

**Improving the Lifeskills of Women in Wonoharjo Village,
Pangandaran District, Ciamis Through Diversification of Fish-Waste-
Based Products Business Activities” (Increasing the Added Value of
Fishery Products during the Covid-19 Pandemic)**



Padjajaran University
2021

Peningkatan Lifeskill Wanita Desa Wonoharjo, Kecamatan Pangandaran, Ciamis Melalui
Kegiatan Usaha Diversifikasi Produk Berbahan Dasar Limbah Ikan”
(Peningkatan Nilai Tambah Produk Perikanan di Masa Pandemi Covid-19)



UNIVERSITAS PADJADJARAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
NOPEMBER 2021

ABSTRACT

As a unique and innovative product, Milkfish presto has a fairly good identity among the public. However, the existence of the famous presto milkfish from Semarang has made the presto milkfish entrepreneurs in other areas try to introduce their presto milkfish products, one of which is the Rostanti Bunda Bandeng Presto MSME located in Bandung. This study uses several variables such as brand image, product, price, and promotion. This study aims to analyze the branding strategy carried out by MSME Rostanti Bunda Bandeng Presto using qualitative research methods, namely conducting interviews with resource persons as business owners of Rostanti Bunda Bandeng Presto. The results showed that brand image, packaging, and promotion had a positive and significant influence on product purchasing decisions.

Keywords: Milkfish presto, Branding, UMKM

ABSTRAK

Sebagai produk yang unik dan inovatif, Bandeng presto memiliki identitas yang cukup baik dikalangan masyarakat. Namun, keberadaan Bandeng presto yang terkenal dari Semarang menjadikan pengusaha Bandeng presto di daerah lain berusaha untuk memperkenalkan produk Bandeng prestonya, salah satunya UMKM Rostanti Bunda Bandeng Presto yang berlokasi di Bandung. Penelitian ini menggunakan beberapa variabel seperti citra merek, produk, harga, dan promosi. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Branding yang dilakukan oleh UMKM Rostanti Bunda Bandeng Presto dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu melakukan wawancara kepada narasumber selaku pemilik usaha Rostanti Bunda Bandeng Presto. Hasil penelitian menunjukkan pada citra merek, kemasan, serta promosi yang memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian produk.

Kata Kunci: Bandeng presto, Branding, UMKM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir PPM Integratif Virtual Universitas Padjadjaran 2021 dengan judul “Peningkatan Lifeskill Wanita Desa Wonoharjo, Kecamatan Pangandaran, Ciamis Melalui Kegiatan Usaha Diversifikasi Produk Berbahan Dasar Limbah Ikan” (Peningkatan Nilai Tambah Produk Perikanan di Masa Pandemi Covid-19)”. Laporan akhir kegiatan KKN-PPM Integratif Virtual diajukan untuk memenuhi tugas akhir Kuliah Kerja Nyata di Universitas Padjadjaran.

Selama pelaksanaan dan penulisan laporan akhir kegiatan KKN-PPM Integratif Virtual berlangsung, penulis mendapatkan banyak bimbingan, bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan serta dukungan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan laporan akhir kelompok kegiatan KKN-PPM Integratif Virtual ini. Penulis ucapkan terimakasih yang ditujukan secara khusus kepada:

1. Dr. Rizky Abdullah, S.Si., Apt, PhD selaku Direktur Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unpad yang telah menyetujui terlaksananya PPM ini.
2. Dr. Yudi Nurul Ihsan, M.Si selaku Dekan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Unpad yang telah menyetujui PPM ini.
3. Prof. Dr. Eng. I Made Joni, M.Sc selaku Direktur PUI Finder Unpad.

Penulis menyadari bahwa laporan akhir PPM ini masih jauh dari sempurna, penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan ataupun kekurangan dalam penulisan laporan ini dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan laporan akhir ini. Semoga kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dapat bermanfaat baik untuk mahasiswa, dosen pembimbing, serta seluruh civitas akademika Universitas Padjadjaran dan tentunya masyarakat luas. Penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Jatinangor, 30 Nopember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1. Analisis situasi

Mahasiswa sebagai salah satu generasi penerus bangsa yang dapat meningkatkan dan mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM), antara lain dengan meningkatkan keterampilan, bersosialisasi, dan intelektualitas. Mahasiswa dapat mengabdikan dan terjun langsung ke lapangan di luar Universitas Padjadjaran agar dapat meningkatkan pengetahuan yang sebelumnya didapat di bangku kuliah agar mahasiswa dapat menjawab berbagai masalah dan menelaah sebuah solusi untuk menyelesaikan sebuah permasalahan yang akan datang.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu kegiatan pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat yang berada diluar Universitas, selain itu, Kuliah Kerja Nyata (KKN) juga tercantum pada Undang-Undang Dasar Tahun 1945 dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 mengenai sistem pendidikan yang menyatakan bahwa sebuah pendidikan merupakan proses para mahasiswa untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi-potensi mereka dengan memiliki kecerdasan, keterampilan, kepribadian, dan lain-lain.

Bunda Bandeng Presto, merupakan objek utama kami dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kami yang berada di Jl. Karasak Utara I/II No.1 Bandung, Jawa Barat. Bunda Bandeng Presto merupakan sebuah usaha *home industry* yang berfokus terhadap pengolahan ikan bandeng yang memulai usaha UMKM tersebut pada tahun 2007.

Tujuan kami melakukan penelitian atau pengabdian masyarakat yang objeknya merupakan Bunda Bandeng Presto ini memiliki tujuan untuk meninjau lebih jauh mengenai *branding* dan mempelajari pengolahan makanan yang dilakukan oleh UMKM Bunda Bandeng Presto, karena pada saat ini masih banyak UMKM-UMKM di Indonesia yang masih kurang paham mengenai cara *branding* karena kekurangan pengetahuan mengenai cara *branding* dan menyebarkan informasi mereka mengenai makanan atau produk mereka ke orang-orang.

Branding merupakan sebuah strategi yang menjelaskan atau mengidentifikasi apa yang seharusnya dicapai oleh suatu *brand* dalam hubungannya dengan memberikan gambaran sikap dan perilaku dari konsumen (Gelder, 2005). Serta, *branding* juga merupakan salah satu hal yang tidak dapat disimpulkan menjadi satu pemikiran saja melainkan hal tersebut juga harus ada kaitannya dengan orang lain yang dimana orang lain tersebut berperan sebagai objek pasar atau konsumen.

Dalam sebuah artikel yang berjudul “*What is Branding and How Important is it to*

Your Marketing Strategy”, menjelaskan bahwa *branding* atau merek nama, simbol, tanda, desain merupakan sebuah hal yang memiliki tujuan untuk menjelaskan atau mendefinisikan sebuah produk atau barang yang dikeluarkan oleh seseorang, kelompok, dan perusahaan untuk membedakan keistimewaan atau ciri khas mereka dengan barang atau produk lainnya (Haroen, 2014). Maka, nama atau simbol menjadi salah satu ciri khas yang dapat memberikan gambaran dari produk itu sendiri yang akan diperlihatkan atau diberikan terhadap para konsumennya yang akan dituju dari *branding strategy* tersebut.

Kami mengidentifikasi bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM Bunda Bandeng Presto memiliki potensi atau peluang untuk terus berkembang dan terus berjalan dan bertanding dengan produk-produk lainnya termasuk diluar negara Indonesia. Karena menurut kami, produk yang dihasilkan oleh Bunda Bandeng Presto memiliki keistimewaan atau rasa yang unik dari produk-produk lainnya. Tetapi, kekurangan dari Bunda Bandeng Presto ini yaitu tempat usahanya dengan kata lain masih berbentuk UMKM yang dimana tempat pengolahan produk tersebut hanya bisa dilakukan oleh *tiga* sampai *lima* orang saja dan adanya beberapa kekurangan alat untuk produksi. Hal tersebut menjadi salah satu hambatan untuk melakukan produksi dengan jumlah yang banyak, tetapi hal yang menjadi salah satu keistimewaan Bunda Bandeng Presto tersebut yaitu produk yang dihasilkannya sudah tercantum pada Depkes Kota Bandung dan mendapat sertifikasi Halal MUI, lalu produk tersebut juga sudah pernah mengikuti berbagai macam festival atau bazar makanan dan sudah pernah melakukan ekspor sebanyak 3000-5000 buah produk Bandeng Presto ke Malaysia dan Singapura. Selain itu, untuk pengiklanan atau penyebaran nama Bunda Bandeng Presto sudah tercantum atau dibuat di berbagai media sosial termasuk *facebook*, *instagram*, dan *website google*. Tetapi, *platform* tersebut sudah lama tidak aktif sehingga banyak orang yang kurang memiliki pengetahuan mengenai usaha UMKM Bunda Bandeng Presto tersebut.

Gambaran umum keadaan usaha UMKM Bunda Bandeng Presto yang diolah atau didapat dari observasi langsung meliputi:

1. Letak Bunda Bandeng Presto

Letak Bunda Bandeng Presto tersebut berada di Jl. Karasak Utara I/II No.1 Bandung, Jawa Barat. Tempat UMKM tersebut masih berbentuk *home industry* dan keadaan lingkungan UMKM Bunda Bandeng Presto berada ditengah-tengah jalan kecil atau gang dan akses untuk masuk kendaraan roda empat cukup sulit karena jalan tersebut hanya bisa dilalui oleh satu kendaraan roda empat saja.

2. Keadaan Tempat Produksi

Keadaan tempat produksi UMKM Bunda Bandeng Presto dapat terbilang kecil dan kapasitas yang dapat memasuki dapur atau tempat produksinya hanya *empat* sampai *lima* orang saja. Serta, alat-alat produksi di tempat tersebut kebanyakan mendapat bantuan dari pemerintah, maka hal tersebut menjadi salah satu yang pemilik manfaatkan untuk terus melakukan usaha dan produksi ikan bandeng mereka.

2. Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan

1. Memenuhi ketentuan atau syarat Kuliah Kerja Nyata (KKN).
2. Mengetahui lebih lanjut mengenai *branding*.
3. Mengetahui lebih lanjut mengenai UMKM yang berada di Bandung.

b. Manfaat

1. Mendapat pengetahuan lebih mengenai UMKM.
2. Membantu pemilik UMKM Bunda Bandeng Presto untuk melakukan pengiklanan dan *branding*.
3. Memperoleh pengalaman dan pengetahuan dengan cara terjun langsung ke lapangan di luar Universitas Padjadjaran.

BAB II

METODE PELAKSANAAN

1. Metode dan Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan Program Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat ini dilakukan secara daring dan luring (*blended methods*). Kegiatan daring dilakukan pada tahap koordinasi tim dan perancangan kegiatan, dengan didukung penggunaan aplikasi Google meet dan Whatsapp Group, serta aplikasi untuk mencatat progress kegiatan yaitu Trello sementara kegiatan luring dilakukan pada tahap pelaksanaan dengan tujuan untuk mengumpulkan data penelitian yang dibutuhkan dalam kegiatan ini.

Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam melaksanakan Program Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu:

a. Tahap persiapan:

Melakukan koordinasi tim untuk menentukan topik penelitian yang akan dilakukan, menentukan lokasi penelitian, berkonsultasi dengan dosen pembimbing lapangan, merancang dataset penelitian, dan berkoordinasi dengan pemilik UMKM yang akan diteliti.

b. Tahap pelaksanaan:

Melakukan penelitian lapangan dengan mengunjungi langsung lokasi penelitian, melakukan wawancara terhadap pemilik UMKM dan observasi terhadap lokasi produksi

c. Tahap tindak lanjut:

Melakukan koordinasi tim untuk pengolahan data yang telah diperoleh dari penelitian lapangan, dan menuliskannya ke dalam laporan tertulis.

2. Subjek, Lokasi, dan waktu

Kegiatan Program Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat ini dilakukan dengan subyek penelitian yaitu UMKM Rostanti Bunda Bandeng Presto, yang berlokasi di jalan Karasak Utara I no. 2, Astanaanyar, kota Bandung. Subyek sendiri dipilih karena pertimbangan keterjangkauan akses, mengingat kebijakan PPKM yang sedang diterapkan saat berlangsungnya kegiatan Program Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat membuat ruang gerak mahasiswa menjadi terbatas, dan anggota tim yang mayoritas

bertempat tinggal di kota Bandung sehingga kegiatan dapat dilakukan secara luring dengan mendatangi langsung lokasi subyek penelitian.

Waktu pelaksanaan sendiri dilakukan dengan diawali tahap persiapan pada tanggal 17 hingga 28 Juli 2021, tahap pelaksanaan pada tanggal 29 Juli 2021, dan tahap tindak lanjut pada tanggal 9 hingga 12 Agustus 2021.

BAB III

PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT MAHASISWA

1. Persiapan

Beberapa persiapan telah di koordinasikan dengan pihak Universitas Padjadjaran, Dosen Pembimbing Lapangan sebagai pembimbing pada kegiatan KKN, dan mahasiswa sebagai peserta kegiatan KKN. Koordinasi dan konsultasi dengan tim hampir kami lakukan setiap harinya, dengan menanyakan proses dan progress dari masing-masing anggotanya melalui aplikasi WhatsApp. Adapun Koordinasi dan konsultasi antara kami dengan dosen pembimbing, rutin dilakukan secara tatap maya satu kali dalam seminggu menggunakan platform Google Meet. Persiapan Kuliah Kerja Nyata yang kami lakukan adalah sebagai berikut:

1. Pembekalan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) pada tanggal 22 Juni 2021 dan 3 Juli 2021. Pembekalan tersebut meliputi mekanisme pelaksanaan KKN, pembagian kelompok kecil, pembuatan log book pada aplikasi Trello dan pemaparan rencana yang ingin dilakukan selama KKN. Pembekalan tersebut dapat terlaksana dengan baik karena hampir seluruh mahasiswa KKN menghadiri pembekalan tersebut sehingga mahasiswa dapat mengerti maksud dan tujuan dilaksanakannya KKN Integratif ini. Selain itu mahasiswa juga dapat memahami dan mengetahui bagaimana mekanisme pelaksanaan dari kegiatan KKN ini yang dilakukan secara virtual.
2. Koordinasi dengan DPL secara berkala setidaknya satu kali selama satu minggu menggunakan aplikasi Google Meet sebagai sarana konsultasi serta melaporkan progres dari kelompok maupun individu setiap minggunya.
3. Menetapkan target pencapaian baik dengan kelompok maupun dengan DPL agar target kegiatan yaitu penelitian tentang pengolahan ikan dapat terlaksana dengan baik.
4. Menentukan serta memastikan pihak tempat KKN dapat bekerja sama dengan kami. Diawali dengan menentukan Bunda Bandeng Presto sebagai tempat KKN kami. Kemudian meminta izin kepada pemilik Bunda Bandeng Presto agar kami dapat melakukan KKN di tempat beliau. Lalu melakukan diskusi awal dengan pemilik Bunda

Bandeng Presto melalui Google Meet pada tanggal 23 Juli 2021 untuk menyampaikan maksud dan tujuan dari KKN yang akan dilakukan oleh Mahasiswa. Dan pada akhirnya Bunda Bandeng Presto bersedia menerima kami untuk dapat melakukan KKN Integratif ini di tempatnya.

2. Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan KKN yang kelompok kami laksanakan adalah penelitian di Bunda Bandeng Presto dengan judul “Strategi Branding Dalam Pengembangan UMKM Rostanti Bunda Bandeng Presto”. Penelitian tersebut membahas mengenai bagaimana strategi branding yang dilakukan oleh Bunda Bandeng Presto dalam upaya pengembangan usahanya. Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat khususnya pemilik usaha mengetahui strategi branding yang dapat diaplikasikan dalam usahanya.

- 1) Nama Kegiatan : “Strategi Branding Dalam Pengembangan UMKM Rostanti Bunda Bandeng Presto”
- 2) Jenis Kegiatan : Penelitian
- 3) Tujuan dan Manfaat :
 1. Tujuan
 - a. Memenuhi ketentuan atau syarat Kuliah Kerja Nyata (KKN).
 - b. Mengetahui lebih lanjut mengenai *branding*.
 - c. Mengetahui lebih lanjut mengenai UMKM yang berada di Bandung.
 2. Manfaat
 - a. Mendapat pengetahuan lebih mengenai UMKM.
 - b. Membantu pemilik UMKM Bunda Bandeng Presto untuk melakukan pengiklanan dan *branding*.
 - c. Memperoleh pengalaman dan pengetahuan dengan cara terjun langsung ke lapangan di luar Universitas Padjadjaran.
- 4) Sasaran Kegiatan : Pemilik usaha bandeng presto dan masyarakat umum
- 5) Waktu Pelaksanaan : 12 Juli 2021 - 11 Agustus 2021

WAKTU	KEGIATAN	PENCAPAIAN
28-07-2021	Membuat pertanyaan penelitian	Membuat beberapa pertanyaan penelitian yang ingin ditanyakan pada saat wawancara langsung
29-07-2021	Wawancara langsung	Melakukan wawancara langsung dengan pemilik Bunda Bandeng Presto tentang branding

6) Pihak-pihak yang terlibat :

- a. Dosen Pembimbing Lapangan : berperan besar untuk membantu mahasiswa dalam melaksanakan penelitian serta berperan dalam memberikan kritik dan saran kepada mahasiswa KKN dalam melaksanakan kegiatan KKN Integratif ini sesuai topik yang telah dipilih.
- b. Mahasiswa KKN : mahasiswa berperan dalam melakukan atau melaksanakan sosialisasi.
- c. Pemilik usaha Bunda Bandeng Presto : Pemilik usaha Bunda Bandeng Presto berperan sebagai objek dari pelaksanaan KKN yang telah dilakukan mahasiswa.

7) Proses Pelaksanaan :

Sebelum melaksanakan penelitian langsung ke Bunda Bandeng Presto, kami memerlukan pemahaman awal tentang bandeng presto dan branding. Maka dari itu kami mencari referensi terlebih dahulu melalui internet browser mengenai bandeng presto dan branding. Setelah kami memahami bandeng presto dan branding, lalu kami menyusun pertanyaan penelitian yang terkait dengan strategi branding yang dilakukan oleh Bunda Bandeng Presto.

Setelah pertanyaan penelitian tersusun, kemudian kami menentukan janji temu dengan pemilik usaha Bunda Bandeng Presto melalui aplikasi WhatsApp pada tanggal

26 Juli 2021. Dari janji temu dengan pemilik usaha Bunda Bandeng Presto akhirnya disepakati untuk melakukan pertemuan pada tanggal 29 Juli 2021. Lalu pada tanggal 29 Juli 2021 kami mendatangi tempat Bunda Bandeng Presto untuk melakukan wawancara langsung dengan pemilik usahanya. Saat wawancara langsung dengan pemilik usaha Bunda Bandeng Presto, kami menanyakan pertanyaan yang sudah kami buat sebelumnya dan pemilik usaha Bunda Bandeng Presto dapat menjawab seluruh pertanyaan kami dengan baik dan jelas yang membuat data yang didapatkan menjadi kaya. Kemudian, di tahap selanjutnya kami melakukan pengolahan data dari hasil wawancara yang sudah dilakukan.

8) Hasil Capaian Kegiatan :

Rostanti Bunda Bandeng Presto dimulai pada tahun 2012 yang saat ini telah berjalan selama 9 tahun. Terdapat cerita unik dibalik nama Rostanti Bunda Bandeng Presto, produk ini awalnya ingin diberi nama Mamah Bandeng Presto karena resep dan cara pembuatan diramu secara khusus oleh Ibu dari Bu Rostanti. Namun karena dirasa kurang nama tersebut akhirnya diubah menjadi Bunda Bandeng Presto, setelah ditinjau kembali nama Bunda Bandeng Presto sangatlah umum di Bandung sehingga dimodifikasi lagi menjadi Rostanti Bunda Bandeng Presto. Produk bandeng presto memiliki segmentasi kepada ibu-ibu sehingga target pasarnya secara khusus ditujukan untuk keluarga agar bisa menjadi santapan serta oleh-oleh, dalam memasarkan produknya strategi *branding* yang dilakukan oleh Rostanti Bunda Bandeng Presto dibagi menjadi strategi *online* dan *offline*. Pada strategi *online* menggunakan *Google Ads* sehingga ketika kata kunci “bandeng presto” dicari, maka pada laman pertama akan muncul produk Rostanti Bunda Bandeng Presto.

Penggunaan *Google Ads* sangat meningkatkan *brand awareness* karena sejak saat itu pesanan yang datang berasal dari hotel-hotel terkenal yang ada di Bandung. Strategi *offline* yang dilakukan adalah mengikuti bazar UMKM dan distribusi produk kepada toko oleh-oleh. Pengenalan produk melalui bazar dilakukan karena sangat menguntungkan serta pelanggan yang datang bukan hanya

dari Indonesia saja melainkan dari mancanegara seperti Malaysia dan Arab. Distribusi produk pada toko oleh-oleh menjadi tantangan karena produknya dipajang bersama dengan produk usaha UMKM lain sehingga kemasan produk harus menarik. Awalnya ingin memberikan kulkas/freezer khusus untuk Bunda Ros Bandeng Presto pada toko oleh-oleh, namun setelah ditinjau lebih jauh modal yang dikeluarkan cukup banyak selain pembelian kulkas dan pembayaran listrik.

Selama menjalankan usaha Rostanti Bunda Bandeng Presto tentu mendapatkan banyak kritik dan saran terutama pada awal-awal merintis usaha. Kritik dan saran ini banyak didapatkan melalui *mouth to mouth*, Saran yang berasal langsung dari mulut konsumen membuat hubungan Bunda Ros Bandeng Presto dan konsumen menjadi lebih dekat dan erat, bahkan sudah menjadi langganan kesayangan dari para konsumen untuk dijadikan oleh-oleh. Kritik tersebut biasanya terkait dengan tingkat keasinan dan permintaan harga promo. Kebanggaan bagi Rostanti Bunda Bandeng Presto adalah ketika konsumen menggunakan produk Rostanti Bunda Bandeng Presto menjadi oleh-oleh untuk diberikan kepada anggota keluarga.

9) Rancangan Tindak Lanjut Hasil Kegiatan :

- Mengolah data dari hasil wawancara
- Membuat laporan KKN
- Memberikan hasil penelitian yang sudah disusun kepada pemilik usaha Bunda Bandeng Presto
- Memberikan masukan tentang strategi branding kepada pemilik usaha Bunda Bandeng Presto

3. Tindak Lanjut Kegiatan

Kegiatan KKN yang telah kami laksanakan berupa penelitian. Penelitian tersebut membahas tentang strategi branding yang dilakukan oleh Bunda Bandeng Presto. Dalam penelitian tersebut kami menanyakan beberapa pertanyaan kepada pemilik usaha Bunda Bandeng Presto yang kemudian data yang didapat dari hasil wawancara kami olah. Data yang sudah diolah kemudian dimasukkan ke dalam laporan KKN. Perubahan yang terjadi

setelah kegiatan tersebut bagi pemilik usaha berupa perubahan dari segi pengetahuan, pemilik usaha menjadi lebih mengetahui strategi branding lain yang dapat dilakukan dari hasil masukan dan saran mahasiswa. Sedangkan bagi mahasiswa perubahan yang terjadi berupa bertambahnya ilmu tentang usaha bandeng presto dan strategi branding produk, dan juga mendapatkan pengalaman baru dengan terjun langsung ke lapangan.

Dari hasil penelitian, Bunda Bandeng Presto memiliki permasalahan atau hambatan dalam pengelolaan media sosial. Maka dari itu, hal yang perlu dilakukan berupa memberikan sosialisasi cara penggunaan media sosial sebagai sarana branding produk. Dengan hal tersebut permasalahan atau hambatan yang dihadapi Bunda Bandeng Presto dapat teratasi.

BAB IV

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Simpulan

Kegiatan kelompok KKN-PPM Virtual 2021 ini meneliti mengenai strategi branding yang dilakukan oleh UMKM Rostanti Bunda Bandeng Presto yang berlokasi di Bandung. Hal ini dilakukan karena ingin menaikkan citra Bandeng presto di Bandung yang pada dasarnya Bandeng presto terkenal dari Semarang.

Produk *home industry* Bandeng Presto milik Ibu Rostanti ini sudah ada sejak tahun 2012. Adapun strategi branding yang dilakukan oleh pemilik usaha ini seperti membuat kemasan semenarik mungkin dan telah merubah kemasan sebanyak tiga kali mengikuti perkembangan ketertarikan konsumen dalam membeli sebuah produk. Selain itu, pengemasan ikan Bandeng yang di *vacum* membuat daya tarik konsumen semakin meningkat, karena produk tersebut dapat disimpan dalam waktu yang lama. Upaya ini dilakukan karena pada dasarnya target pasar konsumen dalam pembelian Bandeng presto adalah ibu-ibu. Maka dari itu, Ibu Rostanti membuat kemasan yang dapat menambah target pasarnya menjadi kaum milenial yang identik dengan melihat kemasan dalam membeli produk. Upaya strategi branding yang dilakukan selanjutnya yaitu mempromosikan produk Bandeng presto ini melalui *Google Ads* berbayar, *e-commerce*, dan sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram*. Adapun strategi branding yang dilakukan secara *offline* yaitu dengan cara mendistribusikan kepada toko oleh-oleh dan mengikuti Bazar UMKM.

2. Rekomendasi

Dalam penanganan kendala yang dialami oleh UMKM Rostanti Bunda Bandeng Presto mengenai pengelolaan sosial media perlu adanya sosialisasi dalam mengelola sosial media sebagai upaya dalam meningkatkan strategi branding agar lebih maksimal. Rekomendasi selanjutnya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan branding dari produk Bandeng presto adalah menjadi distributor dan memberi peluang usaha dalam upaya meningkatkan SDM sebagai reseller atau dropshipper agar penyebaran produk semakin cepat di berbagai daerah.

Daftar Pustaka

Gelder, S. V. (2005). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.

Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Gramedia Pustaka Utama.

Lampiran

Lampiran 1 Dokumentasi kegiatan

- a. Kegiatan wawancara terhadap pemilik UMKM dan observasi terhadap lokasi produksi



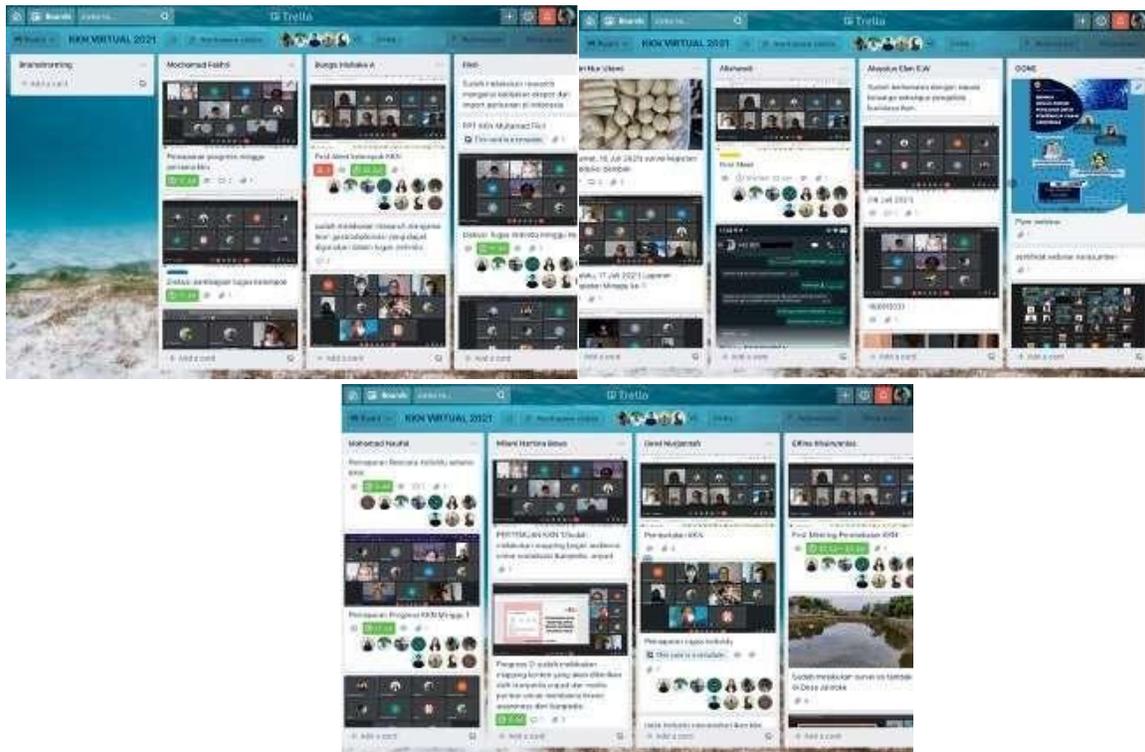
- b. Tautan dokumentasi kegiatan (foto dan video)

https://drive.google.com/drive/folders/1qkze3MzqLKF5ItDWb4Kr_mLGRp6Y4PC

Lampiran 2 Data set penelitian



Lampiran 3 Logbook kegiatan dari aplikasi Trello



Webinar
Inovasi Produk Perikanan Untuk
Pengemasan Ramah Lingkungan



DARI LAUT MENUJU KEMASAN BIODEGRADABLE

Dr.Emma Rochima., SPi., MSi
Laboratorium Pengolahan Hasil Perikanan
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Unpad
Bandung, 8 Agustus 2021



Eucheuma Cottonii



Eucheuma Spinosum



Glacillaria sp



Sargassum sp



Ganggang Biru (Cyanophyta)

KKNM PPM 2021

Webinar Inovasi Produk Perikanan Untuk Pengemasan Ramah Lingkungan



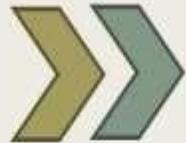
SINTA ID : 5998715
Scopus H-indeks: 4
<https://orcid.org/0000-0001-9569-6757>
emma.rochima@unpad.ac.id
+6282128120618



- Dilahirkan di Bandung, 28 Juni 1971. Saat ini tercatat sebagai Dosen pada Departemen Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dan Ketua Prodi Magister Inovasi Regional Sekolah Pascasarjana Unpad.
- Menempuh Pendidikan S1 di Jurusan Perikanan, Fakultas Pertanian Unpad, S2 dan S3 di Prodi Ilmu Pangan Fateta IPB dengan fokus riset pangan fungsional. Saat ini aktif sebagai Asesor Kompetensi dan Ketua Assesment Center LSP KP BNSP, dosen tamu di Univ, Guangxie RRC, aktif di keanggotaan MPHPI, PATPI, Ispikani, Pemandu Geowisata, Masyarakat Biodiversitas Indonesia.
- Topik riset yang tengah dikerjakan saat ini terkait aplikasi nanoteknologi untuk pangan bersama Pusat Unggulan Institusi Nano Powder Fungsional Unpad, dengan fokus riset edible film berbasis kitosan limbah rajungan sebagai pengemas pangan ramah lingkungan.
- memiliki 5 buku yang telah diterbitkan

KKNM PPM 2021

Webinar Inovasi Produk Perikanan Untuk Pengemasan Ramah Lingkungan



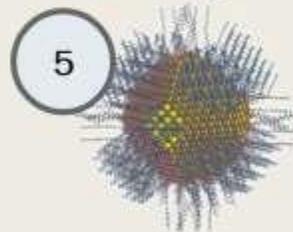
LATAR BELAKANG



Produksi plastik mencapai 368 juta ton pada tahun 2019. Dari data tersebut 39,6% digunakan sebagai bahan pengemas (PlasticEurope, 2020)



Semi-refined iota karagenan



Nanopartikel
SiO₂ dan ZnO



Gelatin
ikan





FINDER U-COE

EDIBLE FILM

RISET DAN PENGEMBANGAN

Camellia Panatarani

Departemen Fisika, FMIPA &
Functional Nano Powder University Center of Excellence
(FiNder U-CoE)
Universitas Padjadjaran

Sinergitas Pengembangan Rekayasa Pengemasan Biodegradable



University Center of Excellence?



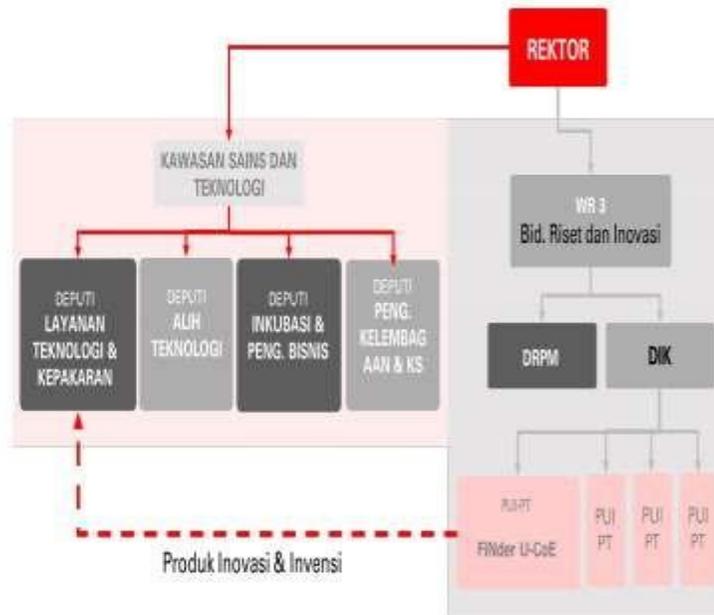
**PUSAT
UNGGULAN
IPTEKS
PERGURUAN
TINGGI**

Pusat Unggulan Iptek Perguruan Tinggi (PUI-PT) merupakan lembaga/unit organisasi litbang di perguruan tinggi yang **TELAH MELEWATI SIFAT UTAMA LPI (Lembaga Penelitian Inovatif)** yaitu telah memiliki karya-karya penelitian bersifat mendasar, proving, pengembangan metode baru, dan bersifat lintas serta **MULTIDISIPLINER** yang telah dapat diaplikasikan melalui prototipe dalam **SKALA PILOT** plan

<https://www.pui-pt.org/>



FiNder U-CoE



Functional Nano Powder University Center of Excellence adalah **Pusat Unggulan Ipteks Perguruan Tinggi (PUI-PT)** yang berada di Universitas Padjadjaran. Bidang riset yang digeluti PUI-PT ini meliputi bidang multi-disiplin nano powder yaitu proses pengolahan dan fungsionalisasi karbon untuk bahan baku elektronika dan bahan baterai, bahan baku untuk berbagai industri pangan, kosmetik, lubrikan, cat, obat-obatan, pengendalian hama, biosensor, dan lain-lain.

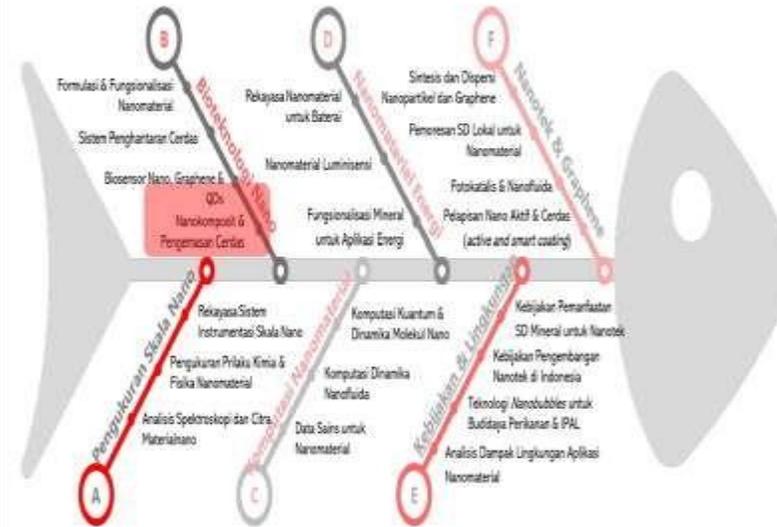
ABOUT FiNder U-CoE

<https://finder.ac.id/>

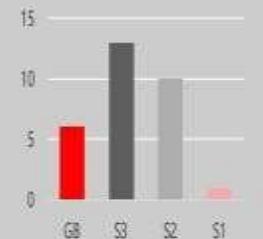
10
STAFF

2
POSTDOC

FISHBONE DIAGRAM



RESEARCHER 30



FIELDS:

Physics; Material Science; Chemistry; Biology; Animal Husbandry; Agriculture, Fisheries & Marine Science, Dental Materials; Public Policy; Instrumentation & Control; Agricultural Industry Technology, Pharmacy

2

Regional Associate Society of Chemical Engineering Japan (SCEJ)



JOURNAL MANAGEMENT

Journal of Powder Technology and Advanced Functional Materials

Webinar Inovasi Produk Perikanan Untuk Pengemasan Ramah Lingkungan



Bahan

- rumput laut *Eucheuma cottonii*,
- tepung karagenan,
- gliserin (gliserol),
- aquades (air layak minum),
- Lilin lebah / beeswax,
- kertas label,
- tissue, dan
- kertas minyak.



Peralatan

- blender,
- food processor,
- refrigerator,
- timbangan,
- talenan,
- pisau,
- baskom,
- sendok,
- panci,
- kompor,
- piring,
- mangkuk,
- saringan,
- lap,
- sealer,
- thermometer,
- alat cetak,
- panci ukur, dan
- oven pengering.



Pengembangan
Kemasan
Biodegradable
dari Karagenan
dan
Rumput Laut
(2016-2019)

Webinar Inovasi Produk Perikanan Untuk Pengemasan Ramah Lingkungan



III. PROSEDUR PEMBUATAN

Prosedur Pembuatan Kemasan Biodegradable

BBP3KP,2021



1
Cuci bersih RL kering kemudian rendam selama semalam



2
Tiriskan rumput laut selama \pm 30 menit



3
Lumatkan RL menggunakan food processor



4
Siapkan RL(35; 40; 45%), karagenan (1,75; 2; 2,25%), gliserin (2%), dan air



5
Haluskan RL atau karagenan dg 3/4 bag air hingga halus seperti bubur menggunakan blender



6
Masak ¼ bag air hingga mendidih lalu masukkan bubur RL atau karagenan, aduk hingga homogen (15menit)

Webinar Inovasi Produk Perikanan Untuk Pengemasan Ramah Lingkungan



BBP3KP, 2021



7
Tambahkan gliserin (2%),
terus diaduk selama
5 menit



8
Saring larutan
menggunakan saringan
teh



9
Cetak larutan pada
cetakan kaca dgn
kedalaman 3 mm



10
Keringkan pada suhu
35-45°C selama 24-30 jam



11
Lepaskan kemasan
biodegradable dari
cetakan siap diaplikasikan
bentuk wrap, sachet & tas



12
Produk kemasan
biodegradable dari
rumput laut dan
karagenan

Webinar Inovasi Produk Perikanan Untuk Pengemasan Ramah Lingkungan



STANDAR

- ❑ Kemasan Biodegradable yang baik harus tidak mudah dilewati oleh uap air atau memiliki laju transmisi uap air yang rendah.
- ❑ Semakin besar kekuatan tarik akan mampu melindungi produk yang dikemasnya dari gangguan mekanis.
- ❑ Karagenan mempunyai kemampuan mengikat air yang lebih baik daripada rumput laut, sehingga kemasan Biodegradable dari karagenan mempunyai kuat Tarik yang lebih besar.
- ❑ Persentase elongasi dikatakan baik jika nilainya lebih dari 50% dan dikatakan jelek jika nilainya kurang dari 10% (Suryaningrum, 2005 dalam Irianto et al, 2006). q Ketebalan maksimal 0,0250 cm

KELEMAHAN



KKNM PPM 2021 Mempersiapkan.

WEBINAR INOVASI PRODUK PERIKANAN UNTUK PENGEMASAN RAMAH LINGKUNGAN



MC
Milani Hartina Bawa
(Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Padjadjaran)



Moderator
Bunga Hishaka Affandi
(Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Padjadjaran)

Narasumber



Dr. Emma Rochima, SPI., MSi.
(Dosen Fakultas Perikanan dan Ilmu
Kelautan Universitas Padjadjaran)



Dr. Gemilang Lara Utama S., S.Pt., M.I.L.
(Dosen Fakultas Teknologi Industri Pertanian
Universitas Padjadjaran)

FREE + e-Sertifikat

Minggu, 8 Agustus 2021

9.30-11.30 WIB

<https://bit.ly/WEBINARKKNPPM2021>

Contact Person :

Elfina Khairunnisa (0852-7474-7364)

Dewi Nurjannah (0823-1762-2734)



@ikanpedia.unpad



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada:

Dr. Emma Rochima, SPI., M.Si

Sebagai **NARASUMBER**
dalam acara Webinar yang berjudul 'Inovasi
Produk Perikanan Untuk Pengemasan Ramah
Lingkungan'
yang diselenggarakan pada 8 Agustus 2021

Ketua Pelaksana

Mohamad Naufal Nugraha
NPM. 170510180013

Dosen Pembimbing Lapangan

Dr. Emma Rochima, S.Pi., M.Si.
NIP.197106281999032002

