., Ramdani, A. A. R., Kamal, A., Fatmawati, F., & Syafutra, R. (2023). Assistance in repackaging and digital marketing for shrimp floss businesses to expand market reach. *Community Empowerment*, 8(12), 2157–2163. <https://doi.org/10.31603/ce.10795>
- Panita, S., Dewi, W., Hakim, Z., & Syafutra, R. (2024). Developing packaging quality and marketing strategy for the product of Kopi Arabika Ran-Aini. *Community Empowerment*, 9(2), 322–326. <https://doi.org/10.31603/ce.10821>
- Sonya, T., & Syafutra, R. (2024). Pengembangan kualitas kemasan dan strategi pemasaran produk Madu Kelulut Kite. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 457–461. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/14720>
- Syafutra, R., Apriyani, R., Fatmawati, F., Febriyani, R., Sakti, M. Y. G., & Kurbiyanto, A. (2023). Mitigating conflict between human and long-tailed macaque in Balun Ijuk Village, Bangka Regency. *Community Empowerment*, 8(12), 2164–2168. <https://doi.org/10.31603/ce.8947>
- Syafutra, R., Apriyani, R., Heri, Karsina, L., & Wulan, N. A. N. (2023). Mitigasi konflik manusia-buaya muara di Desa

Kayu Besi dan Bukit Layang, Kabupaten Bangka. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 4(1), 565–572.

<https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/881>

Syafutra, R., Handayani, H., Alamsyah, Z., Ahka, R., Saputra, F. D., & Safitri, M. (2023). Mitigasi konflik manusia-buaya muara di Kelurahan Semabung Lama dan Pasir Putih, Kota Pangkalpinang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1512–1517. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/13448>

Syafutra, R., Handayani, H., Wulandari, F., Kamal, A., Arahmaan, R., Husin, T. D., Apriyani, R., Fatmawati, Febriyani, R., Sakti, M. Y. G., & Kurbiyanto, A. (2024). Mitigasi konflik manusia-monyet ekor panjang di Pulau Bangka (studi kasus di Desa Air Duren, Kemuja, dan Jada Bahrin). *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 278–283. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/10814>