

## Upaya Pengembangan Kreatifitas Istri Nelayan dalam Mengolah Makanan Berbahan Dasar Ikan di Kelurahan Boneoge Kab. Donggala

Fauzan Abdul Latif

Program Studi Keperawatan, Fakultas Kesehatan, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

Email: danilaja78@gmail.com

### Abstrak

Kabupaten Donggala pada indikator pertama yakni dari kinerja perekonomian masyarakat yang diukur dari tingkat kemiskinan dan ketimpangan menunjukkan bahwa selama periode 2015-2019, angka kemiskinan di Kabupaten Donggala meningkat dari 54,17 ribu jiwa di Tahun 2015 menjadi 55,83 ribu jiwa di Tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa baik rumah tangga miskin (RTM) maupun jumlah penduduk miskin menuju ke atas garis kemiskinan semakin banyak. Tujuan dari proyek ini adalah untuk memenuhi program pejuang pemuda dalam upaya pemberdayaan masyarakat khususnya para istri nelayan dalam memanfaatkan hasil laut berupa ikan yang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan dan dijadikan sebagai usaha tambahan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan hidup, serta mendukung metode pemasaran online agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luar daerah. Strategi Pengembangan Program Kegiatan menggunakan metode online dan offline dengan mendukung cara memasarkan dan mengembangkan kreativitas istri nelayan dalam mengolah hasil laut tersebut. Strategi marketing dan publikasi yang akan dilakukan untuk mendukung pelaksanaan proyek ini menggunakan metode online dan offline. Strategi publikasi produk dilakukan secara online dengan memanfaatkan e-commerce (Shopee & Tokopedia) dan Social Media (Instagram, Tik Tok, dan Facebook). Sedangkan strategi offlinenya produk yang akan dibuat menasar target pasar utama yaitu masyarakat Kabupaten Donggala. Hasil proyek berbasis tim menunjukkan bahwa istri nelayan mendapatkan wawasan pengetahuan umum yang luas tentang bagaimana mengelola hasil laut secara umum yang luas untuk diterapkan di lapangan sebagai ahli manajemen profesional dan wirausaha di bidang pengelolaan hasil laut. terjadi peningkatan pengetahuan istri nelayan tentang cara proses pemasaran hasil laut secara umum yang luas

**Kata kunci:** Pengembangan Kreativitas, Pengolahan Makanan, Perempuan

### Abstract

Donggala Regency as an indicator, namely the performance of the community as measured by the poverty level and initially showed that during the 2015-2019 period, the poverty rate in Donggala Regency increased from 54.17 thousand people in 2015 to 55.83 thousand people in 2019. This is a lot shows that both poor households (RTM) and the number of poor people moving above the poverty line are increasing. The purpose of this project is to fulfill the youth program in an effort to empower, especially fishermen's wives in utilizing marine products in the form of fish which can be processed into various types of food and used as an additional effort to increase income and welfare of life, as well as educate online marketing methods so that products can be recognized by people outside the region. Activity Program Development Strategy using online and offline methods by educating how to market and developing the creativity of fishermen's wives in processing these marine products. The marketing and publication strategies that will be carried out to support the implementation of this project use online and offline methods. The product publication strategy is carried out online by utilizing ecommerce (Shopee & Tokopedia) and social media (Instagram, Tik Tok, and Facebook). Meanwhile, the offline strategy for product to be made is targeting the main target market, namely the people of Donggala regency. The results of the team-based project show that fishermen's wives gain general knowledge about how to manage marine products in general which are broad to be applied in the field as professional management experts and entrepreneurs in the field of marine products management large

**Keywords:** Creative Development, Processing Food, Woman

Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0)

## PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan permasalahan umum yang dihadapi oleh negara-negara yang sedang berkembang di dunia. Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang terus berupaya untuk menyelesaikan permasalahan kemiskinan bagi warga negaranya. Salah satu langkah nyata adalah melalui penerbitan kebijakan pemerintah melalui dokumen peraturan perundang-undangan yang mendukung pengentasan kemiskinan yang kemudian dituangkan ke dalam program-program pengentasan kemiskinan. Sebagaimana Presiden Joko Widodo saat mulai menjabat telah memproklamkan Program Nawacita yang berisi tentang 9 (Sembilan) prioritas pembangunan selama menjadi Presiden Republik Indonesia. Terdapat 2 (dua) Program Nawacita yang pro pada program pengentasan kemiskinan, yaitu: membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan; dan meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia melalui program Indonesia Pintar dengan wajib belajar 12 tahun bebas pungutan dan program Indonesia Sehat untuk peningkatan layanan kesehatan masyarakat. Serta Indonesia Kerja dan mendorong program kepemilikan tanah seluas sembilan juta hektar (Murdiyana & Mulyana, 2017)

Pengentasan Kemiskinan merupakan amanah konstitusi yang menjadi tanggung jawab negara. Indikator utama keberhasilan suatu negara dilihat dari pertumbuhan ekonomi dalam hal ini seberapa banyak indeks kemiskinan di suatu negara. Kemiskinan adalah salah satu tujuan pembangunan nasional, keberhasilan atau kegagalan pembangunan sering dikaitkan dengan sejauh mana peranannya dalam mengatasi masalah kemiskinan. Konteks kemiskinan pada daerah dapat dilihat dari meningkatnya pengangguran, lemahnya dalam kemampuan berusaha, keterbatasan akses usaha peningkatan sosial ekonomi dan keterbatasan serta keterbelakangan pemenuhan kebutuhan dasar. Dengan demikian, kemiskinan erat kaitannya dengan kuantitas dan kapasitas penduduk di suatu daerah. Periode kedua Presiden Jokowi, indikator penetapan daerah tertinggal belum berubah. Kinerja penetapan dan pengentasan DTKS (Data terpadu kesejahteraan sosial) diukur dari perekonomian masyarakat, kualitas sumberdaya manusia, sarana dan prasarana, kemampuan keuangan daerah, aksesibilitas dan karakteristik wilayah. Enam indikator tersebut dapat dikategorikan sebagai indikator ekonomi, infrastruktur, kualitas sumberdaya manusia, keuangan daerah dan geografi. (Pettalongi et al., 2021)

Tantangan baru telah muncul bagi Indonesia menyoal kisah suksesnya dalam mengurangi tingkat kemiskinan selama beberapa dekade terakhir. Meskipun angka tersebut turun dari 24% pada tahun 1999 menjadi 9,8% pada tahun 2020 (Statistik Indonesia, 2020), laju penurunan rata-rata turun dari 1,9% antara tahun 1970-an dan 1990-an menjadi hanya 0,5% antara tahun 2002 dan 2017 (Yusuf, 2018; Dunia Bank, 2020). Tren ini juga dapat diperparah dengan meningkatnya ketimpangan pendapatan (Balisacan & Pernia, 2002; Ram, 2007; Fosu, 2017), yang koefisien Gini-nya naik dari 0,30 pada 1999 menjadi 0,39 pada Maret 2020 (Badan Pusat Statistik, 2020b). Selain itu, kerentanan Indonesia terhadap tingkat kemiskinan relatif tinggi, dengan 30% penduduknya miskin atau rentan terhadap kemiskinan (Bank Dunia, 2020). Misalnya, ketika krisis keuangan Asia melanda perekonomian Indonesia, jumlah penduduk yang hidup di bawah \$3,2 per hari (garis kemiskinan Bank Dunia untuk negara-negara berpenghasilan menengah ke bawah) meningkat dari 79,8% pada tahun 1996 menjadi 90,2% pada tahun 1998. Pulih dari krisis, banyak orang miskin Indonesia yang keluar dari kemiskinan (Purwono et al., 2021)

Kabupaten Donggala pada indikator pertama yakni dari kinerja perekonomian masyarakat yang diukur dari tingkat kemiskinan dan ketimpangan menunjukkan bahwa selama periode 2015-2019, angka kemiskinan di Kabupaten Donggala meningkat dari 54,17 ribu jiwa di tahun 2015 menjadi 55,83 ribu jiwa di Tahun 2019. Sedangkan persentase kemiskinan juga mengalami kenaikan dari 18,11 persen di Tahun 2015 menjadi 18,40 persen di Tahun 2019. Hal ini berarti Kabupaten Donggala menggeser kedudukan Kabupaten Tojo Una-Una sebagai kabupaten yang persentase tingkat kemiskinannya tertinggi di Sulteng. Pemberdayaan masyarakat merupakan hal penting yang perlu dilakukan sebagai upaya memberdayakan kelompok yang dinilai lemah atau rentan terhadap kemiskinan. Menurut Haris (2014) pemberdayaan masyarakat dapat tercapai, jika masyarakat memiliki kemampuan, kekuatan dan dapat melepaskan diri dari berbagai keterpurukan, keteringgalan dan keterbelakangan dan dengan demikian keinginan untuk menjadi suatu kelompok yang maju, mandiri dan terpenuhi segala kebutuhannya bisa tercapai. Adapun tujuan dari proses pemberdayaan masyarakat adalah untuk memandirikan warga masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidup keluarga dan mengoptimalkan sumberdaya yang dimilikinya.

Keinginan masyarakat agar dapat meningkatkan ekonomi keluarganya adalah dengan bekerja ke daerah lain ataupun ke luar negeri. Solusi untuk mengurangi keinginan masyarakat desa untuk bekerja ke luar daerah ini adalah dengan meningkatkan ekonomi pedesaan. Dengan dukungan pemerintah, program

peningkatan ekonomi desa sangat diperlukan, dan hal ini sesuai dengan Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Republik Indonesia, 2004) bahwa paradigma pembangunan di Indonesia dari pembangunan yang bertumpu pada negara menjadi paradigma pembangunan yang bertumpu pada masyarakat. Ini dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan masyarakat guna mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat. (Katili et al., 2019)

Dalam mengatasi problem kemiskinan dibutuhkan intervensi pemerintah yang sesuai sasaran dan tujuan. Langkah-langkah intervensi dalam mengatasi kemiskinan harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu; Program penanggulangan kemiskinan hanya berjalan baik dan efektif apabila ada suasana tentram dan stabil, pertumbuhan penduduk dapat dikendalikan, lingkungan hidup, program yang berkelanjutan, pendelegasian wewenang atau desentralisasi dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan terhadap program penanggulangan kemiskinan yang diupayakan pada tingkatan pemerintahan serendah mungkin, tekanan yang paling utama seyogyanya diberikan pada perbaikan pelakunya, terutama manusianya (*invest in people*) menyangkut aspek pendidikan dan kesehatan, pelayanan bagi orang jompo, yatim piatu, dan kelompok masyarakat lain yang memerlukan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari upaya menanggulangi kemiskinan.

Keputusan yang dikeluarkan oleh Pemerintah didalam merevitalisasi dan mengelompokkan Organisasi perempuan ini di bawah Departemen dalam federasi menyebabkan lahirnya Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (selanjutnya disebut PKK), yaitu Organisasi yang mewadahi perempuan yang tidak berada di bawah Departemen. pada organisasi ini pada awalnya dari Pendidikan Kesejahteraan Keluarga yang didalamnya melibatkan partisipasi perempuan dan merupakan program pendidikan perempuan. sejalan dengan organisasi ini selanjutnya berubah menjadi pembinaan kesejahteraan keluarga yang berupaya tidak hanya saja mendidik kaum perempuan, akan tetapi membina serta membangun keluarga di bidang mental spiritual dan fisik material serta peningkatan sandang, papan kesehatan, serta mutu dan juga keluarga sejahtera (Hanis & Marzaman, 2020).

Sesuai data di atas, sepatutnya strategi penanggulangan kemiskinan di Kabupaten Donggala diletakkan pada program anti kemiskinan penguatan kelembagaan ekonomi seperti Kredit Usaha Rakyat Daerah (KURDA), pendampingan UMKM, Ultra Mikro (Umi), asuransi petani dan nelayan, peningkatan infrastruktur publik dan akses pasar pada empat belas kecamatan tadi ke wilayah timur Kalimantan. Sedangkan pada dua kecamatan yakni Sojol Utara dan Rio Pakava diletakkan pada penguatan jaring pengaman sosial, kelembagaan ekonomi dan akses pasar.

Angka pengangguran di Kabupaten Donggala menurun dari 3,13 persen pada 2015 menjadi 2,81 persen pada 2019. Indikator ini menjadi prestasi positif bagi Donggala, namun semu karena pertumbuhan ekonomi Kabupaten Donggala mengalami penurunan dari 5,99 persen pada 2015 menjadi 5,55 persen pada 2019 seharusnya menaikkan angka pengangguran terbuka. Hal ini berarti terjadi paradoks Okun di Kabupaten Donggala. Hukum Okun menyatakan bahwa bila laju pertumbuhan ekonomi meningkat, maka angka pengangguran akan menurun, dan sebaliknya. Selanjutnya, ketimpangan pendapatan di Kabupaten Donggala yang ditunjukkan oleh Koefisien Gini meningkat 0,31 poin pada 2015 menjadi 0,33 poin pada 2019. Hal ini berarti bahwa ada 1 persen penduduk Donggala yang tadinya menguasai 31 persen kekayaan Donggala meningkat menjadi 1 persen penduduk Donggala menguasai 33 persen kekayaan Donggala.

Kemiskinan merupakan suatu fenomena yang bersifat *multiface* atau multidimensi. Chambers (dalam Nasikun, dalam Suryawati, 2005) menyatakan bahwa kemiskinan adalah suatu *intergrated concept* yang memiliki lima dimensi, yaitu: (1) kemiskinan dalam artian kekurangan uang atau barang untuk memenuhi kehidupan; (2) ketidakberdayaan (*powerless*); (3) kerentanan menghadapi sesuatu yang darurat (*state of emergency*); (4) ketergantungan (*dependence*); dan (5) keterasingan baik secara sosial maupun geografis. Dalam pandangan lain, menyatakan bahwa persoalan kemiskinan mencakup dimensi-dimensi: (1) sosial, tidak terintegrasinya masyarakat miskin dalam institusi sosial yang ada, serta adanya internalisasi budaya kemiskinan yang merusak kualitas hidup; (2) politik, tidak adanya warga organisasi yang dapat menampung aspirasi dan kebutuhan kaum miskin sehingga mereka tidak terlibat dalam pengambilan keputusan; (3) ekonomi, tampil dengan rendahnya pendapatan, sehingga tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan hidup secara layak. Dengan demikian fenomena kemiskinan yang bersifat *multiface* atau multidimensi, secara umum dapat disederhanakan dalam dua aspek, yakni secara materi maupun non materi. (Universitas Brawijaya et al., 2019)

Akses pendidikan mengenai Indikator kedua kinerja pembangunan sumberdaya manusia. Sebagai kabupaten tertinggal, dari sisi pendidikan, rata-rata jarak ke SD/MI di DTKabupaten Donggala mencapai 13,50 km. Sedangkan Jarak rata-rata nasional antara SD/MI dengan tempat tinggal anak usia sekolah hanya

8,73 km. Ini berarti dari sisi jarak rumah penduduk dan SD/MI, Kabupaten Donggala patut memperpendek jarak tersebut terutama berkaitan sekolah satu atap yang berbasis pada potensi rombongan belajar dan ketersediaan guru kelas. Jarak rumah penduduk ke SMP/MTs di DT Kabupaten Donggala mencapai 13,43 km. Sedangkan Jarak rata-rata nasional ke SMP/MTs hanya 7,97 km. Hal ini berarti baik SD/MI maupun SMP/MTs di Kabupaten Donggala berjarak hampir dua kali lipat yang tentunya faktor topografi bergunung dan lerang mempersulit anak ke sekolah.

Sisi kesehatan, rata-rata jarak praktek dokter di di DT Kabupaten Donggala mencapai 34 km. Sedangkan rata-rata nasional jarak praktek dokter ke rumah penduduk hanya berjarak 18,51 km. Rata-rata jarak praktek bidan di DTKabupaten Donggala mencapai 34,36 km. Sedangkan rata-rata jarak nasional praktek bidan, hanya 16,69 km. Hal ini mengindikasikan bahwa jarak pelayanan publik masih menjadi kendala utama di DT Kabupaten Donggala yang hampir dua kali lipat jarak nasional. Secara umum, ukuran jarak rumah penduduk ke pusat pelayanan publik, Kabupaten Donggala sebagai kabupaten tertinggal dua kali di bawah jarak nasional. Kinerja pembangunan manusia di DT Kabupaten Donggala tertinggal 1,05 kali lipat di belakang Provinsi Sulteng pada 2015. Pada Tahun 2019, didapatkan angka stunting tertinggi di Sulteng berada di DT Kabupaten Donggala. Angka Stunting tersebut mencapai 6.977 balita stunting dari 19.983 balita terintery setiap bulan. Hal ini berarti proporsinya mencapai 34,9 persen, merupakan persentase tertinggi di Sulawesi Tengah .

Berdasarkan data di atas, sepatutnya strategi penanggulangan kemiskinan di Kabupaten Donggala diletakkan pada program anti kemiskinan penguatan kelembagaan ekonomi seperti Kredit Usaha Rakyat Daerah (KURDA), pendampingan UMKM, Ultra Mikro (Umi), asuransi petani dan nelayan, peningkatan infrastruktur publik dan akses pasar pada empat belas kecamatan tadi ke wilayah timur Kalimantan. Sedangkan, pada dua kecamatan yakni Sojol Utara dan Rio Pakava diletakkan pada penguatan jaring pengaman sosial, kelembagaan ekonomi dan akses pasar.

Dari hal-hal tersebut kami dari pejuang muda berinisiatif untuk membangun usaha kecil-kecilan dari istri nelayan, karena mereka berpotensi untuk meningkatkan atau membantu perkembangan peningkatan ekonomi di daerah mereka tempati.

## METODE

Strategi marketing dan publikasi yang akan dilakukan untuk mendukung pelaksanaan proyek ini menggunakan metode *online dan offline*. Strategi pubikasi produk dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan *e-commerce (Shopee & Tokopedia)* dan *Social Media (Instagram, Tik Tok, dan Facebook)*. Sedangkan strategi offlinenya produk yang akan dibuat menyasar target pasar utama yaitu masyarakat Kabupaten Donggala. Dengan cara ini pula maka target pasar dari produk ini bisa meluas jauh lebih besar. Selain itu produk akan disusun *brand identity* baru agar produk memiliki ciri khas dan mudah diingat oleh konsumen. Tujuan dalam proyek ini adalah untuk memenuhi salah satu tugas program pejuang muda, juga untuk upaya pemberdayaan masyarakat kabupaten Donggala khususnya para istri nelayan dalam memanfaatkan hasil laut berupa ikan yang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan dan dijadikan usaha tambahan guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan hidup.

Menurunnya penjualan dan kepercayaan konsumen juga sangat berpengaruh terhadap bisnis UMKM, untuk itu pelaku usaha perlu membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan konsumen atau *relationship marketing*. Relationship marketing merupakan orientasi bisnis yang terfokus pada menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan membangun hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentuk loyalitas konsumen (Kotler, Philip dan Armstrong, 2012). Dalam Penelitian (Hardilawati, 2019) diperoleh hasil bahwa *customer relationship marketing* berpengaruh namun tidak signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Hal ini terjadi karena masih kurangnya pemahaman atau kurang maksimalnya penerapan *relationship marketing* oleh UMKM. *Relationship marketing* yang lebih tepat dan maksimal diharapkan dapat membantu UMKM untuk dapat bertahan dan memiliki daya saing yang tinggi. (Hardilawati, 2020).

Menurut Irmawati (2011) model bisnis dalam layanan bisnis online (*e-marketing*) terbagi atas 6 (enam) jenis, antara lain: *Connectivity* Bisnis yang berbasis layanan akses internet kepada pelanggannya. *Context* Bisnis yang memberikan layanan dengan berupa informasi dan hiburan. *Content* Bisnis yang memberikan layanan dengan basis berupa teks atau gambar sebagai inti bisnisnya. *Communication* Layanan komunikasi berbasis internet dengan menggunakan media interaktif. *Community* Bisnis yang membngun komunitas digital dengan media message, board, web chat, maupun penyedia web mail. *Commerce* Model bisnis yang melakukan aktivitas bisnis berbasis internet. (Purwana et al., 2017).

Pelaksanaan kegiatan *project* yang dilaksanakan menggunakan metode transfer ilmu pengetahuan kepada mitra melalui pelatihan dan pendampingan dilaksanakan selama 2 (dua) bulan dengan total durasi pelaksanaan 80 Jam. Pendampingan dan pelatihan dilakukan dimulai dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman dasar-dasar pemanfaatan sosial media (*Instagram, Tik Tok, dan Facebook*). sebagai sarana pemasaran hingga sampai mitra mampu melakukan pemanfaatan secara berkelanjutan.

Metode penyelesaian masalah dalam program pengabdian masyarakat di kabupaten Donggala dengan metode penyelesaian berupa pelatihan, pendampingan, dan monitoring evaluasi. Pelatihan berlangsung selama 30 jam, pendampingan berlangsung selama 30 jam, dan monitoring evaluasi berlangsung selama 20 jam.

Tahap pelatihan terdiri dari beberapa kegiatan yaitu: (1) pelatihan pengenalan packaging dan branding merupakan pelatihan terkait pengemasan dan merk produk; (2) pelatihan dokumentasi produk merupakan pelatihan terkait cara pengambilan gambar untuk produk yang akan di pasarkan; (3) pelatihan media sosial merupakan Pelatihan terkait media sosial untuk sarana pemasaran sebuah produk, dan cara memposting dan memberi caption yang menarik; (4) pelatihan marketplace merupakan pelatihan terkait marketplace untuk sarana pemasaran sebuah produk, dan cara memposting dan memberi caption yang menarik; (5) pelatihan menerima pesanan dan mengirim barang merupakan pelatihan terkait bagaimana menerima pesanan serta metode pembayarannya, mengirim barang melalui jasa antar paket. (Sasongko et al., 2020).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kab Donggala merupakan daerah yang dikelilingi dengan laut, mayoritas kepala rumah tangga bermata pencaharian sebagai nelayan, sedangkan para istri nelayan hanya mengurus rumah tangga saja, maka strategi yang akan kami lakukan adalah, memanfaatkan hasil laut berupa ikan, dan mengembangkan kreatifitas para istri nelayan dalam mengolah hasil laut tersebut, serta mengenalkan para istri nelayan tentang resep makanan olahan ikan yang belum banyak diketahui di daerah kab Donggala, dan mengedukasi tentang bagaimana pemasarannya secara online.

### **Kegiatan Produksi**

Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan praktek langsung dalam melakukan proses produksi yaitu pada tahap ketika produk sudah menjadi ikan yang sudah di olah, namun masih perlu dilakukan penyortiran produk agar dalam membedakan antara produk yang kualitas baik dan kualitas yang buruk, sehingga produk akan mampu mempunyai nilai jual yang tinggi dan resiko kerugian akibat kebusukan atau kerusakan produk akan dapat dikurangi.

### **Kegiatan Pengembangan Pemasaran**

Metode mengatasi permasalahan pemasaran adalah dengan memberikan pelatihan teknik-teknik pemasaran dan langsung diterapkan bersama-sama mitra. Caranya dengan memperkenalkan konsep-konsep pemasaran praktis yang mudah diseraop dan dilaksanakan mitra seperti pentingnya menjaga standar kualitas produk, harga yang tepat, saluran distribusi yang efektif, tehnik-tehnik promosi, tehnik komunikasi pemasaran, pelayanan prima, penampilan fisik yang menarik, memilih pasar potensial dan lain-lain. Selanjutnya materi pelatihan tersebut langsung dipraktekkan oleh mitra mulai dengan menyortir produk, memperbaiki kemasan, membuka network keberbagai warung/minimarket/swalayan dengan disertai brosur, pamflet, spanduk dan baliho yang dipasang di tempat strategis, serta membuat sebuah tempat yang dijadikan sebagai pusat oleh-oleh khas kabupaten Donggala sehingga para wisatawan yang berkunjung ke pantai pusat laut, mudah mendapatkan oleh-oleh ikan yang sudah di olah dari Donggala. Serta mengidentifikasi wilayah pemasaran potensial dan lain-lain.

### **Kegiatan Manajemen Pengembangan Produk Agar Menghasilkan Produk yang Berkualitas**

Metode mengatasi permasalahan pemasaran adalah dengan memberikan pelatihan pengelolaan atau teknik mengatur kegiatan pengembangan produk sesuai kebutuhan. Keterlibatan mitra adalah langsung mempraktekkan teknik pengembangan produk dengan menyortir produk sampai ke packing produk yang berkualitas menggunakan teknologi tepat guna. Sehingga mampu menyelaraskan produksi dengan permintaan pasar. Secara kuantitatif luaran ini dapat diukur dari berkurangnya tingkat kerusakan produk. (Erdawati & Mia Muchia Desda, 2021)



**Gambar 1.** Kegiatan Pelaksanaan

Berdasarkan kegiatan pengembangan kreativitas di Kabupaten Donggala didapatkan hasil yang pertama, adanya peningkatan wawasan marketing terutama para istri nelayan tentang cara mengelolah hasil laut secara umum yang luas untuk diterapkan dilapangan sebagai seorang ahli pengelolahan yang professional dan/atau seorang pengusaha dibidang pengelolah hasil laut. *yang kedua*, adanya aksi gotong royong dalam arti saling membantu dalam meningkatkan kesejahteraan dan peningkatan ekonomi masing-masing masyarakat di Kabupaten Donggala.



**Gambar 2.** Selesai Kegiatan

Marketing program ini bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan menggunakan prinsip-prinsip *sociopreneurship*. Produk yang akan dibuat menyasar target pasar utama yaitu masyarakat Kabupaten Donggala namun, karena program juga melakukan promosi dan publikasi produk melalui *online* diharapkan produk yang dipasarkan dapat mencapai luar wilayah Kabupaten Donggala.

Strategi publikasi produk dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan *e-commerce* (*Shopee & Tokopedia*) dan *Social Media* (*Instagram, Tik Tok, dan Facebook*). Karena dewasa ini hampir semua kalangan masyarakat memiliki handphone dan menggunakan social media dengan cara ini pula maka target pasar dari produk ini bisa meluas jauh lebih besar. Lalu publikasi *offline*. Selain itu produk akan disusun *brand identity* baru agar produk memiliki ciri khas dan mudah diingat oleh konsumen.

## KESIMPULAN

Proyek ini diharapkan kehidupan masyarakat di kabupaten Donggala Khususnya para nelayan dapat terbantu dalam peningkatan pendapatan dan taraf kesejahteraan hidupnya, istri nelayan juga diharapkan dapat mandiri dan lebih kreatif dalam mengolah makanan berbahan dasar ikan, keberhasilan *project* ini sangatlah diharapkan karena masyarakat sangat mengapresiasi dan siap menjalankan dengan penuh tanggung jawab, begitu juga dengan pihak pemerintah daerah yang selalu siap mendampingi demi



keberhasilan proyek ini.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada pemerintah daerah yang telah bekerjasama dalam meningkatkan pengembangan kreativitas masyarakat dan masyarakat kabupaten Donggala Seperti kelompok-kelompok usaha istri para nelayan dan juga masyarakat yang disekitaran pesisir pantai serta masyarakat lainnya dalam membantu kegiatan ini berlangsung.

Terimakasih juga kepada orang tua dan nuri ainin nabila yang sepenuh nya mendukung dan mensupport diri saya. Keberlanjutan *team based project* ini kami serahkan sepenuhnya kepada kelompok usaha yang sudah dibentuk, maka sebelumnya team pejuang muda Donggala akan memastikan bahwa kelompok usaha sudah mandiri dan berjalan dengan baik sebelum meninggalkan lokasi, serta akan meminta bantuan untuk monitoring dan evaluasi kepada perangkat desa dan dinas sosial kabupaten Donggala setidaknya 1 kali dalam sebulan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Erdawati & Mia Muchia Desda. (2021). PKM PEMBERDAYAAN ISTRI NELAYAN DALAM MENGELOLA USAHA IKAN KERING SEBAGAI SUMBER PENDAPATAN KELUARGA DI AIR BANGIS KABUPATEN PASAMAN BARAT. *Journal of Community Service*, 3(1), 033–040. <https://doi.org/10.56670/jcs.v3i1.73>
- Hanis, N. W., & Marzaman, A. (2020). Peran Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga dalam Pemberdayaan Perempuan di Kecamatan Telaga. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 8(2), 123. <https://doi.org/10.31314/pjia.8.2.123-135.2019>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Katili, M. R., Suhada, S., & Amali, L. N. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan dan Pendampingan dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(2), 181–191. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v8i2.7847>
- Murdiyana, M., & Mulyana, M. (2017). ANALISIS KEBIJAKAN PENGENTASAN KEMISKINAN DI INDONESIA. *Jurnal Politik Pemerintahan Dharma Praja*, 73–96. <https://doi.org/10.33701/jppdp.v10i1.384>
- Pettalongi, A., Hasriani, & N. Samani, Moh. I. (2021). IMPLEMENTASI PROGRAM PEMENTASAN KEMISKINAN DI DESA LOLI OGE KECAMATAN BANAWA KAB. DONGGALA. *Moderasi: Jurnal Studi Ilmu Pengetahuan Sosial*, 2(2), 8–15. <https://doi.org/10.24239/moderasi.Vol2.Iss2.42>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Purwono, R., Wardana, W. W., Haryanto, T., & Khoerul Mubin, M. (2021). Poverty dynamics in Indonesia: Empirical evidence from three main approaches. *World Development Perspectives*, 23, 100346. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2021.100346>
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>
- Universitas Brawijaya, Muhyiddin Robani, M., & Ekawaty, M. (2019). Analisis Dampak Pemberdayaan Perempuan terhadap Kesejahteraan Keluarga. *Al-Muzara'ah*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.29244/jam.7.1.1-18>