

## **IPTEKS PENGEMBANGAN DAN PROMOSI PRODUK BAGI MASYARAKAT KELOMPOK USAHA KRUPUK IKAN, IKAN ASIN, DAN DODOL RUMPUT LAUT DI KELURAHAN PULAU TIDUNG KECAMATAN KEPULAUAN SERIBU SELATAN**

MF. Arrozi Adhikara<sup>1</sup>, Christophera R. Lucius<sup>2</sup>, Jatmiko<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul

<sup>2</sup>Fakultas Desain Industri & Kreatif Universitas Esa Unggul

Jalan Arjuna Utara No 9, Kebon Jeruk Jakarta 11510

arrozi@esauunggul.ac.id

### **Abstract**

*The main objective of the community service program is to improve skills and knowledge on product development and promotion, product distribution and promotion as well as company management that are useful for the development of fish crackers, fish chips and seaweed dodol businesses. The results of the program will provide added value to the fish crackers, fish crackers and seaweed dodol business groups in helping to increase their production through the correct marketing process. The community service method uses Rapid Rural Appraisal with an action plan to empower the production of fish crackers, salted fish and seaweed dodol by conducting a coaching process in product development, as well as assistance in product promotion. The results of training activities on the development and promotion of fish crackers, salted fish and seaweed dodol products to improve the performance of MSMEs went smoothly because the participants were enthusiastic about participating in the event until it was over and felt the benefits of training for the progress of their business.*

**Keywords: Development, promotion, rapid rural appraisal, training.**

*Tujuan utama pengabdian masyarakat adalah melakukan peningkatan ketrampilan dan pengetahuan tentang pengembangan dan promosi produk, distribusi & promosi produk serta manajemen perusahaan yang berguna untuk pengembangan usaha krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut. Hasil program tersebut akan memberikan nilai tambah bagi kelompok usaha krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut dalam membantu meningkatkan hasil-hasil produksinya melalui proses pemasaran yang benar. Metode pengabdian masyarakat menggunakan Rapid Rural Appraisal dengan rencana tindak pemberdayaan usaha produksi krupuk ikan, ikan asin dan dodol rumput laut dengan melakukan proses pembinaan dalam pengembangan produk, serta pendampingan dalam promosi produk. Hasil kegiatan pelatihan pengembangan dan promosi produk krupuk ikan, ikan asin dan dodol rumput laut untuk meningkatkan kinerja UMKM berjalan dengan lancar karena peserta antusias mengikuti acara hingga selesai dan merasakan manfaat pelatihan bagi kemajuan usaha mereka.*

**Keywords : Pengembangan, promosi, rapid rural appraisal, pelatihan.**

### **Pendahuluan**

Negara Indonesia disebut juga sebagai *archipelago* karena wilayah negara merupakan kepulauan yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Indonesia terkenal sebagai Negara Bahari dengan luas negara banyak terdapat penguasaan wilayah di lautan. Disisi lain, Antar wilayah kepulauan dipisahkan oleh lautan. Wilayah lautan yang luas tersebut merupakan potensi sumber daya alam yang menghasilkan hasil ikan laut yang tak terhingga. Sumber daya alam ikan laut ini yang mampu dijadikan komoditas bagi penduduk Negara

Indonesia untuk sumber penghasilan baik di tingkat lokal, regional, dan internasional.

Sebagai sumber daya alam, ikan laut merupakan salah satu makanan dengan kandungan zat gizi berupa protein daging putih yang tinggi. Sumber gizi tersebut berupa protein hewani yang mampu mengganti sel-sel tubuh yang rusak dengan yang baru secara cepat dibandingkan protein hewani lainnya. Disamping itu, ikan laut banyak mengandung zat omega-3 yang baik bagi kesehatan jantung bagi manusia. Sehingga, ikan laut baik sekali dikonsumsi oleh manusia untuk keperluan

hidup sehari-hari karena harganya relatif lebih murah dibandingkan daging hewan lainnya.

Mengonsumsi ikan laut merupakan hal yang utama bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari dan layak dijadikan komoditas dengan harga yang terjangkau. Ikan laut sebagai komoditas manusia sangat diperlukan dan banyak dijumpai dengan sangat mudah di Indonesia dengan berbagai macam jenis ikan laut menurut wilayahnya, kandungan gizi tinggi, serta dapat dijadikan produk diversifikasi olahan dengan produk yang variatif. Produk ikan laut yang variatif merupakan hasil rekayasa teknologi untuk preferensi konsumen sesuai kebutuhannya, seperti dodol rumput laut, dendeng ikan, abon ikan, otak-otak ikan, ikan asin, krupuk ikan dan kripik ikan. Salah satu produk olahan ikan yang digemari masyarakat Indonesia dan satu-satunya makanan khas yang tidak dimiliki negara lain adalah krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut.

Salah satu penghasil krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut khas wilayah kepulauan adalah Krupuk dan Kripik Ikan Pulau Tidung yang berada pada Kecamatan kepulauan Seribu Selatan. Pulau Tidung merupakan *Kabupaten Administratif Kepulauan Seribu*, DKI Jakarta. Pulau Tidung mempunyai luas wilayah dengan ukuran lebarnya sebesar 200 M dan panjang pulau hanya sekitar 5 KM. Pulau ini terbagi dua yaitu Pulau Tidung Besar dan Pulau Tidung Kecil, antara 2 pulau dihubungkan dengan jembatan (Anonim, 2022). Pulau tidung juga memiliki sarana yang cukup lengkap antara lain, kantor kelurahan, kantor polisi, puskesmas, sekolah, dermaga, masjid, bidang usaha, dan lain-lain. Ekonomi Pulau Tidung banyak digerakkan oleh industri rumah tangga untuk menghasilkan komoditas krupuk ikan, kripik ikan, dodol rumput laut, usaha kuliner, dan industri wisata (BPS, 2022). Bidang usaha dan jenis usaha Pulau Tidung ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Bidang Usaha**

NO	KETERANGAN	JUMLAH	ANGGOTA
1	Koperasi Serba Usaha	3	250
2	Perusahaan Industri Kecil	1	24
3	Perusahaan Industri Rumah Tangga	20	20
4	Hotel Bintang	0	0
5	Hotel Melati	0	0
6	Losmen	12	12
7	Hostel	0	0
8	Motel	0	0
9	Restoran	0	0
10	Warung Makan	14	14

Sumber: BPS, 2022

Proses produksi pembuatan krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut di industri rumah tangga di Pulau Tidung dilakukan secara terbatas dan sederhana, hal tersebut juga dibarengi dengan proses pemasaran yang masih sangat sederhana, dimana para penghasil hanya melakukan pemasaran sebatas menjual hasil produksinya ke wilayah sekitar Pulau Tidung yang dianggap ramai tanpa mencoba mengembangkan pola produksi dan pemasarannya lebih jauh lagi.

Pembuatan produk-produk tersebut dilakukan secara turun temurun dan belum ada upaya untuk melakukan pengembangan produk yang ada supaya lebih “menjual” ataupun upaya pengembangan produk baru yang disesuaikan dengan perubahan lingkungan ataupun selera masyarakat. Hal tersebut yang juga mendasari pemikiran para penghasil sehingga mereka tidak melakukan perubahan pola pemasarannya. Hal ini terjadi karena penguasaan pengetahuan di bidang pengembangan produk, proses produksi dan pemasaran yang dilakukan para ibu rumah tangga sangat tidak dikuasai. Jadi untuk

pembuatan produk, proses produksi dan pemasarannya masih sangat konvensional, kesannya asal diproduksi dan kemudian dijual. Hal ini wajar karena pengalaman para ibu rumah tangga sudah sangat lama bergerak dalam industri rumah tangga (*home industri*), dan tidak pernah mendapatkan informasi ataupun pengetahuan terkait produk dan pemasarannya, sehingga mereka kesulitan menentukan yang benar tentang produksi dan pemasaran krupuk dan kripik ikan, ikan asin dan produk lainnya. Akibat tidak dipahaminya hal tersebut dengan benar, maka implikasinya adalah menyebabkan kesalahan ataupun kekurangan dalam proses *input* produk ikan, proses produksi krupuk dan kripik ikan, serta *output*/pemasaran produk krupuk dan kripik ikan, yang berupa:

1. Kesalahan penentuan standar kualitas bahan untuk krupuk dan kripik ikan dan dodol rumput laut.
2. Kesalahan melakukan proses produksi yang benar dalam pembuatan krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut.

3. Ketidaktahuan tentang pengembangan produk untuk krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut, baik berupa diversifikasi produk baru, cara pengepakan dan pembungkusan yang benar.
4. Ketidaktahuan dalam hal pemasaran produk, yaitu produk-produk yang sudah dikemas tidak informatif, tidak ada keunikan yang ditawarkan, tidak menjelaskan kapan kedaluwarsa produknya, kemasan tidak "good looking", kesan higienis terabaikan.
5. Ketidaktahuan dan ketidakpercayaan bahwa hasil produksinya bisa dijual sampai Jakarta ataupun Jabodetabek, dengan cara membuat jaringan distribusi dan komunikasi yang mapan.

Pengembangan produk dan pemasaran sangat penting karena merupakan salah satu dasar pencapaian omzet yang tinggi disamping faktor kemampuan dan kemauan membeli dari masyarakat.

Selain masalah-masalah tersebut di atas, hal yang paling mendasar adalah tingkat pendidikan yang rendah karena sebagian besar rata-rata pengelola hanya lulusan SMP, tidak mampu melakukan pengembangan produk dan pemasaran untuk memperoleh laba karena pengelola hanya mempertemukan proses input dan output secara sederhana dan pragmatis, tidak memahami bahwa setiap kegiatan produktif dapat dikembangkan produknya dan diperluas pangsa pasarnya.

Kondisi tersebut di atas akan menyulitkan pengembangan bagi *home industri* di masa datang bilamana keinginan untuk meningkatkan omzet tidak dibarengi dengan kemampuan dan ketrampilan dalam pengolahan produk dan cara-cara mendistribusikannya, hal ini akan menghambat perkembangan dan pertumbuhan industri rumah tangga tersebut. Masalah-masalah inilah yang menghinggapi kondisi dan situasi industri rumah tangga di Pulau Tidung Kepulauan Seribu.

### **Permasalahan**

Produk krupuk ikan dan kripiik ikan di Pulau Tidung tergolong sederhana dan terkesan murah karena proses produksinya secara rumah tangga, tidak banyak mengeluarkan biaya karena dilakukan secara sederhana dengan teknologi yang terbatas. Dalam proses produksinya, para pengelola hanya mengandalkan pengalaman saja tanpa pernah mendapatkan gambaran tentang bagaimana pengembangan suatu produk dan pemasaran dapat dilakukan. Implikasinya, pengelola industri rumah tangga krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut mengalami kesulitan yang sangat kompleks dari mulai input produk, proses produksi, sampai dengan output produksi.

Berdasarkan hal tersebut diatas, permasalahan yang terdapat pada produksi krupuk

ikan dan kripiik ikan di Pulau Tidung oleh pengelola industri rumah tangga adalah sebagai berikut:

1. Sampai saat ini belum ada proses pembelajaran mengenai pengelolaan suatu produk sampai dengan pengembangan produk baru untuk krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut industri rumah tangga di Pulau Tidung.
2. Belum adanya pengembangan produk baru atau produk yang ada dikembangkan wilayah pemasarannya, baik untuk krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut secara baik dan benar melalui pengembangan sistem distribusi dan promosi yang efektif.
3. Jadi, dari sisi produknya, para pengelola di Pulau Tidung belum melakukan apa yang disebut : *Product development strategy-provides the ability to Develop new products for existing markets and Develop new products for new markets*
4. Belum adanya cara pembungkusan dan pengepakan produk yang baik dan benar, yaitu dalam menentukan kaedah pembungkusan sesuatu produk, aspek yang paling penting biasanya ialah ia berfungsi sebagai *container* yang akan memuat dan melindungi produk supaya selamat dan tidak rusak. Namun hal tersebut belum diperhatikan, diantaranya seperti: Mempromosikan produk melalui visual (reka-bentuk, warna, lukisan, grafik dsb.) yang dapat memberikan *impression* yang baik kepada pengguna/ konsumen; Memperkenalkan identiti pengelola/perusahaan melalui logo atau nama; Memberi maklumat tentang produk (bahan, berat/ bilangan kandungan, cara guna, kadaluwarsa, halal, dsb.); Memberitahu mengenai promosi dengan informasi produk dikemasannya; Mudah untuk dibawa, transportasi dan penyimpanan (bahan, ukuran & bentuk); Kesesuaian dengan faktor biaya; mematuhi peraturan dan perundangan yang ditetapkan pihak berkuasa.

### **Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Tujuan utama kegiatan pengabdian masyarakat di Pulau Tidung pada industri rumahan kelompok usaha krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut adalah meningkatkan ketrampilan dalam bidang pengelolaan & pengembangan produk, pembungkusan & pengepakan produk, distribusi & promosi produk serta manajemen perusahaan yang berguna untuk pengembangan usaha krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut. Hasil program tersebut akan memberikan nilai tambah bagi kelompok usaha krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut dalam membantu meningkatkan hasil-hasil produksinya melalui proses pemasaran yang

benar. Implikasinya adalah kelompok usaha tersebut mampu untuk mandiri secara ekonomis dan edukasi.

Supaya tujuan program pengabdian masyarakat tercapai, maka metode kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Melakukan pelatihan tentang bagaimana pengelolaan dan proses produksi yang benar untuk produk krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut.
2. Melakukan pelatihan dan pengelolaan tentang pengembangan produk krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut.
3. Melakukan pelatihan tentang pembungkusan dan pengepakan produk krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut yang benar supaya produk tersebut sesuai dengan kaedah-kaedah pembungkusan dan pengepakan dan menciptakan nilai lebih.
4. Membantu membentuk jaringan distribusi baru yang tidak hanya menjual disekitar pulau Tidung saja, tetapi upaya untuk menjangkau distribusi sampai jakarta dan jika dimungkinkan sampai Jabodetabek.
5. Melakukan pelatihan dan pengajaran tentang pembuatan dan pelaksanaan promosi yang efektif untuk produk-produk yang akan dijual.
6. Melakukan pelatihan dan pengajaran tentang pengembangan pengetahuan masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan perusahaan (manajemen perusahaan) yang benar sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Pulau Tidung.

### **Metode Pelaksanaan**

Untuk mendukung tujuan tersebut Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul akan melakukan pengajaran, pelatihan, pendampingan dan pembinaan berkaitan dengan pengelolaan perusahaan yang meliputi : 1). Proses produksi yang benar untuk krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut, 2). Pengembangan Produk yang ada menjadi lebih banyak variasinya (deferensiasi), 3). Pembungkusan dan pengepakan yang memenuhi kaedah-kaedahnya, 4). Memperluas jaringan distribusi yang ada dan, 5). Melakukan promosi yang efektif untuk sarana pengenalan merk (*brand awareness*) dan upaya peningkatan penjualan produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi dua tahap, yaitu:

#### **1. Pendekatan *Quality Awareness*.**

Pendekatan *quality awareness* adalah kegiatan sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan pengelola industri rumah tangga dalam hal pengelolaan perusahaan yang dimulai dari penentuan bahan baku sampai dengan pengenalan produk melalui promosi dan perluasan jaringan

distribusi (Permana, 2017). Kegiatan ini melibatkan aparat pemerintahan setempat untuk mengorganisasi semua penduduk yang memiliki industri rumah tangga berupa produksi krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut.

#### **2. Metoda *Rapid Rural Appraisal (RRA)* untuk menyusun tindakan Pendampingan, Pelatihan, dan Pembinaan.**

Metoda penyusunan data dan rencana pengembangan *Rapid Rural Appraisal (RRA)*. *Rapid Rural Appraisal (RRA)* merupakan suatu kegiatan sistematis dan terstruktur yang dilakukan oleh peneliti atau tenaga ahli dari berbagai disiplin dengan tujuan mengumpulkan informasi dan data secara cepat dan efisien tentang fenomena kehidupan dan sumberdaya masyarakat di pedesaan (James, 1995). RRA memfokuskan pada upaya dan peran yang lebih besar kepada tim peneliti (*expert*) untuk melakukan pengkajian secara mendalam. Masyarakat cenderung ditempatkan sebagai objek kajian yang akan menjadi bahan bagi tim untuk menyusun asumsi, deskripsi, dan kerangka tindakan.

Metoda RRA digunakan untuk menyusun rencana tindak kesiapan masyarakat industri rumah tangga di Pulau Tidung dalam menyongsong dan mengembangkan perekonomian Pulau Tidung sebagai kawasan *home industri*, tujuan wisata, terutama rencana tindak yang berkaitan dengan kelompok usaha krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut dalam mengatasi masalah proses produksi, pembungkusan, pengembangan produk, distribusi dan promosi. Kegiatan tersebut meliputi pelatihan dan pendampingan kegiatan produksi krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut berbagai jenis yang ada di Pulau Tidung sampai dengan kemampuan untuk menjual/ promosi.

RRA akan dihasilkan rencana tindak pemberdayaan usaha krupuk ikan, kripiik ikan dan dodol rumput laut yang dilanjutkan dalam pendampingan sebagai berikut:

1. Melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai pengembangan produk baru sehingga lebih variatif (melakukan deferensiasi produk) baik dalam hal bentuknya maupun ukurannya, dan hal ini akan memberikan banyak pilihan bagi konsumen untuk membeli.
2. Melakukan pelatihan dan pengajaran mengenai cara-cara membuat jaringan distribusi dan pengelolaannya, sehingga hal ini akan menambah peluang meningkatnya pangsa pasar.
3. Melakukan pelatihan dan pengajaran mengenai cara-cara promosi yang efektif, baik dari sisi periklanan, *personal selling*, *sale promotion* dan publisitas, sehingga akan meningkatkan *brand awareness*, yang pada akhirnya akan meningkatkan omzet penjualan.

Program pengabdian masyarakat kelompok usaha krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut Pulau Tidung dilaksanakan melalui pelatihan, pembinaan, dan pendampingan proses pengelolaan usaha. Hasil proses pengabdian masyarakat akan mampu memberikan peningkatan pengetahuan mengenai ipteks bagi masyarakat kelompok usaha krupuk dan kripik ikan, peningkatan produktifitas kelompok usaha krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut, serta atensi kalangan akademisi terhadap kelompok usaha krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut. Luaran dari pengabdian masyarakat di kelompok usaha krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut adalah sebagai berikut : dihasilkannya cara-cara pengembangan produk yang ada untuk krupuk ikan, kripik ikan dan dodol rumput laut, terbentuknya metode dan cara-cara pendistribusian yang efektif sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat dijual ke pasar –pasar yang baru, dan terbentuknya metode dan cara-cara promosi yang efektif untuk produk-produk yang dihasilkan.

### **Sasaran dan Kegiatan PPM**

Sasaran dari kegiatan PPM ini adalah masyarakat Pulau Tidung yang memiliki usaha pembuatan krupuk ikan, keripik ikan, dan dodol rumput laut.

Kegiatan pelatihan pemasaran dilaksanakan di Pulau Tidung pada tanggal 5 sampai dengan 6 Oktober 2023 dihadiri oleh bapak-bapak perangkat desa dan serta pelaku usaha kecil rumah tangga (*home industry*) berupa industri krupuk mikan, keripik ikan, dan dodol rumput laut.

### **Langkah-langkah Kegiatan PPM**

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode diskusi dan dialog dengan tim pengabdian dengan urutan kegiatan sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang maksud dan tujuan kegiatan disampaikan oleh ketua tim.
2. Presentasi tentang pengembangan produk dan promosi barang dan jasa, serta dilanjutkan dengan tanya jawab.
3. Presentasi tentang kiat sukses memasarkan barang dan jasa melalui internet dan dilanjutkan dengan tanya jawab.



**Gambar 1**  
**Sosialisasi dan Pelatihan**



**Gambar 2**  
**Pendampingan UMKM**

### **Faktor Pendukung dan Penghambat**

Kegiatan PPM ini didukung penuh oleh perangkat desa Pulau Tidung dan masih berharap agar diadakan kegiatan pengabdian lanjutan tentang bisnis atau kegiatan pengabdian yang difokuskan pada pemasaran produk kerajinan melalui internet (strategi pemasaran melalui *e-commerce*).

Faktor penghambat dalam kegiatan ini adalah beberapa peserta pelatihan tidak dapat memamerkan produknya karena pada saat ini belum ada pemesanan sehingga solusi untuk mengembangkan pemasaran masih kurang bisa difahami oleh pelaku usaha. Selanjutnya diusulkan untuk mengembangkan produk untuk target pemasaran lokal (bukan ekspor)

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil kegiatan PPM dapat disajikan sebagai berikut:

1. Presentasi, diskusi dan hasil dialog antara tim dan praktisi dengan tim PPM dapat dirumuskan tentang beberapa syarat pebisnis adalah:
  - a. Kreatif (pandai melihat peluang)
  - b. Inovatif (selalu membuat perubahan menuju kebaikan)
  - c. Membuat produk yang berbeda dan belum banyak di pasaran

- d. Konsisten terhadap kualitas
  - e. Konsumen adalah "raja", maka berikan yang terbaik untuknya
  - f. Produksi barang krupuk, keripik, dan dodol rumput laut yang unik
  - g. Berikan pelayanan penuh
2. Hasil dialog tentang produk berupa pengembangan produk *home industry* untuk pasar lokal saat ini akan segera dikembangkan.

### **Pembahasan Pelaksanaan Kegiatan PPM**

Wilayah Pulau tidung semakin bertambah jumlah penduduk dan termasuk daerah yang potensial untuk dikembangkan kegiatan bisnisnya. Di wilayah ini sudah banyak yang melakukan kegiatan usaha tetapi masih kurang memenuhi kualitas, pelakunya kurang semangat (yang penting asal jalan) sehingga tidak pernah menghitung tentang biaya/pengorbanan yang dilakukan dengan manfaat yang diperolehnya (*cost and benefit*).

Melalui kegiatan PPM ini pelaku usaha mulai mengetahui tentang manfaat pengelolaan pemasaran dan hasil dialog serta konsultasi tentang produk yang dihasilkan ternyata masih harus ada perbaikan agar produk diterima masyarakat dan dapat memuaskan pelanggan.

### **Penutup**

#### **Kesimpulan**

Kegiatan PPM dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaku usaha sangat bersemangat untuk meningkatkan pengetahuan dalam pengelolaan pemasaran demi pengembangan dan kelangsungan hidup usahanya. Dengan kiat: kreatif (pandai melihat peluang), membuat produk yang berbeda dan belum banyak di pasaran, konsisten terhadap kualitas, konsumen adalah "raja", maka berikan yang terbaik untuknya, produksi barang kerajinan yang unik, dan berikan pelayanan penuh.
2. Demi terbukanya pasar yang lebih luas maka diusahakan untuk mengembangkan produk untuk pasar lokal serta mengembakan pemasaran dengan strategi *e-commerce*.

### **Saran**

Saran untuk di masa datang adalah:

1. Bagi Pelaku Usaha

Kelangsungan hidup suatu usaha sangat tergantung pada semangat dan etos kerja pelaku usaha (pemilik) oleh karena perlu semangat yang tinggi untuk menggali potensi agar produk bervariasi dan berkualitas sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu perlu dilakukan variasi dalam pemasaran yaitu dengan

memanfaatkan dan dibentuk saluran distribusi (tidak selalu pemasaran langsung).

2. Bagi Tim Pengabdian

Dalam menjalankan usahanya para pelaku usaha, sebagian besar belum memperhitungkan tentang biaya produksi, distribusi dan pemasarannya secara benar. Hal ini dilihat dari filosofi bisnisnya yang penting jalan dan dapat uang untuk memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu untuk kegiatan berikutnya perlu diberikan tantangan pengelolaan keuangan serta penentuan laba-rugi usahanya agar tidak merugi (melalui analisis BEP) dan tercipta kelangsungan hidup usaha.

### **Daftar Pustaka**

- Anonym, 2022, <https://tidung.id/berapa-sih-biaya-ke-pulau-tidung-ini-jawabannya/>
- BPS, 2022, Kabupaten Kepulauan Seribu Dalam Angka 2022, [www.kepulauanseribukab.bps.go.id/publication/2022/02/25/6565bcc5c12b74dbfcbfcf17/kabupaten-kepulauan-seribu-dalam-angka-2022.html](http://www.kepulauanseribukab.bps.go.id/publication/2022/02/25/6565bcc5c12b74dbfcbfcf17/kabupaten-kepulauan-seribu-dalam-angka-2022.html), 2 februari 2023.
- James, Beebe (1995). Basic concepts and techniques of rapid appraisal. Human organization, vol. 54, No. 1, Spring.
- Sony Hendra Permana . (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil , Dan Menengah (Ukm) Di Indonesia. . Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.