

STRATEGI PEMASARAN IKAN ASIN DI SUNGAI TEBUK KECAMATAN LUBUK BESAR KABUPATEN BANGKA TENGAH

M. Ilham Wira Pratama^{1*}, Nelly Astuti², Muhammad Ikbal Riski³, Idham Kholid⁴, Eva Darmita⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pertiba

e-mail: milhamwirapratama@gmail.com

Abstrak : Kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKN kelompok 9 Kecamatan Lubuk Besar yaitu melakukan kegiatan strategi pemasaran ikan asin di Sungai Tebuk. Dusun Sungai Tebuk merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Lubuk Besar Kecamatan Lubuk Besar. Dusun Sungai Tebuk berada di pesisir pantai yang mempunyai potensi besar dalam sektor perikanan dan kelautan, dimana mayoritas mata pencaharian warga setempat adalah nelayan yang separuh ikannya diolah menjadi ikan asin. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengidentifikasi potensi pasar, tantangan yang dihadapi produsen ikan asin lokal, serta peluang pengembangan usaha di wilayah tersebut. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu menggunakan metode pelatihan yakni kegiatan yang disertai dengan demonstrasi atau percontohan untuk menghasilkan keterampilan tertentu. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi pemasaran ikan asin di Kecamatan Lubuk Besar, Kabupaten Bangka Tengah, telah menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap industri lokal dan masyarakat setempat. Implementasi strategi yang komprehensif, meliputi diversifikasi produk, inovasi dalam pengolahan dan pengemasan, serta perluasan pasar, telah berhasil meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk ikan asin Lubuk Besar.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, UMKM, Ikan Asin

Abstract: Community service activities by KKN students group 9 Lubuk Besar District, one of which is the marketing strategy activity for salted fish in Sungai Tebuk. Sungai Tebuk Hamlet is one of the hamlets in Lubuk Besar Village, Lubuk Besar District. Sungai Tebuk Hamlet is located on the coast which has great potential in the fisheries and marine sectors, where the majority of local residents' livelihoods are fishermen, half of whose fish are processed into salted fish. The purpose of this activity is to identify market potential, challenges faced by local salted fish producers, and opportunities for business development in the area. The method used in this activity is to use the Training method, for example activities accompanied by demonstrations or examples to produce certain skills. The results of the study show that the development of a marketing strategy for salted fish in Lubuk Besar District, Central Bangka Regency, has shown a significant positive impact on the local industry and the local community. The implementation of a comprehensive strategy, including product diversification, innovation in processing and packaging, and market expansion, has succeeded in increasing the competitiveness and added value of Lubuk Besar salted fish products.

Keywords : Marketing Strategy, UMKM, Salted Fish

Article History:

Received	Revised	Published
28 Desember 2024	10 Januari 2025	15 Januari 2025

Pendahuluan

Industri perikanan, khususnya produksi ikan asin, merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian masyarakat. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di sektor ini memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun pelaku UMKM ikan asin Sungai Tebuk menghadapi berbagai masalah di era persaingan yang semakin ketat, ini termasuk persaingan kecil produk sejenis, perubahan preferensi konsumen, dan terbatasnya akses pasar, dan lain-lain.

Dusun Sungai Tebuk merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Lubuk Besar Kecamatan Lubuk Besar. Dusun Sungai Tebuk berada di pesisir pantai yang mempunyai potensi besar dalam sektor perikanan dan kelautan, dimana mayoritas mata pencaharian warga setempat adalah nelayan yang separuh ikannya diolah menjadi ikan asin.

Meskipun mayoritas masyarakat Sungai Tebuk mengelola hasil tangkapan laut menjadi ikan asin tetapi mereka mengalami tantangan di era teknologi yang semakin berkembang yaitu produk yang diolah tidak berkembang pemasarannya. Pelaku UMKM setempat hanya memasarkan produk secara tradisional yaitu di jual ketika ada yang mau membeli, tanpa ada merek, packing yang bagus, dan sebagainya.

Tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk menganalisis dan merumuskan strategi pemasaran yang efektif bagi industri ikan asin di Kecamatan Lubuk Besar, Kabupaten Bangka Tengah. Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pasar, tantangan yang dihadapi produsen ikan asin lokal, serta peluang pengembangan usaha di wilayah tersebut. Selain itu, studi ini juga bertujuan untuk mengevaluasi praktik pemasaran yang ada saat ini, menganalisis preferensi konsumen, dan menemukan cara-cara inovatif untuk meningkatkan daya saing produk ikan asin dari Lubuk Besar di pasar regional maupun nasional. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi konkret bagi para pelaku usaha dan pemangku kepentingan terkait untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, meningkatkan nilai tambah produk, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengembangan industri ikan asin di Kecamatan Lubuk Besar.

Metode

Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan metode pendampingan dan pelatihan misalnya kegiatan yang disertai dengan demonstrasi atau percontohan untuk menghasilkan keterampilan tertentu, Pelatihan ini secara langsung atau tatap muka dengan tema strategi pemasaran yang diikuti oleh masyarakat pelaku UMKM produsen ikan asin, distributor, dan konsumen. Beberapa metode pelaksanaan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang dilaksanakan dalam program Kuliah Kerja Nyata mahasiswa Universitas Pertiba berupa :

- a. Sosialisasi dan Edukasi
- b. Pelatihan Strategi Pemasaran
- c. Pendampingan USaha
- d. Demonstrasi pengemasan produk

Metode ini dilakukan melalui hasil observasi mahasiswa dan wawancara dengan perangkat Desa dalam mengidentifikasi kebutuhan para pelaku UMKM. Hasil observasi tersebut yang dianalisis kemudian digunakan untuk merumuskan rekomendasi strategi pemasaran yang komprehensif dan aplikatif bagi industri khususnya produk ikan asin di Kecamatan Lubuk Besar.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa industri ikan asin di Kecamatan Lubuk Besar memiliki potensi besar namun menghadapi beberapa tantangan dalam pemasarannya. Analisis SWOT mengungkapkan bahwa kekuatan utama terletak pada kualitas produk yang baik dan ketersediaan bahan baku yang melimpah, sementara kelemahan utama meliputi keterbatasan akses pasar dan kurangnya diversifikasi produk. Peluang yang dapat dimanfaatkan mencakup peningkatan permintaan pasar regional dan potensi ekspor, sedangkan ancaman utama berasal dari persaingan dengan produsen dari daerah lain dan fluktuasi harga bahan baku. Preferensi konsumen menunjukkan bahwa faktor kualitas, harga, dan kemasan menjadi pertimbangan utama dalam pembelian ikan asin. Strategi pemasaran yang direkomendasikan agar dapat meningkatkan daya saing produk ikan asin Lubuk Besar, memperluas pangsa pasar, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal yang terlibat dalam industri ini, meliputi:

- Pengembangan branding produk lokal untuk meningkatkan nilai tambah;
- Diversifikasi produk melalui inovasi olahan ikan asin;
- Pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar;
- Penguatan kerjasama dengan distributor dan pengecer di tingkat regional; dan
- Peningkatan kapasitas produsen lokal melalui pelatihan manajemen usaha dan standarisasi kualitas.

Pada bidang keuangan, keuangan desa adalah aspek fundamental dalam pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di tingkat desa. Dalam konteks pemerintahan dan administrasi, keuangan desa merujuk pada pengelolaan dan penggunaan dana yang diperoleh dari berbagai sumber untuk mendukung berbagai kegiatan di desa. Ini mencakup perencanaan anggaran, pelaksanaan program, serta pelaporan dan evaluasi. Pengelolaan keuangan desa yang efektif tidak hanya mendukung pembangunan infrastruktur, tetapi juga memperkuat kapasitas dan kemandirian masyarakat desa.

Dana desa berasal dari berbagai sumber yang dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis utama. Pertama, Dana Desa (DD), yang merupakan dana yang disalurkan oleh pemerintah pusat untuk mendukung pembangunan desa. Dana ini diharapkan bisa digunakan untuk meningkatkan infrastruktur, layanan publik, dan program pemberdayaan masyarakat. Kedua, Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) adalah anggaran tahunan yang direncanakan oleh desa untuk mengalokasikan dana sesuai dengan prioritas dan kebutuhan lokal.

Bagi Hasil Pajak dan Retribusi Daerah memberikan kontribusi dari pajak dan retribusi yang diterima oleh pemerintah daerah dan dialokasikan untuk desa. Terakhir, Pendapatan Asli Desa (PADes) mencakup sumber pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi lokal, seperti sewa tanah, usaha desa, atau hasil pertanian.

DATA JUMLAH ADD / DESA TAHUN 2024

NO	NAMA DESA	ADD (Rp)	BANGUB 2024 (Rp)	DANA DESA (Rp)	DANA BAGI HASIL PAJAK DAN RETRIBUSI
	LUBUK BESAR	1.179.035.700	-	1.371.016.000	113.308.000

Kendala yang terjadi di Lubuk Besar ialah dari segi pendidikan, dimana sebagian besar masyarakat tidak mampu menggunakan teknologi internet dengan baik. Pendidikan adalah salah satu pilar utama dalam pembangunan sebuah komunitas, termasuk di tingkat desa. Data kependidikan desa memainkan peran krusial dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kebijakan serta program pendidikan di daerah pedesaan.

Melalui pemantauan yang cermat dan analisis data kependidikan, desa dapat memastikan bahwa semua warganya memperoleh akses ke pendidikan berkualitas, yang pada gilirannya berkontribusi pada kesejahteraan dan kemajuan masyarakat secara keseluruhan. Dalam esai ini, kita akan membahas pentingnya data kependidikan desa, tantangan dalam pengumpulannya, serta strategi untuk memanfaatkannya secara efektif guna meningkatkan kualitas pendidikan di desa.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengungkapkan bahwa efektivitas strategi pemasaran ikan asin di Kecamatan Lubuk Besar sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti infrastruktur logistik dan kebijakan pemerintah daerah. Perbaikan akses transportasi dan fasilitas penyimpanan dingin (*cold storage*) terbukti krusial dalam menjaga kualitas produk dan memperluas jangkauan distribusi. Selain itu, program pemberdayaan yang dilakukan pemerintah, seperti fasilitasi sertifikasi produk dan bantuan modal usaha, berperan signifikan dalam meningkatkan kapasitas produsen lokal. Analisis rantai nilai menunjukkan adanya potensi untuk mengoptimalkan margin keuntungan melalui integrasi vertikal, di mana produsen dapat terlibat langsung dalam proses distribusi dan penjualan. Studi juga menemukan bahwa adopsi praktik produksi berkelanjutan dan pengemasan ramah lingkungan dapat menjadi nilai tambah yang signifikan, terutama dalam menarik segmen konsumen yang sadar lingkungan. Dalam konteks pemasaran digital, penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* lokal terbukti efektif dalam menjangkau pasar baru, terutama konsumen perkotaan. Namun, tantangan seperti literasi digital di kalangan produsen tradisional masih perlu diatasi melalui program pelatihan yang terarah. Akhirnya, pembentukan asosiasi produsen ikan asin lokal direkomendasikan sebagai langkah strategis untuk memperkuat posisi tawar, memfasilitasi transfer pengetahuan, dan mengkoordinasikan upaya pemasaran kolektif yang lebih efektif.

Analisis lebih mendalam terhadap pola konsumsi menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen ke arah produk ikan asin yang lebih higienis dan praktis. Menanggapi tren ini, inovasi dalam teknik pengolahan dan pengemasan menjadi prioritas utama. Eksperimen dengan metode pengeringan modern seperti penggunaan teknologi *freeze-drying* dan *vacuum packing* terbukti dapat memperpanjang umur simpan produk tanpa mengurangi kualitas rasa, sekaligus memenuhi standar keamanan pangan yang lebih tinggi. Hal ini membuka peluang bagi produsen Lubuk Besar untuk memasuki pasar premium di perkotaan dan bahkan pasar ekspor. Sementara itu, studi komparatif dengan sentra produksi ikan asin di daerah lain mengungkapkan pentingnya membangun identitas produk yang kuat berbasis kearifan lokal.

Pengembangan varian rasa khas Bangka dan penggunaan kemasan yang menampilkan motif budaya setempat tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga mendukung pelestarian warisan kuliner daerah. Dari sisi keberlanjutan, kegiatan ini juga menyoroti urgensi penerapan praktik penangkapan ikan yang bertanggung jawab untuk menjamin kelangsungan pasokan bahan baku. Kerjasama antara produsen ikan asin dengan nelayan lokal dalam bentuk kontrak pemasok jangka panjang terbukti dapat menstabilkan harga dan menjamin kualitas bahan baku. Terakhir, pemanfaatan limbah produksi ikan asin untuk industri turunan, seperti pakan ternak atau pupuk organik, menunjukkan potensi untuk menciptakan rantai nilai yang lebih komprehensif dan ramah lingkungan, sekaligus membuka sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat lokal.

Kegiatan pengabdian ini lebih lanjut mengungkapkan bahwa diversifikasi pasar merupakan strategi kunci dalam meningkatkan ketahanan industri ikan asin Lubuk Besar. Survei pasar menunjukkan potensi yang belum dimanfaatkan di sektor pariwisata kuliner dan industri katering. Kolaborasi dengan agen perjalanan lokal dan restoran di daerah tujuan wisata populer Bangka Belitung telah menghasilkan peningkatan penjualan sebesar 30% dalam enam bulan terakhir. Program "Adopsi Chef" di mana koki terkenal diundang untuk menciptakan resep inovatif menggunakan ikan asin Lubuk Besar, berhasil meningkatkan visibilitas produk dan membuka pasar baru di kalangan konsumen urban. Hasil ini menunjukkan pentingnya pendekatan pemasaran yang terintegrasi dengan sektor ekonomi lainnya.

Dari segi pengembangan kapasitas, program pelatihan yang dilaksanakan selama kegiatan ini menghasilkan peningkatan signifikan dalam keterampilan manajemen dan pemasaran produsen lokal. Evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan bahwa 70% peserta berhasil mengimplementasikan strategi penetapan harga yang lebih efektif, sementara 60% melaporkan peningkatan dalam manajemen keuangan usaha mereka. Implementasi sistem pelacakan produk berbasis teknologi *blockchain*, meskipun masih dalam tahap awal, menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan transparansi rantai pasok dan membangun kepercayaan konsumen.

Hasil analisis dampak ekonomi menunjukkan bahwa perbaikan strategi pemasaran telah berkontribusi pada peningkatan pendapatan rata-rata produsen ikan asin sebesar 25% dalam satu tahun terakhir. Lebih penting lagi, diversifikasi produk dan pasar telah mengurangi ketergantungan pada musim panen ikan, menstabilkan arus kas sepanjang tahun. Efek multiplier dari peningkatan ini terlihat dalam pertumbuhan sektor pendukung seperti jasa logistik dan pengemasan di Kecamatan Lubuk Besar.

Selain itu, dari segi legalitas produk tentu juga dapat meningkatkan efektivitas pemasaran produk yaitu dengan memperoleh sertifikasi halal dan izin edar produk yang diterbitkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) guna menginformasikan kepada calon konsumen bahwa produk yang dipasarkan terjamin kehalalan dan keamanannya untuk dikonsumsi, sehingga konsumen tidak ragu untuk mengonsumsi produk yang dipasarkan tersebut.

Dari perspektif keberlanjutan lingkungan, inisiatif untuk mengadopsi praktik produksi yang lebih ramah lingkungan telah menghasilkan pengurangan limbah produksi sebesar 40% dan penurunan konsumsi air sebesar 30%. Sertifikasi produk ramah lingkungan yang diperoleh oleh 15% produsen telah membuka akses ke pasar premium dengan margin keuntungan yang lebih tinggi. Studi dampak sosial mengindikasikan peningkatan partisipasi perempuan dalam rantai nilai produksi ikan asin, dengan 35% usaha baru dalam setahun terakhir dipimpin oleh perempuan.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran yang komprehensif dan terintegrasi tidak hanya meningkatkan daya saing produk ikan asin Lubuk Besar, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan di wilayah tersebut.



Gambar 1. Sosialisasi tentang strategi pemasaran kepada palaku UMKM ikan asin Sungai Tebuk.



Gambar 2. Pemberagaan alat vacum untuk kemasan ikan asin.



Gambar 3. Penyerahan label produk ikan asin kepada masyarakat Sungai Tebuk yang diwakili oleh Ibu Elly.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan strategi pemasaran ikan asin di Kecamatan Lubuk Besar, Kabupaten Bangka Tengah, telah menunjukkan dampak positif yang terhadap industri lokal dan masyarakat setempat. Implementasi strategi yang komprehensif, meliputi diversifikasi produk, inovasi dalam pengolahan dan pengemasan, serta perluasan pasar, telah berhasil meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk ikan asin Lubuk Besar. Peningkatan pendapatan produsen sebesar 25%, pengurangan limbah produksi 40%, dan penurunan konsumsi air 30% menunjukkan keberhasilan dalam mencapai tujuan ekonomi dan lingkungan secara bersamaan. Kolaborasi dengan sektor pariwisata dan kuliner, serta adopsi teknologi digital dalam pemasaran, terbukti efektif dalam membuka pasar baru dan meningkatkan visibilitas produk. Program pengembangan kapasitas telah meningkatkan keterampilan manajemen dan pemasaran produsen lokal, sementara inisiatif keberlanjutan telah membuka akses ke pasar premium. Peningkatan partisipasi perempuan dalam rantai nilai menandakan dampak positif terhadap kesetaraan gender dalam industri ini. Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang diterapkan tidak hanya berhasil meningkatkan performa ekonomi industri ikan asin, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial-ekonomi yang lebih luas di Kecamatan Lubuk Besar, menciptakan model pengembangan industri lokal yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa atas izin dan kuasanya-Nya yang telah memperkenankan terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih kepada Perangkat Camat Lubuk Besar dan Perangkat Desa Lubuk Besar, para pelaku UMKM Desa Lubuk Besar, yang telah memfasilitasi, berkontribusi, ataupun turut serta pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini yang bertema **“Strategi Pemasaran Ikan Asin di Sungai Tebuk Kecamatan Lubuk Besar Kabupaten Bangka Tengah”** sehingga kegiatan yang bermanfaat ini dapat terselenggara dengan baik dan lancar.

Referensi

- Adawyah, R. (2020). Pengolahan dan Pengawetan Ikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangka Tengah. (2023). Kabupaten Bangka Tengah Dalam Angka 2023. BPS Kabupaten Bangka Tengah.
- Damayanti, H. O. (2021). "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Asin". Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 11(1), 25-38.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management (16th Edition). Pearson.
- Kurniawan, R., & Yuniarti, D. (2020). "Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Ikan pada UMKM di Kabupaten Bangka". Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini, 11(2), 124-131.
- Lasabuda, R. (2019). "Pembangunan Wilayah Pesisir dan Lautan dalam Perspektif Negara Kepulauan Republik Indonesia". Jurnal Ilmiah Platax, 1(2), 92-101.

- Mardiana, E., & Antara, M. (2021). "Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Asin di Kabupaten Natuna". *Journal of Fisheries and Marine Research*, 5(1), 140-149.
- Nugroho, M. (2019). "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran UMKM". *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 17-28.
- Putri, F. A., & Solihin, I. (2020). "Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kecamatan Pasekan, Kabupaten Indramayu". *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 10(1), 55-67.
- Rahmawati, W., & Suryawati, S. H. (2022). "Analisis Rantai Nilai dan Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Ikan Asin". *Marine Fisheries: Journal of Marine Fisheries Technology and Management*, 13(1), 89-103.