

## **OPTIMALISASI PENJUALAN IKAN SALAI BERBASIS DIGITAL MARKETING PADA UMKM KELUARGA MAJU BERSAMA DI KABUPATEN LAHAT**

**Heri Fitriadi<sup>1)</sup>, Arief Zikry<sup>2)</sup>, Muhammad Sulkhani Nurfatih<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Serelo Lahat,

<sup>2, 3)</sup> Fakultas Ilmu Komputer Universitas Serelo Lahat,

*heri.fitriadi@unsela.ac.id*

### **Abstract**

The community service conducted at UMKM Keluarga Maju Bersama in Lahat Regency aims to enhance the quality and competitiveness of smoked fish products through the application of technological innovations and strengthening business management. The program also emphasizes product differentiation and the establishment of a distinctive brand identity, ensuring that the smoked fish products stand out in the market. Additionally, this project aims to foster sustainable business practices by educating MSME owners on efficient production techniques and resource management. The main issues faced include low packaging quality and ineffective marketing strategies, making the products struggle to compete in the market. The methods employed include a quantitative approach with a descriptive design, data collection through observation, interviews, and questionnaires, and statistical descriptive and inferential analysis. The results indicate that the implementation of a smokehouse and vacuum sealer significantly improved product quality and attractiveness, as well as extending the shelf life of smoked fish. Furthermore, digital marketing training enhanced the partners' understanding and skills in promoting their products, leading to a 50% increase in sales over six months. Thus, this community service activity successfully created a model for developing MSMEs based on technology and digital marketing.

*Keywords: UMKM, inovasi teknologi, pemasaran digital, ikan salai.*

### **Abstrak**

Pengabdian masyarakat yang dilakukan di UMKM Keluarga Maju Bersama, Kabupaten Lahat, bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk ikan salai melalui penerapan inovasi teknologi dan penguatan manajemen usaha. Program ini juga menitikberatkan pada diferensiasi produk dan pembentukan identitas merek yang khas, sehingga produk ikan salai mampu menonjol di pasaran. Selain itu, proyek ini bertujuan untuk mendorong praktik bisnis berkelanjutan dengan memberikan edukasi kepada pemilik UMKM tentang teknik produksi yang efisien dan pengelolaan sumber daya. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi rendahnya kualitas kemasan dan strategi pemasaran yang kurang efektif, sehingga produk sulit bersaing di pasar. Metode yang digunakan mencakup pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif, pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, serta analisis deskriptif dan inferensial secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan rumah pengasapan dan vacuum sealer secara signifikan meningkatkan kualitas dan daya tarik produk, serta memperpanjang masa simpan ikan salai. Selain itu, pelatihan pemasaran digital meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mempromosikan produk mereka, sehingga terjadi peningkatan penjualan sebesar 50% dalam enam bulan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menciptakan model pengembangan UMKM berbasis teknologi dan pemasaran digital.

*Keywords: MSMEs, technological innovation, digital marketing, smoked fish.*

## PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam membantu mengatasi berbagai permasalahan yang ada di lingkungan sekitar (Ismawan, Tullah, Fauzan, & Asbari, 2022). Pada konteks ini, pengabdian yang dilakukan pada UMKM Keluarga Maju Bersama di Kabupaten Lahat bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk ikan salai melalui penerapan inovasi teknologi dan penguatan manajemen usaha. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM produksi ikan ini adalah kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital dan metode manajemen modern (Wodi & Cahyono, 2022), sehingga daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas menjadi terbatas. Kondisi ini tidak hanya dialami oleh UMKM Keluarga Maju Bersama, tetapi juga oleh banyak UMKM pengolahan ikan salai di Kabupaten Lahat, yang menghadapi keterbatasan akses ke pasar serta pengetahuan yang minim mengenai strategi pemasaran digital.

Permasalahan utama yang ditemukan adalah rendahnya kualitas pengemasan produk yang dihasilkan serta tidak efektifnya strategi pemasaran yang diterapkan. Produk ikan salai dari UMKM Keluarga Maju Bersama, meskipun memiliki kualitas rasa yang baik, masih kesulitan bersaing dengan produk lain di pasar nasional. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh pengemasan yang kurang menarik serta terbatasnya jangkauan pemasaran akibat minimnya pemahaman akan teknik pemasaran digital (Boom-Cárcamo, Molina-Romero, Galindo-Angulo, & Restrepo, 2024). Sebagai solusi, perlu dilakukan optimalisasi produksi dengan penerapan teknologi modern, seperti

penggunaan mesin smokehouse dan vakum sealer, serta penerapan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk di pasar yang lebih luas (Dharma, Lasmawan, & Suastika, 2022).

Adapun tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kualitas produksi dan pengemasan produk ikan salai agar sesuai dengan standar pasar yang lebih luas. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk merancang strategi pemasaran digital yang dapat membantu UMKM Keluarga Maju Bersama memperluas jangkauan pasar mereka. Pengembangan strategi pemasaran berbasis digital diharapkan dapat membantu UMKM ini untuk lebih dikenal dan diterima di pasar lokal, nasional, bahkan internasional. Strategi pemasaran digital yang efektif mencakup pemanfaatan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, serta platform e-commerce untuk meningkatkan eksposur produk (Khanom, 2023).

Kajian teoritis yang melandasi penelitian ini mengacu pada konsep manajemen UMKM dan strategi pemasaran digital. Peningkatan kualitas produk melalui inovasi teknologi menjadi langkah awal yang sangat penting dalam memperkuat daya saing di pasar. Daya saing dapat dicapai melalui keunggulan biaya atau diferensiasi produk (Jerab & mabrouk, 2023). Pada kasus UMKM Keluarga Maju Bersama, diferensiasi produk yang ditawarkan terletak pada kualitas ikan salai yang memiliki cita rasa unik, namun masih memerlukan inovasi dalam pengemasan agar produk terlihat lebih menarik di mata konsumen. Selain itu, penerapan pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang dapat memperluas akses pasar, bahwa

digital marketing memiliki potensi besar dalam meningkatkan jangkauan dan keterlibatan konsumen (Dašić, Vučić, Turčinović, & Tošić, 2023).

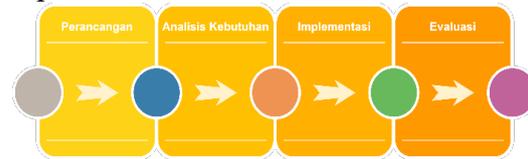
Hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian ini adalah adanya peningkatan kualitas produk dan pengemasan, serta meningkatnya pemahaman mitra dalam pengelolaan pemasaran digital. Dengan demikian, UMKM Keluarga Maju Bersama diharapkan mampu memperluas pasar mereka dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan memberikan kontribusi dalam bentuk publikasi ilmiah, luaran berupa video kegiatan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia mitra melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif. Manfaat jangka panjang dari pengabdian ini adalah terciptanya model pengembangan UMKM berbasis teknologi dan digital marketing yang dapat diadopsi oleh UMKM lain di Kabupaten Lahat, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan sektor perikanan lokal.

Melalui pengabdian ini, diharapkan UMKM Keluarga Maju Bersama dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas, sekaligus memberikan contoh sukses bagi UMKM lain di Indonesia dalam memanfaatkan teknologi dan digitalisasi untuk mengatasi tantangan pasar yang semakin kompleks.

## METODE

Metode penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan seperti ditunjukkan pada Gambar 1 yang dirancang untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan dalam pencapaian tujuan penelitian. Pada dasarnya, metode ini mencakup rancangan penelitian,

populasi dan sampel yang digunakan, teknik pengumpulan data serta pengembangan instrumen, dan teknik analisis data. Setiap tahapan yang dilalui dirancang secara rinci untuk memaksimalkan hasil penelitian dan memastikan validitas data yang diperoleh.



Gambar 1: Metode Perancangan PkM

Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif. Selain itu, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei lapangan guna mendapatkan data yang representatif dari populasi yang diteliti.

Populasi penelitian terdiri dari pelaku UMKM yang ada di wilayah penelitian, dengan kriteria tertentu yang relevan dengan topik kajian. Sampel dipilih secara purposive, di mana subjek yang dipilih adalah yang dianggap paling relevan untuk memberikan data yang dibutuhkan. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan memperhatikan karakteristik spesifik dari populasi, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya di lapangan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan kuesioner tertutup. Observasi digunakan untuk mengamati langsung kondisi lapangan, sementara wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi lebih detail dari informan

yang berperan penting dalam penelitian. Kuesioner tertutup digunakan untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik. Instrumen penelitian dikembangkan berdasarkan teori yang relevan dan diuji coba terlebih dahulu untuk memastikan kehandalan dan validitasnya.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan inferensial, yang bertujuan untuk menganalisis data kuantitatif yang telah dikumpulkan. Analisis statistik ini akan memberikan gambaran umum tentang data serta memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis penelitian. Penggunaan software statistik membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil analisis dapat disajikan secara lebih akurat dan efisien.

Dalam penelitian ini, tidak hanya instrumen pengumpulan data yang menjadi perhatian, tetapi juga alat-alat dan bahan yang digunakan selama proses penelitian. Alat-alat yang digunakan memiliki spesifikasi tinggi, seperti perangkat lunak statistik yang digunakan untuk analisis data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM Keluarga Maju Bersama di Kabupaten Lahat. Secara garis besar, penggunaan alat mekanis dapat memaksimalkan segala aspek seperti lahan (Asri Elies Alamanda, Sony, Firnanda, Isnainiyah, & Putriani, 2024) termasuk juga pemasaran. Berikut adalah hasil-hasil yang diperoleh berdasarkan beberapa aspek yang menjadi fokus dalam kegiatan ini.

### Peningkatan Kualitas Produk

Penggunaan mesin smokehouse gas dan vakum sealer oleh UMKM Keluarga Maju Bersama meningkatkan kualitas dan konsistensi ikan salai, serta membuat pengemasan lebih tahan lama dan profesional, sehingga meningkatkan daya saing di pasar.



Gambar 2: Teknologi Smokehouse

Vakum sealer memperpanjang umur simpan dan meningkatkan daya tarik kemasan, melindungi ikan salai dari kontaminasi, serta memberi kesan profesional, sehingga meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen.



Gambar 3: Penggunaan Vacum Sealer

Setelah penerapan teknologi, uji coba menunjukkan daya simpan ikan salai Keluarga Maju Bersama meningkat dua kali lipat, dengan survei konsumen menunjukkan kepuasan tinggi terhadap rasa, aroma, dan kemasan.



### Peningkatan Pengetahuan Pemasaran

Pelatihan pemasaran digital membantu UMKM Keluarga Maju Bersama memahami dan menerapkan strategi pemasaran produk secara efektif melalui teori dan praktik langsung.

Peserta pelatihan kini aktif menggunakan Instagram, Facebook, dan TikTok, membuat konten menarik seperti video produksi ikan salai. Mereka juga dibantu membuat akun bisnis yang lebih profesional, menarik perhatian konsumen baru.



Gambar 5: Penggunaan Facebook

Pelatihan fokus pada pengembangan identitas merek, seperti branding, logo, dan kemasan, yang membantu UMKM Keluarga Maju Bersama membedakan produk mereka. Enam bulan setelah pelatihan, penjualan meningkat 50%, dengan banyak konsumen baru menjadi pelanggan setia. Secara keseluruhan, kegiatan PkM berdampak positif, meningkatkan teknologi, pemasaran, dan manajemen usaha.

### Produk Teknologi dan Inovasi (Hard dan Soft)

Mesin smokehouse gas meningkatkan efisiensi pengasapan ikan salai dengan proses lebih cepat, kapasitas produksi lebih besar, dan kualitas rasa lebih konsisten. Vakum sealer memperpanjang umur simpan, menjaga kesegaran, dan membuat kemasan lebih menarik, meningkatkan daya tarik konsumen.

Pelatihan pemasaran digital membekali peserta dengan pengetahuan tentang penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk, membantu UMKM menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan.

Penerapan teknologi di UMKM Keluarga Maju Bersama melibatkan partisipasi aktif masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan. Masyarakat antusias berpartisipasi, terutama dalam penggunaan mesin smokehouse dan vakum sealer, memastikan inovasi diterima dan diimplementasikan dengan baik untuk meningkatkan produktivitas.

### Impact (Kebermanfaatan dan Produktivitas)

Penerapan teknologi di UMKM Keluarga Maju Bersama meningkatkan kualitas produk ikan salai dengan penggunaan mesin smokehouse dan vakum sealer, memperpanjang daya simpan, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Pengetahuan mitra tentang pemasaran digital dan manajemen usaha juga berkembang, membuka peluang pasar lebih luas, baik lokal maupun online. Dari segi produktivitas, efisiensi produksi meningkat, memungkinkan lebih banyak output dalam waktu singkat. Strategi pemasaran digital juga mendorong peningkatan penjualan dan pendapatan usaha.

Inovasi dalam pengemasan produk ikan salai di UMKM Keluarga

Maju Bersama melibatkan penggunaan mesin vakum sealer seperti ditunjukkan pada Gambar 6, yang meningkatkan kualitas pengemasan secara signifikan. Sebelumnya, pengemasan manual tidak mempertimbangkan kebersihan dan ketahanan, mengakibatkan penurunan kualitas.



**Gambar 6: Penggunaan Vacum Sealer**

Dengan vakum sealer, udara di dalam kemasan dihilangkan, melindungi produk dari kontaminasi dan oksidasi, sehingga meningkatkan masa simpan, kesegaran, dan keamanan. Tampilan kemasan yang lebih rapi dan modern juga meningkatkan daya tarik visual produk bagi konsumen.

Inovasi dalam pengemasan produk ikan salai juga mencakup desain kemasan yang lebih menarik dan fungsional. Mitra UMKM dibimbing untuk memahami pentingnya estetika dan informasi dalam desain. Sebelumnya, kemasan produk sangat sederhana dan kurang informatif. Oleh karenanya dukungan dari pemerintah dan kalangan akademisi diperlukan untuk memberikan pendampingan dan pembinaan kepada suatu kelompok (Kurniati, Dolorosa, Nugraha, Permatasari, & Sukiyono, 2024) yang dalam pengabdian kali ini, UMKM Keluarga Maju Bersama. Kini, kemasan dirancang secara profesional

menggunakan material yang lebih kuat dan tahan lama, meningkatkan daya tarik dan kualitas produk.

## **SIMPULAN**

Pengabdian yang dilakukan bersama UMKM Keluarga Maju Bersama di Kabupaten Lahat telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk ikan salai. Dengan inovasi pengemasan menggunakan teknologi vakum sealer, produk kini lebih higienis dan memiliki masa simpan yang lebih lama. Selain itu, pelatihan pemasaran digital telah membantu mitra memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan platform e-commerce. Implementasi teknologi ini sangat penting dalam meningkatkan kualitas produk dan efektivitas pemasaran.

Untuk memaksimalkan hasil dari program pengabdian yang telah dilakukan, penting untuk memberikan rekomendasi yang konstruktif dan strategis bagi UMKM Keluarga Maju Bersama. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi mitra dalam menerapkan inovasi yang telah diperkenalkan serta mendorong pengembangan usaha menuju arah yang lebih berkelanjutan dan kompetitif. Dengan menyadari bahwa dinamika pasar terus berubah dan kebutuhan konsumen semakin beragam, UMKM perlu beradaptasi dan meningkatkan kemampuan mereka. Berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan referensi:

1. Untuk mempertahankan keberhasilan yang telah diraih, perlu ada pendampingan berkelanjutan dalam penerapan pemasaran digital yang konsisten. Pelatihan lanjutan mengenai strategi branding dan pembuatan konten pemasaran kreatif harus terus dilakukan

agar mitra dapat memaksimalkan potensi pasar digital.

2. Diharapkan mitra UMKM dapat mengurus sertifikasi produk, seperti sertifikat halal atau izin dari BPOM, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas potensi pemasaran, termasuk ke pasar ekspor.

3. Selain fokus pada pengembangan produk ikan salai, mitra disarankan untuk melakukan diversifikasi dengan mengolah produk ikan lainnya, sehingga dapat menawarkan lebih banyak pilihan kepada konsumen dan meningkatkan variasi pendapatan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian ini terlaksana berkat bantuan Dana Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahap Kedua Tahun Anggaran 2024 yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dengan nomor kontrak: 968/LL2/AL.04/PM/2024. Kami mengucapkan terima kasih kepada Dirjen Dikti yang telah memberikan dukungan dana, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar. Dukungan ini memungkinkan kami untuk melaksanakan kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat dan mewujudkan tujuan dari program pengabdian di UMKM Keluarga Maju Bersama di Kota Lahat Provinsi Sumatera Selatan Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

Asri Elies Alamanda, A. S., Sony, S.,  
Firnanda, B., Isnainiyah, S. N.,  
& Putriani, Y. H. (2024).  
PEMANFATAN LAHAN

PEKARANGAN MELALUI  
PROGRAM PEKARANGAN  
PANGAN LESTARI DI DESA  
SENDANGHARJO

KECAMATAN NGASEM  
KABUPATEN BOJONEGORO.  
*Martabe : Jurnal Pengabdian  
Kepada Masyarakat*, 4409-4414.

Boom-Cárcamo, E., Molina-Romero,  
S., Galindo-Angulo, C., &  
Restrepo, M. d. (2024). Barriers  
and Strategies for Digital  
Marketing and Smart Delivery  
in Urban Courier Companies in  
Developing Countries. *Journal  
of the Knowledge Economy*, 1-  
30.

Dašić, D., Vučić, V., Turčinović, Ž., &  
Tošić, M. (2023). DIGITAL  
MARKETING - MARKETING  
OPPORTUNITIES AND THE  
POWER OF DIGITAL  
CONSUMERS. *Economics of  
Agriculture*, 70(4), 1187-1199.

Dharma, I. M., Lasmawan, I. W., &  
Suastika, I. N. (2022). Digital  
Technology To Improve  
Marketing Strategy In The Era  
Of Pandemic Covid-19. *The ES  
Economy and Entrepreneurship*,  
1(2), 41-48.

Ismawan, D., Tullah, N. H., Fauzan, D.  
A., & Asbari, M. (2022).  
Community Service in the  
Higher Education Environment.  
*Journal of Community Service  
and Engagement (JOCOSAE)*,  
34-43.

Jerab, D., & mabrouk, T. (2023).  
Strategic Excellence: Achieving  
Competitive Advantage through  
Differentiation Strategy. *SSRN  
Electronic Journal*, 1-15.

Khanom, M. T. (2023). Using Social  
Media Marketing in the Digital  
Era: A Necessity or a Choice.  
*Research in Business & Social  
Science*, 12(3), 88-98.

- Kurniati, D., Dolorosa, E., Nugraha, A., Permatasari, N., & Sukiyono, K. (2024). PELATIHAN PENGELOLAAN RISIKO USAHATANI DI KECAMATAN SUNGAI KAKAP. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4421-4427.
- Wodi, S. I., & Cahyono, E. (2022). Application of Fishery Products Diversification as an Effort to Increase Fish Consumption for the Community of Birahi, South Tabukan. *Jurnal Ilmiah Tatengkorang*, 6(1), 1-6.