

Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Kerang Sebagai Unggulan UMKM Nelayan Desa Sidamukti Kecamatan Sukaresmi Kabupaten Pandeglang

Abdul Bahits¹, Riskia Try Lestary²

Universitas Bina Bangsa, Serang, Banten, Indonesia¹

Manajemen Sumber Daya Manusia, FEB, Universitas Bina Bangsa, Serang, Banten, Indonesia²

*Email: ab.binabangsa@gmail.com, riskiatrylestary@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima	10-08-2025
Disetujui	22-08-2025
Diterbitkan	24-08-2025

ABSTRACT

Development of Shellfish Crackers as a Leading Potential Product of Fishermen's MSMEs in Sidamukti Village, Sukaresmi District, Pandeglang Regency Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the most vital pillars in the economic sector. According to the Law of the Republic of Indonesia Number 20 of 2008, MSMEs are defined as productive economic enterprises owned by individuals or business entities. As part of the community's role in national development, MSMEs can significantly contribute to economic growth. MSMEs play an important role for entrepreneurs in increasing product value and expanding their businesses. Shellfish crackers are a prime example of how the local community innovates by processing marine products into economically valuable items. This product not only adds value to the local marine resources but also opens up opportunities for additional income. This activity was carried out directly in Sidamukti Village to understand the current condition of shellfish cracker MSMEs, their production process, and the marketing opportunities available in the area.

Keywords: *UMKM, shellfish, produt development strategy, Sidamukti Village*

ABSTRAK

Pengembangan produk kerupuk kerang sebagai salah satu potensi unggulan UMKM nelayan di Desa Sidamukti, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Pandeglang. UMKM merupakan pilar yang paling penting dalam bidang ekonomi. UMKM yaitu usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008). Sebagai salah satu peran masyarakat dalam pembangunan nasional maka UMKM dapat mengambil bagian dalam pembangunan ekonomi. UMKM ini berperan sangat penting bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan nilai jual, dan mengembangkan usaha, Kerupuk kerang menjadi contoh bagaimana masyarakat setempat berinovasi dengan mengolah hasil laut menjadi produk bernilai ekonomi. Produk ini tidak hanya memberikan nilai tambah, tetapi juga membuka peluang penghasilan tambahan. Kegiatan ini dilakukan

secara langsung di lingkungan Desa Sidamukti untuk mengetahui kondisi UMKM kerupuk kerrang, proses produksi serta peluang pemasaran yang ada di desa tersebut.

Katakunci: UMKM, kerupuk kerang, strategi pengembangan, Desa Sidamukti

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Abdul Bahits, & Riskia Try Lestary. (2025). Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Kerang Sebagai Unggulan UMKM Nelayan Desa Sidamukti Kecamatan Sukaresmi Kabupaten Pandeglang. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 3433-3438. <https://doi.org/10.63822/vryb0r79>

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki garis pantai yang sangat panjang, menjadikannya kaya akan potensi sumber laut. Salah satu potensi tersebut ada kerang yang banyak ditemukan di wilayah perairan Banten. Selain itu, di desa ini sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai seorang nelayan. Akan tetapi, hasil tangkapan laut itu langsung dijual kepada masyarakat karena sebagian besar masyarakat tidak tau cara mengolah hasil tangkapan itu menjadi salah satu makanan khas dari desa tersebut.

UMKM merupakan pilar yang paling penting dalam bidang ekonomi. UMKM yaitu usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008). Sebagai salah satu peran masyarakat dalam pembangunan nasional maka UMKM dapat mengambil bagian dalam pembangunan ekonomi. UMKM ini berperan sangat penting bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan nilai jual, mengembangkan usaha. UMKM di Desa Sidamukti ini belum banyak di ketahui oleh masyarakat luar terutama masyarakat yang ada disekitaran Desa Sidamukti. Ada salah satu penduduk yang berinovasi mengubah hasil tangkapannya menjadi makanan khas yang terbuat dari olahan laut salah satunya adalah kerupuk kerang. Kerupuk kerang merupakan industri rumah tangga yang menjadi ikon oleh-oleh khas di Desa Sidamukti.

Kerupuk kerang menjadi contoh bagaimana masyarakat setempat berinovasi dengan mengolah hasil laut menjadi produk bernilai ekonomi. Produk ini tidak hanya memberikan nilai tambah, tetapi juga membuka peluang penghasilan tambahan, khususnya bagi ibu rumah tangga. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya sistematis dalam meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran produk ini, agar mampu bersaing dan menjadi ikon lokal.

Faktanya, hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Desa Sidamukti belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah hasil tangkapan laut menjadi produk olahan bernilai ekonomi. Mayoritas nelayan lebih memilih menjual hasil tangkapannya secara langsung kepada pengepul atau pihak luar tanpa melalui proses pengolahan terlebih dahulu. Pola ini menyebabkan nilai ekonomi dari hasil laut belum maksimal, dan masyarakat hanya memperoleh keuntungan dalam jumlah terbatas.

Minimnya pengetahuan tentang diversifikasi produk, keterbatasan akses informasi, serta kurangnya pelatihan kewirausahaan menjadi faktor utama yang menghambat perkembangan produk lokal. Akibatnya, potensi untuk menjadikan kerupuk kerang sebagai oleh-oleh khas Desa Sidamukti belum sepenuhnya terwujud. Padahal, dengan strategi pengolahan yang tepat dan dukungan branding yang kuat, produk berbasis hasil laut seperti kerupuk kerang berpeluang besar untuk menembus pasar lokal hingga nasional, serta menjadi identitas kuliner yang mengangkat citra desa.

Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang terarah dan berkelanjutan dalam bentuk pendampingan, pelatihan, serta fasilitasi legalitas usaha agar masyarakat tidak hanya mampu mengolah hasil laut, tetapi juga memiliki daya saing melalui produk yang bermutu, menarik, dan layak jual. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis potensi daerah.

Proses produksi yang dilakukan masih mengalami pasang surut ditambah peralatan yang digunakan masih belum memadai serta terbatasnya pengetahuan tentang teknologi yang kurang berkembang dikalangan pelaku usaha. Menjadi masalah yang saat ini dihadapi oleh pelaku usaha umkm kerupuk kerang. Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian ini adalah dapat menyelesaikan permasalahan serta melakukan kegiatan pelatihan di Desa Sidamukti, khususnya kepada pelaku UMKM kerupuk kerang, dengan fokus pada peningkatan keterampilan produksi, pengemasan, dan pemasaran berbasis digital agar produksi

memiliki daya saing dan bernilai jual lebih tinggi.

METODE PELAKSANAAN

Observasi kepada pelaku usaha

Kegiatan ini dilakukan secara langsung di lingkungan Desa Sidamukti untuk mengetahui kondisi UMKM kerupuk kerang, proses produksi serta peluang pemasaran yang ada di desa tersebut. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui kendala apa saja yang menjadi pengambat keberlangsungan pada UMKM kerupuk kerang.

Sosialisasi dengan para pelaku usaha

Sosialisasi dilaksanakan melalui diskusi kelompok, tanya jawab, serta wawancara langsung dengan pelaku UMKM kerupuk kerang. Tujuannya adalah untuk menggali permasalahan utama yang dihadapi, memahami kebutuhan masyarakat, serta memberikan sosialisasi tentang penringnya inovasi peoduk, legalitas usaha, dan peluang pemasaran digital.

Pendampingan pembuatan banner

Memberikan pelatihan desain dan pembuatan banner sebagai media promosi agar produk memiliki daya tarik lebih tinggi di pasar.

Dokumentasi dan fasilitasi legalitas

Mengumpulkan data terkait izon usaha, NIB (Nomor Induk Berusaha), serta mendokumentasikan kegiatan pelatihan sebagai bahan evaluasi dan tindak lanjut pada program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan wujud nyata dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian. Kegiatan ini difokuskan pada pemberdayaan masyarakat pesisir melalui strategi pengembangan produk lokal, yakni kerupuk kerang yang memiliki potensi besar untuk dijadikan produk unggulan daerah. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas produk, nilai ekonomi, serta kemandirian usaha masyarakat pesisir Desa Sidamukti. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Kegiatan ini dilaksanakan:

1. Pada hari Rabu Tanggal 09 juli 2025 kami melakukan observasi terhadap lingkungan sekitar Desa Sidamukti



2. Pada hari Kamis Tanggal 10 juli 2025 kami melakukan wawancara kepada masyarakat sekitar untuk mengetahui UMKM apa saja yang ada di Desa Sidamukti



3. Pada hari Sabtu Tanggal 12 juli 2025 kami melakukan diskusi kelompok dengan warga yang ada di sekitar desa Sidamukti, diskusi santai tidak untuk menyudutkan pihak manapun



4. Pada hari Senin Tanggal 14 juli 2025 mengunjungi pelaku UMKM kerupuk kerang yang ada di Desa Sidamukti



KESIMPULAN

Program pengabdian Masyarakat di Desa Sidamukti menunjukkan bahwa pengembangan produk kerupuk kerang memiliki potensi besar sebagai ikon UMKM lokal. Melalui kegiatan observasi, sosialisasi, wawancara, dan pendampingan teknis, Masyarakat memperoleh pemahaman baru mengenai inovasi produk, Teknik pengemasan modern, serta strategi promosi digital. Tujuan dari kegiatan ini untuk mengembangkan produk kerupuk kerang sebagai salah satu ikon UMKM unggulan desa, meningkatkan keterampilan produksi, dan pemasaran berbasis digital. Kegiatan pengembangan kerupuk kerang juga bermanfaat bagi para pelaku usaha UMKM, membuka peluang usaha baru yang menambah pendapatan Rumah Tangga, meningkatkan daya saing produk lokal sehingga mampu menembus pasar lebih luas. Hasil kegiatan ini juga memperlihatkan adanya peningkatan kesadaran pelaku UMKM terhadap nilai ekonomi produk lokal serta peluang pasar yang lebih luas. Dengan demikian, strategi pengembangan produk kerupuk kerang terbukti mampu menjadi sarana pemberdayaan masyarakat pesisir sekaligus mendukung peningkatan ekonomi berbasis potensi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Tantangan dan Strategi Pengembangannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: BPS.
Hermawan, A. (2020). Strategi pemasaran digital bagi UMKM di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–56.
Wijayanti, R., & Prasetyo, A. (2021). Pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal melalui pengabdian masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 101–110.
Putra, H. S. (2020). Inovasi produk olahan laut sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM pesisir. *Jurnal Ekonomi Pesisir dan Kelautan*, 8(1), 23–32.
Rahmawati, D., & Sari, I. P. (2021). Legalitas usaha dan implikasinya terhadap perkembangan UMKM di pedesaan. *Jurnal Hukum & Ekonomi*, 5(2), 77–85.
Nugroho, A., & Kurniawati, T. (2022). Pengaruh kualitas produk dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 112–124.