

# Peningkatan UMKM Olahan Ikan Teri Minang Rua di Desa Klawi Bakauheni Lampung Selatan

Indera<sup>1)\*</sup>, Suhendro Yusuf Irianto<sup>2)</sup>, Sushanty Saleh<sup>3)</sup>, Endang Astitin<sup>4)</sup>

<sup>1)2)3)4)</sup> Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung

<sup>1)</sup> [indera@darmajaya.ac.id](mailto:indera@darmajaya.ac.id)

<sup>2)</sup> [suhendroirianto@gmail.com](mailto:suhendroirianto@gmail.com)

<sup>3)</sup> [sushantysaleh@darmajaya.ac.id](mailto:sushantysaleh@darmajaya.ac.id)

<sup>4)</sup> [1811010027.1811010027@darmajaya.ac.id](mailto:1811010027.1811010027@darmajaya.ac.id)

Jejak artikel:

**Abstrak**

Unggah artikel 6 Mei 2023;  
Perbaikan 8 Mei 2023;  
DiTerima 9 Mei 2023;  
Tersedia online 10 Mei 2023

Kata kunci:

Bakauheni  
Kemasan  
Pemesanan Online  
UMKM

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian kepada Masyarakat. PKM ini dilakukan di UMKM olahan ikan Teri Minang Rua pada desa Klawi Bakauheni Lampung Selatan. Dengan kegiatan ini dapat membantu para pelaku UMKM Minang Rua dalam meningkatkan UMKM. Masalah yang terdapat di UMKM Olahan Ikan Teri Minang Rua, Bakauheni, Lampung Selatan sebagai berikut kemasan yang masih kurang menarik sehingga kurang cocok dengan produk, pemesanan dan penjualan masih dilakukan langsung di tempat. Hasil yang diperoleh untuk memberikan solusi dan inovasi pada UMKM Olahan Ikan Teri sebagai berikut: pembuatan stiker logo produk yang menarik serta peningkatan kemasan lebih baik dari sebelumnya supaya konsumen tertarik, melakukan pemesanan dan penjualan produk dapat dilakukan secara online melalui sosial media maupun *offline* di Pantai Minang Rua. Serta pembuatan link tree yang bertujuan untuk memudahkan konsumen jika ingin memesan produk secara online melalui sosial media dan dapat menjangkau pemasaran produk lebih luas.

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM memiliki peran penting dalam kemajuan perekonomian di Indonesia (Silaban et al., 2021). Masyarakat bisa hidup mandiri secara finansial berkat adanya UMKM (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Lampung, 2018). Mungkin banyak orang belum menyadari bahwa adanya UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) berperan besar dalam kehidupan kita sehari-hari sebagai rakyat negara Indonesia (Prahesti, 2022). Melekatnya eksistensi UMKM sudah ada di lingkungan sekitar kita sejak dahulu kala. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, mendefinisikan UMKM sebagai Usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) (Presiden Republik Indonesia, 2008). Desa Kelawi adalah salah satu Desa yang berada di Kecamatan Bakauheni Lampung Selatan. Desa kelawi mempunyai 9 dusun, tiga dusun diantaranya merupakan Garis pantai yang terbentang kurang lebih 10 Km. Alamat lengkapnya yaitu Jln. Pariwisata Dusun Minang Rua RT/RW 001/005 Desa Kelawi Kecamatan Bakauheni (Pemkab Lampung Selatan, 2023)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian kepada Masyarakat. PKM ini dilaksanakan di desa Klawi Bakauheni Lampung Selatan, tepatnya pada UMKM olahan ikan Teri Minang Rua. Permasalahan yang terjadi di UMKM Olahan Ikan Teri Minang Rua memiliki kemasan produk yang kurang menarik, serta penjualan dan pemesanan produk masih dilakukan di tempat. Dengan begitu jangkauan penjualan masih terbatas hanya dilakukan oleh masyarakat di sekitar Bakauheni. Efektivitas terhadap online marketing merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target yang telah dicapai oleh suatu manajemen dimana yang diatur disini menggunakan pemasaran secara digital (Waziana et al., 2022) (Crick & Crick, 2020). Saat ini telah banyak perusahaan yang memilih media online sebagai metode

\* Corresponding author

pemasarannya(Bouwman et al., 2019). Beberapa media yang sering digunakan adalah facebook,twitter, instagram, dan lain-lain. Dengan menggunakan media tersebut perusahaan akan bisa mencapai target pasar mereka(Anugrah, 2020).

Dari permasalahan di atas, perlu adanya perbaruan kemasan produk bertujuan kemasan lebih menarik daya beli konsumen, sedangkan dengan adanya penjualan dan pemesanan dilakukan secara online bertujuan memperluas jangkauan penjualan sehingga bukan masyarakat setempat saja yang menjadi konsumen namun di luar Bakauheni dapat melakukan pemesanan produk olahan ikan Teri pada UMKM Minang Rua. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini membantu meningkatkan UMKM olahan ikan Teri Minang Rua.

## II. METODE

Dalam kegiatan ini metode pelaksanaan yang dilakukan dengan langsung memberi pelatihan dan arahan antara lain:

1. Pengenalan kepada UMKM bagaimana membuat *packaging* yang menarik
2. Membuat Konsep logo dengan membuat konsep tanpa menghilangkan ciri dari UMKM yaitu tetap menampilkan gambar siger yang melambangkan produk tersebut merupakan khas provinsi Lampung, serta ada gambar pantai yang menjadi objek wisata khas Minang Rua dan tidak lupa menambahkan logo Minang Rua supaya pelanggan tahu bahwa produk tersebut berasal dari Minang Rua. Lalu ditambahkan sedikit gambar ikan sesuai dengan produk nya yaitu ikan Teri.
3. Desain logo tersebut menggunakan aplikasi Adobe Photoshop.
4. Untuk kemasan produk yang sederhana ditingkatkan dengan mencari kemasan yang dinilai cocok untuk produk olahan ikan Teri yang berminyak, bagaimana menentukan kemasan yang tidak basah atau tidak rusak untuk menyimpan ikan Teri dalam jangka waktu tertentu.
5. Memberikan arahan bagaimana melakukan digital marketing sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan UMKM
6. Membuatkan media penjualan online untuk UMKM Minang Rua

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:

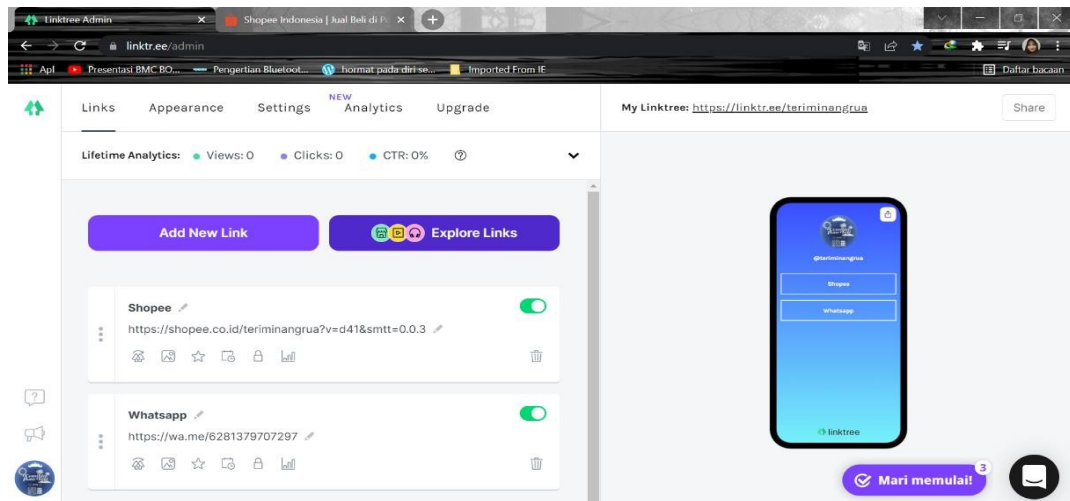
1. Stiker logo produk yang menarik serta peningkatan kemasan lebih baik dari sebelumnya supaya konsumen tertarik untuk membeli produk baik secara online maupun offline di Pantai Minang Rua.
2. Dibuatkan media penjualan online untuk memudahkan konsumen jika ingin memesan produk secara online melalui sosial media.

Berikut hasil desain stiker logo serta peningkatan kemasan produk Olahan Ikan Teri khas Minang Rua sebagai berikut:



Gambar 1 Kemasan Teri khas Minang Rua

Hasil pembuatan media penjualan online untuk memudahkan dalam pemesanan produk Ikan Teri khas Minang Rua sebagai berikut:



Gambar 2 Media penjualan online

#### IV. KESIMPULAN

1. Kesimpulan
  - a. UMKM Olahan Teri khas Minang Rua merupakan produk cemilan Desa Kelawi, Bakauheni, Lampung Selatan. Masalah yang terdapat pada UMKM Olahan Teri khas Minang Rua sebagai berikut: kemasan produk yang masih kurang menarik dan penjualan masih dilakukan secara *offline*.

- b. Belum adanya *link* untuk memesan produk. Lalu sekarang sudah diberikan inovasi Stiker logo, peningkatan kemasan yang lebih baik serta link tree untuk memudahkan konsumen memesan produk tersebut secara *online*.

## 2. Saran

UMKM Olahan Ikan Teri Desa Kelawi kecamatan Bakauheni, Lampung Selatan diharapkan dapat menggunakan inovasi yang sudah berikan, serta dapat meningkatkan UMKM ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2).
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Crick, J. M., & Crick, D. (2020). Coopetition and COVID-19: Collaborative business-to-business marketing strategies in a pandemic crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 206–213. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.016>
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Lampung. (2018). *42 UMKM Lampung peroleh Standarisasi Produk*. <https://Koperasiukm.Lampungprov.Go.Id/Detail-Post/42-Umkm-Lampung-Peroleh-Standarisasi-Produk>. <https://koperasiukm.lampungprov.go.id/detail-post/42-umkm-lampung-peroleh-standarisasi-produk>
- Pemkab Lampung Selatan. (2023). *Kecamatan Bakauheni - Pemkab Lampung Selatan*. <https://www.lampungselatankab.go.id/web/kecamatan-bakauheni-2/>
- Prahesti, J. (2022). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Tangerang*. <https://repository.uinbanten.ac.id>
- Presiden Republik Indonesia. (2008, July 4). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Silaban, B., Yanti, L. D., Symbolon, S., Tholok, F. W., Sugandha, & Herijawati, E. (2021). Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Perbaikan Pengelolaan Motivasi Wirausaha, Produk & Kemasan UMKM RW 15 Kampung Sejahtera Mandiri (KSM) Teras Pancasila Binaan Dinas Koperasi & UMKM Kota Tangerang, Provinsi Banten. *Abdi Dharma*, 1(1), 7–12.
- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107–112. <https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>