



PROTEKSI ISI LAPORAN AKHIR PEMBERDAYAAN KEMITRAAN MASYARAKAT

Dilarang menyalin, menyimpan, memperbanyak sebagian atau seluruh isi proposal ini dalam bentuk apapun kecuali oleh pengusul dan pengelola administrasi penelitian dan pengabdian kepada masyarakat

LAPORAN AKHIR

1. JUDUL PENGABDIAN

PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali

Kelompok Skema	Ruang Lingkup	Bidang Fokus	Lama Kegiatan	Tahun Pertama Usulan
Pemberdayaan Berbasis Masyarakat	Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat	irrn - Pangan	1	2024

2. IDENTITAS PENGUSUL

Nama, Peran	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index	Rumpun Ilmu
ANDI SITTI HALIMAH Ketua Pengusul	Universitas Muhammadiyah Pare-pare	Agribisnis	Mendampingi kelompok dalam promosi dan pemasaran produk berbasis teknologi digital	6099602	-	ILMU SOSIOLOG I PERTANI AN
ANDI ABD. MUIS Anggota Pengusul	Universitas Muhammadiyah Pare-pare	Pendidikan Agama Islam	Membantu ketua pengusul terutama dalam hal penyuluhan dan sosialisasi program pada mitra	6016444	-	ILMU PENGETA HUAN (ILMU) AGAMA
YUSHRA Anggota Pengusul	Universitas Muhammadiyah Pare-pare	Budidaya Perairan	Mendampingi kelompok pada proses produksi dan packaging Dempo Ikan	6695671	-	ILMU PERIKAN AN

3. IDENTITAS PENGUSUL VOKASI

Nama, Peran	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index	Rumpun Ilmu
-------------	-----------------------------	-----------------------	--------------	----------	---------	-------------

4. IDENTITAS MAHASISWA

Nama, Peran	NIM	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	Jumlah SKS	Mata Kuliah
HANRIANI Mahasiswa	222170002	Universitas Muhammadiyah Pare-pare	Agribisnis	Membantu pendampinga n promosi dan pemasaran digital	6	Manajemen Pemasaran, Digital Marketing
PUTRIANI Mahasiswa	222170013	Universitas Muhammadiyah Pare-pare	Agribisnis	membantu penerapan teknologi pengemasan produk	6	Entrepreneurs hip II, Digital Marketing

5. MITRA KERJASAMA

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat melibatkan mitra, yaitu mitra sasaran, mitra pemerintah/pemda, mitra DUDI/CSR/

sasaran

Jenis Mitra	: sasaran
Kelompok Mitra Sasaran	: Kelompok masyarakat yang produktif secara ekonomi
Nama Mitra Sasaran	: Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali
Pimpinan Mitra	: Suhardianto
Jenis Kelompok Mitra	: Kelompok Unit Usaha
Lingkup Permasalahan ke 1	: Aspek Produksi
Lingkup Permasalahan ke 2	: Aspek Pemasaran
Jumlah Anggota Kelompok	: 13
Provinsi	: SULAWESI SELATAN
Kabupaten/Kota	: Kab. Bone
Kecamatan	: SIBULUE
Desa/Kelurahan	: POLEWALI
Alamat Lengkap Mitra Sasaran	: Dusun Kessi Desa Polewali Kecamatan Sibulue
Dana Tahun 1	: Rp. 2.500.000,00
File Tangkapan Layar Google Maps yang Menggambarkan Jarak Perguruan Tinggi ke Lokasi Mitra Sasaran	Lihat
File Surat Pernyataan Mitra Kerja sama	Lihat
File Dokumen Bukti Jumlah Keanggotaan Kelompok/Karyawan Mitra Sasaran	Lihat

6. IKU

Indikator IKU terkait	Uraian IKU	Uraian Kegiatan
IKU 2: Mahasiswa Mendapat Pengalaman di Luar Kampus	Mahasiswa memiliki pengalaman belajar di luar kampus paling sedikit 6 SKS	Mampu melakukan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi
IKU 5: Hasil Kerja Dosen Digunakan Oleh Masyarakat Atau Mendapat Rekognisi Internasional	Luaran ilmiah/ terapan dosen yang diterapkan oleh pemangku kepentingan	Menerapkan teknologi packaging dan pemasaran digital yang digunakan oleh mitra

7. (SDGs)

SDGs terkait	Uraian Kegiatan
Industri, Inovasi, dan Infrastruktur	Program pengabdian ini mempromosikan inovasi dalam industri olahan ikan yang mendukung infrastruktur kemandirian ekonomi desa
Kemitraan untuk Mencapai Tujuan	•bahwa kolaborasi dengan pemerintah lokal, LSM, dan sektor swasta dapat membantu memperkuat dampak program dan pencapaian SDGs

8. LUARAN DIJANJIKAN

Tahun Luaran	Kelompok Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian	Keterangan
1	Artikel Ilmiah	Artikel ilmiah pada jurnal terindeks SINTA	Published	jAbdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang (https://jurnal.unmer.ac.id/)

				index.php/jpkkm)
1	Rekognisi SKS mahasiswa	Rekognisi mahasiswa menjadi bagian MBKM minimal 6 (enam) SKS	Tercapai	Entrepreneurship II, Manajemen Pemasaran, Digital Marketing
1	Publikasi berita pada media massa	Cetak	Terbit	"Tribun Bone" Koran lokal (https://tribunboneonline.com/);
1	Karya audio visual	Video kegiatan	Unggah di Laman Youtube Lembaga	https://www.youtube.com/channel/UCeFww2LovfdSArIHorIAk8w/videos
1	Karya visual	Poster	Tercapai	dipresentasikan pada seminar Nasional Pengabdian Masyarakat
1	Peningkatan level keberdayaan mitra: Aspek Produksi	Peningkatan Kualitas Produk	Tercapai	menjadi 60 %
1	Peningkatan level keberdayaan mitra: Aspek Pemasaran	Peningkatan jumlah omzet (Pendapatan yang diperoleh) / Revenue Generating	Tercapai	dari Rp.16 juta menjadi Rp.30 juta

9. ANGGARAN

Rencana Anggaran Biaya penelitian mengacu pada PMK dan buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang berlaku.

Tahun 1 Total Rp 36.820.000,00 | Disetujui Rp 36.820.000,00

Kelompok	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total	URL Hps
Teknologi dan Inovasi	Barang komponen produksi	Freezer 200 liter	Unit	1	3.700.000	3.700.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Alat Teknologi Tepat Guna	Vacuum Sealer	Unit	1	17.400.000	17.400.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Barang komponen produksi	Timbangan dapur digital	Unit	1	410.000	410.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Barang komponen produksi	Stiker Label Produk	Unit	300	2.000	600.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Barang komponen produksi	Plastik Vacum Emboss 20x30	Unit	1	145.000	145.000	Lihat
Teknologi dan Inovasi	Barang komponen produksi	Plastik Vacum Emboss 12x20	Unit	1	55.000	55.000	Lihat
Biaya Upah dan Jasa	HR Pembantu lapangan	Honorarium pembantu lapangan	OH	55	60.000	3.300.000	Lihat
Biaya Pelatihan	Biaya konsumsi	Biaya Makan kegiatan pelatihan dan pendampingan	OK (kali)	100	35.000	3.500.000	Lihat
Biaya Pelatihan	Biaya konsumsi	Biaya Snack kegiatan sosialisasi	OK (kali)	125	14.600	1.825.000	Lihat
Biaya Perjalanan	Perjalanan dalam negeri/ Perjalanan antar kabupaten	biaya perjalanan ke lokasi mitra	OK (kali)	30	135.000	4.050.000	Lihat

Kelompok	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total	URL Hps
Biaya Lainnya	Biaya Publikasi artikel di Jurnal Nasional	Jurnal Abdimas Galuh	Paket	1	500.000	500.000	Lihat
Biaya Lainnya	Biaya pembuatan dokumen poster	pembuatan poster	Paket	1	235.000	235.000	Lihat
Biaya Lainnya	Biaya publikasi di media masa	publikasi di media lokal tribun bone	Paket	1	500.000	500.000	Lihat
Biaya Lainnya	Biaya pembuatan dokumen video	pembuatan video dokumentasi kegiatan	Paket	1	600.000	600.000	Lihat

*. KEMAJUAN PENELITIAN

A. RINGKASAN

Pengolahan ikan menjadi produk olahan yang dikemas sudah banyak dilakukan dan beberapa usaha rumahan dilaporkan mampu mendorong perekonomian masyarakat dan kemandirian desa. Meski bukan desa yang memiliki wilayah pesisir, kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Madddiolo Desa Polewali telah mengupayakan dempo ikan sebagai produk olahan mereka yang cukup dikenal hingga tingkat kabupaten. Produk tersebut dijual dalam pameran dan saat hari pasar di daaerah sekitar. Mereka tidak memproduksi Dempo ikan lebih banyak karena produk tersebut tidak tahan lama dan pemasaran yang dilakukkann juga terbatas sehingga keuntungan belum mampu dimaksimalkan. Tujuan kegiatan ini adalah: 1) menciptakan kemasan yang menarik dan lebih aman untuk menjaga kualitas produk; 2) memperluas area pemasaran produk untuk meningkatkan produktivitas penjualan melalui jelajah digital marketing. Pencapaian tujuan tersebut dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan berupa praktek packaging dengan penggunaan vacuum sealer, pembuatan akun penjualan e-commerce yang diintegrasikan ke media sosial, dan tahap evaluasi kegiatan. Target luaran yang dihasilkan, yaitu: 1) peningkatan kualitas produk Dempo ikan dengan menciptakan kemasan yang tepat; 2) peningkatan omset Rp16juta/tahun (320pack/ tahun) menjadi minimal Rp30juta/tahun atau 600pack/ tahun (87,5%) melalui strategi jelajah Digital Marketing. Dari hasil kegiatan PKM, kemasan Dempo ikan produksi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Madddiolo Desa Polewali sudah lebih aman dan memiliki daya simpan hingga 89hari dalam freezer, serta cukup menarik dibanding desain kemasan sebelumnya. Area pemasaran dan volume penjualan Dempo ikan menunjukkan hal positif selama kurang dari 4bulan setelah penerapan teknologi packaging dalam PKM ini. Jumlah penjualan tercatat sebanyak 200pack ke beberapa wilayah berbeda termasuk dari luar kabupaten seperti Makassar, Wajo, dan Luwu. Peningkatan omset penjualan terlihat dari data tahun sebelumnya sebesar 320pack atau rerata Rp1,3juta per bulan menjadi 640pack atau rerata Rp2,1juta per bulan. Dengan demikian, kegiatan PKM ini cukup berdampak bagi kegiatan kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Madddiolo Desa Polewali dalam setahun terakhir. Bahkan Tim Pelaksana PKM ini mampu menutup kegiatan dengan terbitnya Sertifikasi Halal untuk produk ini. Kegiatan yang dilakukan terdokumentasi melalui video kegiatan di laman youtube lembaga, terpublikasi melalui media massa online, artikel ilmiah, dan poster yang dipresentasikan pada seminar nasional.

B. KATA KUNCI

Dempo Ikan; Digital Marketing; Teknologi Packaging
false

LAPORAN AKHIR

Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat



**PKM TEKNOLOGI PACKAGING DAN JELAJAH DIGITAL MARKETING
DEMPO IKAN KELOMPOK UNIT USAHA PENGOLAHAN IKAN BUMDES
DESA POLEWALI**

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Dr. Andi Sitti Halimah, M.P. NIDN 0910047902
Dr. Andi Abd. Muis, S.Pd.I., M.Pd. NIDN 0912128203
Yushra, S.Kel., M.Si. NIDN 1106049001
Putriani NIM 222170013
Hanriani NIM 222170002

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

2024

SKEMA PEMBERDAYAAN BERBASIS MASYARAKAT
RUANG LINGKUP PEMBERDAYAAN KEMITRAAN MASYARAKAT
DIREKTORAT RISET, TEKNOLOGI, DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET DAN TEKNOLOGI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, BUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Pelaksana : PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing
Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan
Bumdes Desa Polewali

Nama Lengkap : Dr. Andi Sitti Halimah, M.P.
NIDN : 0910047902
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : S2 Agribisnis
Nomor HP : 081343996358
Alamat surel (e-mail) : ashalimagaansil1@gmail.com

Anggota (1)
Nama Lengkap : Dr. Andi Abd. Muis, S.Pd.I., M.Pd.I.
NIDN : 0912128203
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Parepare

Anggota (2)
Nama Lengkap : Yushra, S.Kel., M.Si.
NIDN : 1106049001
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Parepare

Anggota (3)
Nama Lengkap : Putriani
NIM : 222170013
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Parepare

Anggota (4)
Nama Lengkap : Hanriani.
NIM : 222170002
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Parepare

Mitra Sasaran 1
Nama : Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Maddiolo Desa
Polewali.
Alamat : Desa Polewali Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone
Penanggung Jawab : -

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke- 1 dari rencana 1 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp36.820.000
Biaya Keseluruhan : Rp36.820.000

Parepare, 1 November 2025

Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian/Pengabdian Kepada
Masyarakat UMPAR

Ketua Tim Pelaksana


(Prof. Dr. Iradhatullah Rahim, S.P., M.P.)
NIDN 0926117601


(Dr. Andi Sitti Halimah, M.P.)
NIDN 0910047902

RINGKASAN

Pengolahan ikan menjadi produk olahan yang dikemas sudah banyak dilakukan dan beberapa usaha rumahan dilaporkan mampu mendorong perekonomian masyarakat dan kemandirian desa. Meski bukan desa yang memiliki wilayah pesisir, kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Madddiolo Desa Polewali telah mengupayakan dempo ikan sebagai produk olahan mereka yang cukup dikenal hingga tingkat kabupaten. Produk tersebut dijual dalam pameran dan saat hari pasar di daerah sekitar. Mereka tidak memproduksi Dempo ikan lebih banyak karena produk tersebut tidak tahan lama dan pemasaran yang dilakukannya juga terbatas sehingga keuntungan belum mampu dimaksimalkan. Tujuan kegiatan ini adalah: 1) menciptakan kemasan yang menarik dan lebih aman untuk menjaga kualitas produk; 2) memperluas area pemasaran produk untuk meningkatkan produktivitas penjualan melalui jejalah digital marketing. Pencapaian tujuan tersebut dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan berupa praktek packaging dengan penggunaan vacuum sealer, pembuatan akun penjualan e-commerce yang diintegrasikan ke media sosial, dan tahap evaluasi kegiatan. Target luaran yang dihasilkan, yaitu: 1) peningkatan kualitas produk Dempo ikan dengan menciptakan kemasan yang tepat; 2) peningkatan omset Rp16juta/tahun (320pack/tahun) menjadi minimal Rp30juta/tahun atau 600pack/tahun (87,5%) melalui strategi jejalah Digital Marketing. Dari hasil kegiatan PKM, kemasan Dempo ikan produksi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Madddiolo Desa Polewali sudah lebih aman dan memiliki daya simpan hingga 89hari dalam freezer, serta cukup menarik dibanding desain kemasan sebelumnya. Area pemasaran dan volume penjualan Dempo ikan menunjukkan hal positif selama kurang dari 4bulan setelah penerapan teknologi packaging dalam PKM ini. Jumlah penjualan tercatat sebanyak 200pack ke beberapa wilayah berbeda termasuk dari luar kabupaten seperti Makassar, Wajo, dan Luwu. Peningkatan omset penjualan terlihat dari data tahun sebelumnya sebesar 320pack atau rerata Rp1,3juta per bulan menjadi 640pack atau rerata Rp2,1juta per bulan. Dengan demikian, kegiatan PKM ini cukup berdampak bagi kegiatan kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Madddiolo Desa Polewali dalam setahun terakhir. Bahkan Tim Pelaksana PKM ini mampu menutup kegiatan dengan terbitnya *Sertifikasi Halal* untuk produk ini. Kegiatan yang dilakukan terdokumentasi melalui video kegiatan di laman youtube lembaga, terpublikasi melalui media massa online, artikel ilmiah, dan poster yang dipresentasikan pada seminar nasional.

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Hidup dan Maha Mengetahui, yang telah memberi pengetahuan sehingga penyusunan laporan kegiatan PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing Dempo Ikan kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali dapat diselesaikan. Kegiatan ini merupakan kerjasama Universitas Muhammadiyah Parepare dengan Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone yang didanai oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Metode kerjasama dalam bentuk partisipasi aktif dan diarahkan oleh tiga akademisi UMPAR (Dr. Andi Sitti Halimah, M.P., Dr. Andi Abd.Muis, S.Pd.I., M.Pd.I., dan Yushra, S.Kel., M.Si.) termasuk pelibatan mahasiswa (Putriani dan Hanriani) dalam membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui tiga tahapan utama, yaitu: sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi.

Berkat kehendak Sang Pemilik Hidup dan Pengetahuan, usaha serta kerjasama Tim PKM dan mitra dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Ketercapaian tujuan serta luaran kegiatan bisa terlaksana, semoga kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa memberi manfaat seluas-luasnya bagi semua pihak dan menjadi literatur tersendiri dalam proses pembelajaran kampus.

Parepare, 1 November 2025

Tim PKM UMPAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Pertemuan Kegiatan PKM	10
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan Kemasan Dempo Ikan	1
Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Manfaat Kemasan	11
Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Cara Pemilihan Kemasan dan Label	11
Gambar 4. Pengenalan dan Penggunaan Alat Teknologi Packaging	12
Gambar 5. Alat-Alat yang Digunakan Dalam Kegiatan Pengemasan.....	12
Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Akun Penjualan.....	13
Gambar 7. Pengenalan E-commerce dan Aplikasi Digital Marketing	13
Gambar 8. Tangkapan Layar Akun Penjualan Dempo Ikan.....	13
Gambar 9. Hasil Evaluasi Kegiatan.....	14
Gambar 10. Pencatatan dan Penghitungan Omset Penjualan Dempo Ikan Bersama Sekdes dan Pengelola Bumdes Polewali	15
Gambar 11. Penyerahan Alat.....	17
Gambar 12. Hasil Packaging Dempo Ikan.....	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Publikasi Ilmiah di Jurnal Terakreditasi Sinta 3	24
Lampiran 2. Rekognisi Mahasiswa	35
Lampiran 3. Publikasi Kegiatan pada Media Massa (Online)	36
Lampiran 4. Video Kegiatan.....	37
Lampiran 5. Poster Kegiatan.....	38
Lampiran 6. Tampilan Kemasan	39
Lampiran 7. Kutipan Sertifikasi Halal	42
Lampiran 8. Laporan Peningkatan Omzet Mitra.....	43

BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
-------------------------	---

BAB 2. HASIL ANALISIS KONDISI EKSISTING MITRA SESUAI BIDANG PERMASALAHAN YANG DIANGKAT	3
---	---

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT	5
---------------------------------	---

BAB 4. PERMASALAHAN DAN SOLUSI.....	6
BAB5. METODE DAN LIMA TAHAPAN PELAKSANAAN PENGABDIAN.....	8
BAB 6. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN.....	10
BAB 7. DELIVERY PENERAPAN PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI KE MASYARAKAT	
7.1 PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI	16
7.2 PENERAPAN TEKNOLOGI DAN INOVASI KEPADA MASYARAKAT (RELEVANSI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT).....	16
7.3 IMPACT (KEBERMANFAATAN DAN PRODUKTIVITAS).....	18
BAB 8. LUARAN YANG DICAPAI	19
BAB 9. KESIMPULAN DAN SARAN	20
DAFTAR PUSTAKA.....	21
LAMPIRAN	

BAB 1. PENDAHULUAN

Packaging merupakan kegiatan produksi yang bertujuan untuk memberi keamanan pada produk yang akan dijual sekaligus menciptakan kenyamanan bagi calon konsumen terhadap produk yang akan dibeli. Artinya, desain kemasan akan memberi pengaruh terhadap tampilan sekaligus isi produk (1,2,3). Pada dasarnya kemasan diketahui sebagai penunjang keamanan sebuah produk hingga ke konsumen, termasuk melindungi produk dari benturan atau kondisi cuaca serta menambah daya simpan produk (4). Kemasan yang menggunakan bahan ramah lingkungan, mudah dibawa, aman-produk tidak terkontaminasi, disertai deskripsi produk yang memadai, tentu akan menjadi pilihan bagi konsumen. Dari sisi produsen, kemasan sebuah produk harus memiliki karakter yang kuat untuk membangun brand awareness. Selain itu, kemasan yang baik tentu akan berpengaruh terhadap harga produk.

Dempo ikan adalah olahan ikan tuna yang diproduksi oleh pihak mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo Desa Polewali. Produk tersebut telah dipasarkan pada pameran produk di beberapa event rutin kabupaten, seperti Hari Jadi Bone, HUT kemerdekaan, Hari Pangan, dan beberapa kegiatan kecamatan lainnya. Dari hasil penjualan Dempo ikan dalam event yang diikuti, kelompok ini mampu meraup keuntungan maksimal, sedangkan pemesanan diterima dari beberapa konsumen yang telah membeli dan menyimpan nomor kontak yang tertera pada label kemasan produk, ada juga yang mengetahui produk Dempo ikan milik kelompok unit usaha ini dari teman atau keluarga yang ada di wilayah sekitar Desa Polewali. Meski demikian, anggota kelompok mengakui label pada kemasan dibuat berdasarkan event, sehingga Dempo ikan mereka tidak mudah dikenali. Tampilan produk yang sering berubah-ubah dan cepat rusak, diakui sebagai kekurangan produk ini. Cakupan pasar tidak luas karena anggota kelompok hanya menjual di pasar desa atau kecamatan dalam jumlah sedikit.



Gambar 1. Tampilan Kemasan Dempo Ikan

Kecenderungan yang cukup meningkat terhadap penggunaan media sosial di tengah masyarakat seharusnya dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dempo ikan melalui jejajah digital marketing (5). Hal ini tentu akan mendorong perluasan area pemasaran produk. Sayangnya, potensi tersebut belum mampu dimanfaatkan oleh kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali. Penguasaan teknologi digital menjadi kendala mereka sehingga jangkauan pemasaran

prroduk Dempo ikan-nya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali dalam mendesain kemasan yang tepat dan memperluas wilayah pemasaran produk mereka dalam upaya meningkatkan ekonomi dan mendorong kemandirian desa.

BAB 2. HASIL ANALISIS KONDISI EKSISTING MITRA SESUAI BIDANG PERMASALAHAN YANG DIANGKAT

Polewali merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone dengan total penduduk sejumlah 1.164 jiwa yang terdiri dari tiga dusun yaitu Dusun Kessi, Tempe, dan Bance. Hasil observasi yang dilakukan tim pengabdian dan juga hasil wawancara dengan perangkat desa pada bulan Januari 2024, sebagian besar warga Desa Polewali bermata pencaharian di bidang pertanian dan peternakan. Kegiatan lain bagi ibu rumah tangga dan sebagian remaja putus sekolah adalah membuat kue kering, kunyit bubuk, dan olahan ikan sebelum memasuki masa panen. Keberadaan Bumdes Maddiolo Desa Polewali dalam memotivasi kelompok unit usaha pengolahan ikan yang dibawahinya, dengan melakukan pelatihan mengolah ikan menjadi dempo yang khas sehingga mampu mendorong kelompok yang didominasi perempuan tersebut menjadi lebih produktif berkegiatan

Berdasarkan informasi dari aparat desa dan pengelola Bumdes Maddiolo, partisipasi ibu-ibu rumah tangga dan remaja secara menyeluruh dalam berbagai kegiatan diharapkan mendorong peningkatan perekonomian masyarakat dan kemandirian desanya. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan kelompok unit usaha pengolahan ikan ini yang melibatkan keluarga atau tetangga yang bukan anggota untuk membantu menyiapkan bahan baku, mengolah hingga membantu mengemas saat akan mengikuti pameran atau ada pemesanan dalam jumlah banyak. Tujuan kelompok unit usaha pengolahan ikan ini awalnya memanfaatkan waktu dan bahan baku yang cukup terjangkau menjadi produk olahan yang menguntungkan dan sebagai usaha sampingan dalam menambah pendapatan rumah tangga. Anggota kelompok juga sering melakukan kegiatan rembuk bersama aparat desa termasuk kelompok unit usaha peternakan dan pengelola Bumdes Maddiolo lainnya terkait aktivitas produksi mereka.

Dalam proses pengembangan produk Dempo ikan, selain mengikuti pameran umumnya kelompok ini hanya melakukan pemasaran dengan menjual langsung saat hari pasar di beberapa titik. Mereka tidak memproduksi Dempo ikan lebih banyak karena produk tersebut tidak tahan lama. Produk yang tidak terjual biasanya dibagi ke tetangga atau teman-teman di luar kelompok unit usaha pengolahan ikan ini. Untuk diketahui, ikan yang mereka olah umumnya dibeli dengan harga Rp30.000-35.000/kg, dimana tiap kg akan menghasilkan 2pack (1pack setara 500gram) dempo ikan yang dijual seharga Rp50.000/pack. Hasil analisis tim pengusul bersama pengelola Bumdes Maddiolo dan kelompok unit usaha pengolahan ikan-nya terhadap laporan keuangan mereka tahun 2023, menunjukkan produk ini hanya menghasilkan omset Rp16juta, sedangkan potensi tersebut dapat ditingkatkan dengan estimasi minimal Rp30juta per tahun, jika inovasi kemasan produk Dempo ikan dan konsep digital marketing bisa diterapkan. Kemampuan membuat kemasan produk yang menarik akan berkorelasi dengan citra dan harga jual produk, dimana hal ini ditunjukkan dari beberapa laporan bahwa usaha makanan dan minuman yang memperhatikan desain kemasan mampu meningkatkan omsetnya (6). Desain kemasan sangat penting dalam penjualan produk seperti pilihan warna atau karakter gambar produk yang baik karena mampu

mempengaruhi minat konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan (7,8). Namun demikian, pengembangan inovasi kemasan produk Dempo ikan bagi kelompok ini saja tidak cukup. Beberapa laporan menunjukkan bahwa strategi pemasaran cukup bergantung pada kemasan, yang secara visual dapat menentukan keputusan pembelian bagi yang melihatnya (10,11), sehingga diperlukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam meningkatkan produktivitas penjualan melalui media digital. Bahkan kemasan yang menarik akan mendukung jelajah perluasan area pemasaran produk (12,13). Penguasaan akan jelajah digital menjadi hambatan tersendiri dalam perluasan area pemasaran Dempo ikan bagi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo Desa Polewali. Padahal dengan mengelola media digital secara optimal, jangkauan pemasaran akan lebih luas dan mendorong kemajuan usaha (9). Untuk itu, pemasaran melalui pemanfaatan media digital sangat penting dalam produktivitas penjualan produk tersebut.

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT

PKM ini bertujuan untuk:

1. Menciptakan kemasan yang menarik dan lebih aman untuk menjaga kualitas produk.
2. Memperluas area pemasaran produk untuk meningkatkan produktivitas penjualan melalui jejalah digital marketing.

Jika kedua tujuan program ini tercapai, manfaat yang diperoleh mencakup:

Bagi mitra:

1. Produk lebih menarik dan lebih aman sehingga kualitas produk terjaga hingga ke konsumen
2. Meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan melalui praktek pemasaran secara digital yang mendorong kemandirian ekonomi desa.

Bagi tim PKM:

1. Sebagai implementasi hasil riset yang dimanfaatkan oleh masyarakat (hilirisasi produk riset melalui pengabdian kepada masyarakat), dan
2. Sebagai kegiatan kolaboratif dosen dan mahasiswa di luar kampus yang berkaitan dengan penerapan MBKM berbasis IKU.

BAB 4. PERMASALAHAN DAN SOLUSI

Hasil observasi yang dilakukan tim pengabdian ke Bumdes Maddiolo Desa Polewali, diperoleh informasi terkait aspek penting yang menjadi masalah kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali dalam mengelola Dempo ikan yang mereka produksi. Aspek yang dimaksudkan adalah:

1. Kemasan Dempo ikan dan label produk yang terbilang masih seadanya. Hal ini diakui oleh anggota kelompok sebagai aspek penting terkait keamanan dan ketahanan produknya dalam proses pengiriman ke luar daerah. Kemasan tidak sekadar pembungkus dari produk, namun juga turut mempengaruhi kualitas produk hingga ke konsumen. Kemasan yang seadanya akan mempengaruhi nilai produk, yang sangat mudah rusak sebelum sampai ke tangan konsumen (14). Label yang ada pada kemasan mudah luntur, kerap berubah sesuai event/pameran yang diikuti sehingga tidak ada keberlanjutan pembelian produk oleh konsumen terhadap produk yang sama setelah event tersebut. Penjualan Dempo ikan yang dititip ke pasar tradisional pun dikemas sederhana bahkan terkadang tanpa label.
2. Pemasaran produk secara online menggunakan smartphone yang belum dipahami dalam memperluas wilayah pemasaran Dempo ikan. Anggota kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali menjelaskan jika pengetahuan menggunakan smartphone cukup merata namun mengelola akun penjualan melalui media sosial terbilang kurang. Hal tersebut menunjukkan mereka telah mengetahui akses media sosial namun belum memahami cara memasarkan produk melalui media tersebut. E-commerce masih asing bagi mereka, meski tanpa mereka sadari sudah melakukan jelajah digital marketing namun belum bisa memanfaatkan untuk promosi produk Dempo ikan-nya.

Berdasarkan identifikasi permasalahan pada mitra, maka solusi yang dilakukan untuk masalah tersebut adalah:

1. Pelatihan packaging atau pengemasan berlabel. Pelatihan desain kemasan produk menjadi penting untuk dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan produk. Produsen dituntut mampu merancang dan membuat desain kemasan sekaligus labelling yang tepat sehingga memberi nilai tambah dalam pemasaran. Kemasan yang menarik menjadi media interaksi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo dengan masyarakat terkait informasi Dempo ikan mereka. Pelatihan packaging atau mendesain kemasan berlabel akan memberi pengetahuan dan keterampilan sehingga mampu menentukan karakter kemasan yang tepat. Kelompok ini harus mampu mengubah kemasan (re-packaging) produk menjadi lebih komunikatif dan berbeda dari produk serupa lainnya. Dempo ikan diberi kemasan sesuai tingkat pemasaran yang dituju, inovatif, menarik dan dapat diterima sehingga penjualannya dapat meningkat.
2. Pemasaran melalui sosial media yang terintegrasi dengan e-commerce atau Digital Marketing. Digital Marketing akan diimplementasikan untuk mempromosikan produk. Dengan memanfaatkan media sosial yang terintegrasi dengan e-commerce, produktivitas penjualan dari Dempo ikan kelompok unit usaha Bumdes Maddiolo ini akan memperluas area pemasarannya. Selain itu, akan menambah pengetahuan

dan keterampilan melakukan penjualan secara live hingga merespons konsumen melalui media sosial yang ada. Hal ini memungkinkan peningkatan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kelompok ini nantinya bisa memanfaatkan e-commerce secara mandiri untuk memperluas distribusi produk Dempo ikan dan media sosial sebagai sarana promosi serta penjualan produk mereka.

BAB 5. METODE DAN LIMA TAHAPAN PELAKSANAAN PENGABDIAN

1. Sosialisasi

Kegiatan ini dilakukan sebagai tahap awal PKM yang akan dilaksanakan, dimana tujuan kegiatan, tahapan pelaksanaan kegiatan, serta jadwal pelaksanaan kegiatan disampaikan tim pengusul dengan mitra sehingga mencapai kesepakatan. Melalui sosialisasi ini, mitra diharapkan memahami kegiatan PKM sehingga pelaksanaan setiap program kerja yang disepakati berjalan lancar. Hal tersebut akan mendorong terwujudnya tujuan kegiatan ini, yaitu menciptakan kemasan yang menarik dan lebih aman untuk menjaga kualitas produk, serta memperluas area pemasaran produk untuk meningkatkan produktivitas penjualan melalui jejaring digital marketing.

2. Pelatihan

1) Praktek Packaging: a) Memberi pemahaman pentingnya kemasan yang menarik, yang tepat termasuk pemberian label pada kemasan produk; b) Melakukan praktek dengan mengubah cara pengemasan dan bentuk kemasan yang sebelumnya digunakan (re-packaging), yaitu dengan penggunaan vacuum sealer untuk menghilangkan udara dalam kemasan sehingga dapat menjamin daya tahan Dempo ikan.

2) Pembuatan akun penjualan e-commerce yang diintegrasikan ke media sosial, termasuk cara menyusun dan mengunggah infografis sehingga dapat memperluas area pemasaran.

3) Pemanfaatan jejaring digital marketing sebagai sarana promosi dan pemasaran produk Dempo ikan kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo sehingga membantu produktivitas penjualan.

3. Penerapan Teknologi

Kegiatan pengemasan yang menjadi fokus pertama dalam PKM ini menggunakan teknologi packaging untuk mengemas produk Dempo ikan dalam kantong plastik khusus dengan menghilangkan udara dari dalam kemasan sebelum disegel, yaitu *vacuum sealer*. Alat ini dapat menghancurkan udara atau mengunci kelembaban sehingga menjaga kesegaran produk makanan. Alat tersebut dapat menjamin kualitas untuk penyimpanan lebih lama. Selain itu, plastik yang digunakan adalah sealer bag vacuum jenis emboss yang berbahan nylon polyethylene (PE) atau polypropylene (PP) cocok digunakan untuk komponen industri makanan. Plastik emboss yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah ukuran 20x30cm dengan mempertimbangkan hasil diskusi bersama anggota kelompok mitra terkait kesesuaian ketebalan irisan ikan yang diolah. Plastik vakum emboss merupakan plastik fleksibel yang memiliki sifat baik terhadap ketahanan air, kuat, ringan, mampu menahan oksigen, transparan, dan relatif terjangkau (15).

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan melalui monitoring peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk Dempo ikan anggota kelompok mitra dengan membuka diskusi di tiap pertemuan, termasuk pendampingan dalam menyusun deskripsi produk dan mengunggahnya di media sosial mereka. Tahap evaluasi

dilakukan pada awal kegiatan sebelum pelatihan (pre-test) dan setelah kegiatan (post test) yang bertujuan untuk mengetahui hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok mitra dalam pemahaman fungsi dan pentingnya pengemasan (*packaging*) yang baik, serta digital marketing. Evaluasi yang dilakukan terdiri dari: 1) Evaluasi pengemasan yang telah dilengkapi label. Tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi kepada kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo dalam mengimplementasikan pemahaman mereka terkait cara pengemasan produk dan membuat kemasan Dempo ikan siap jual. 2) Evaluasi pemanfaatan e-commerce. Kegiatan ini untuk mengetahui pemahaman kelompok mitra terhadap pengelolaan informasi dan foto yang diunggah terkait produk yang ditawarkan. 3) Evaluasi pemasaran secara digital. Dalam evaluasi pemasaran, akan diketahui jumlah pemesanan, alamat pemesan, dan pendapatan yang diterima kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo dari penjualan Dempo ikan secara online. Saat evaluasi juga akan dicatat masalah-masalah yang dihadapi saat promosi dan pemasaran dilakukan secara digital. Melalui digital marketing, Dempo ikan produksi kelompok ini diharapkan menjadi produk khas Desa Polewali yang lebih dikenal masyarakat luas.

5. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan dengan mempertimbangkan ketercapaian target terhadap peningkatan omset dari penjualan Dempo ikan oleh kelompok ini. Selanjutnya Tim Pengabdian akan mengusulkan untuk: a). Menjadikan kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo Desa Polewali sebagai kelompok binaan; b). Melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat terpadu (PPMT) kolaborasi dosen dan mahasiswa secara periodik sesuai dengan proses perkembangan strategi pemasaran secara digital, dengan pendanaan internal PT.; c). Berkolaborasi dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Bone dan pihak lain yang mempunyai program pemberdayaan masyarakat, khususnya yang terkait packaging dan digital marketing.

BAB 6. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan sosialisasi terkait tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bersama kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali sebagai mitra. Materi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini disesuaikan dengan hasil koordinasi antara Tim Pengabdian, mitra, serta perangkat desa yang terkait. Berikut uraian pelaksanaan kegiatan PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali.

Tabel 1. Jadwal Pertemuan Kegiatan PKM

Pertemuan 1	
Aktifitas	- Perkenalan Tim Pengabdian dan Mitra - Penjelasan metode pelaksanaan - Pengenalan dan penjelasan Kemasan dan Manfaatnya, serta Karakteristik Kemasan yang Tepat dan Menarik
Tujuan	- Mengenalkan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian - Memberikan pengenalan dan penjelasan tentang Kemasan dan Manfaatnya, serta Karakteristik Kemasan yang Tepat dan Menarik
Pertemuan 2	
Aktifitas	- Pemilihan kemasan (bentuk dan ukuran) - Pembuatan label
Tujuan	- Memberikan pengetahuan kepada anggota kelompok mitra mengenai pemilihan bentuk dan ukuran yang sesuai untuk produk Dempo ikan - Menentukan jenis label, membuat label dan memasang label secara tepat
Pertemuan 3	
Aktifitas	- Penjelasan dan pelatihan cara menggunakan alat vacuum sealer
Tujuan	- Memberikan pengetahuan manfaat alat tersebut untuk packaging Dempo ikan
Pertemuan 4	
Aktifitas	- Pembuatan akun e-commerce yang telah terintegrasi dengan media sosial - Penyusunan info produk yang menarik untuk bisa diunggah
Tujuan	- Memberi pengetahuan tentang alur penjualan produk secara online melalui akun masing-masing anggota kelompok mitra - Info grafis yang diunggah cukup memadai bagi calon konsumen untuk memutuskan pembelian produk Dempo ikan
Pertemuan 5	
Aktifitas	- Penjelasan tentang promosi produk dalam strategi digital marketing
Tujuan	- Memberikan pengetahuan sekaligus praktik promosi penjualan secara live
Pertemuan 6	
Aktifitas	- Evaluasi kemampuan anggota kelompok dalam packaging, pemasangan label, dan promosi - Melakukan rekap terhadap respons calon konsumen produk Dempo ikan
Tujuan	- Mengetahui kemampuan mitra dalam mengikuti kegiatan ini - Mengetahui volume penjualan secara online
Pertemuan 7	
Aktifitas	- Menghitung omset penjualan - Melakukan review kegiatan pengemasan dempo ikan dan jelajah digital marketing yang telah dilakukan anggota kelompok
Tujuan	- Mengetahui ketercapaian target kegiatan pengabdian - Meningkatkan antusiasme kelompok untuk mengembangkan produk dengan mengoptimalkan jelajah digital dalam pemasaran.

Pelaksanaan pertemuan 1 dilaksanakan di hadapan mitra yaitu anggota kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali. Materi yang berkaitan dengan kemasan dan manfaatnya, serta karakteristik kemasan yang tepat dan menarik, mendapat respons positif dari anggota kelompok yang hadir. Diskusi dilakukan cukup santai namun pertanyaan mendasar dari topik di pertemuan ini adalah bagaimana membuat kemasan menarik dan tahan

lebih lama sekaligus dapat meningkatkan omset penjualan Dempo ikan. Hal tersebut menunjukkan betapa mereka membutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam mengemas Dempo ikan yang dikenal oleh masyarakat luas sehingga mampu mendorong peningkatan ekonomi.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Manfaat Kemasan

Pemilihan kemasan dan label menjadi materi pada pertemuan 2 di kegiatan pengabdian ini. Anggota kelompok cukup serius mengikuti dan menyimak penjelasan dari Tim Pengabdian. Keakraban mulai terasa dengan pertanyaan yang diselingi dengan bahasa setempat namun tetap tertib dan dapat dipahami oleh semua yang hadir. Anggota kelompok mitra pengabdian yang hadir terlihat sudah memahami pentingnya kemasan dalam melindungi produk dan mendukung daya simpan produk, sedangkan label yang baik mendorong konsumen untuk membeli dan bisa mengingat produk tersebut.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Cara Pemilihan Kemasan dan Label

Pengenalan alat dan cara menggunakannya untuk pengemasan dilakukan pada pertemuan 3, dimana sebelumnya telah dilakukan serah terima alat berupa vacuum sealer dan plastik emboss, timbangan digital, dan freezer dari Tim Pengabdian kepada Sekretaris Desa. Teknologi packaging ditunjukkan secara langsung dan mencontohkan kerja alat vacuum sealer pada produk Dempo ikan kepada anggota kelompok. Mereka yang hadir cukup memperhatikan prosedur packaging dari mesin vacuum yang ada di hadapan mereka, bahkan bapak ketua Bumdes Maddiolo dan Sekretaris Desa Polewali ikut mencoba alat tersebut. Mahasiswa yang

ikut dalam kegiatan ini juga mencontohkan cara penggunaan alat.



Gambar 4. Pengenalan dan Penggunaan Alat Teknologi Packaging

Beberapa alat dalam kegiatan PKM ini yang digunakan anggota kelompok mitra dalam mengemas dan menyimpan produk, yaitu plastik emboss sebagai pembungkus produk; timbangan digital untuk memastikan berat produk sesuai dengan takaran yang disepakati; mesin vacuum sealer agar kemasan produk hampa udara; mesin coding memberi informasi tanggal produksi dan kadaluwarsa produk; dan freezer sebagai wadah penyimpanan produk agar tetap segar untuk dijual.



Plastik Emboss



Timbangan Digital



Mesin Vacuum Sealer



Mesin Coding



Freezer

Gambar 5. Alat-Alat yang Digunakan Dalam Kegiatan Pengemasan

Pertemuan 4 merupakan pelatihan dan pendampingan pembuatan akun penjualan yang terintegrasi dengan media sosial para anggota kelompok. Hal ini juga disertai dengan penyusunan deskripsi produk menjadi infografis yang siap untuk diunggah ke media sosial.



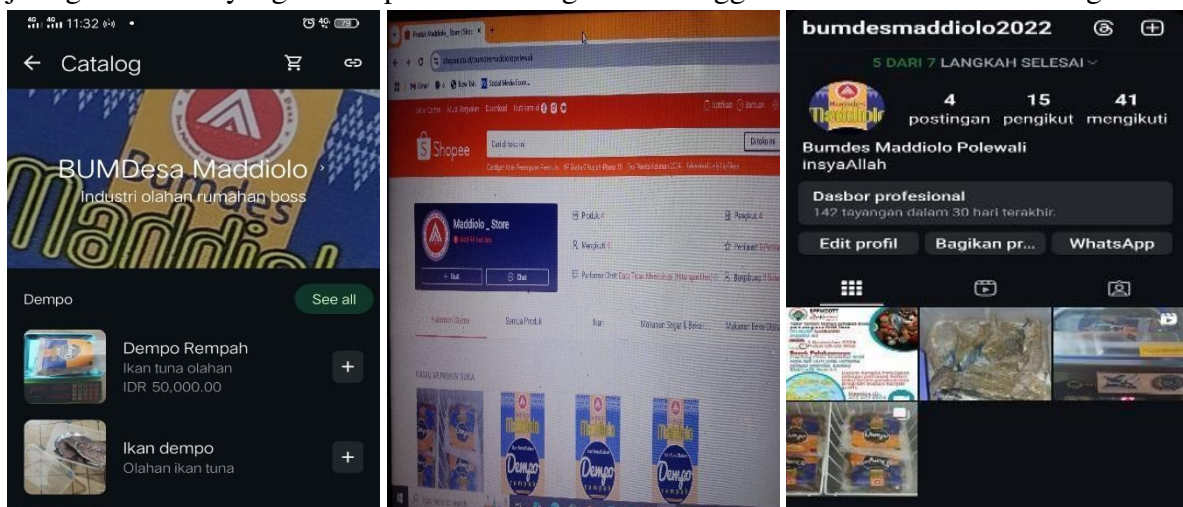
Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Akun Penjualan

Selanjutnya penjelasan tentang promosi produk dalam strategi digital marketing, pentingnya pengetahuan e-commerce untuk produsen atau wirausaha yang akan menjual dan memperluas area pemasaran secara digital. Pertemuan 5 ini juga dilakukan secara langsung melalui smartphone anggota kelompok dimana mereka bisa segera mencoba sesuai yang diarahkan oleh tim pengabdian.



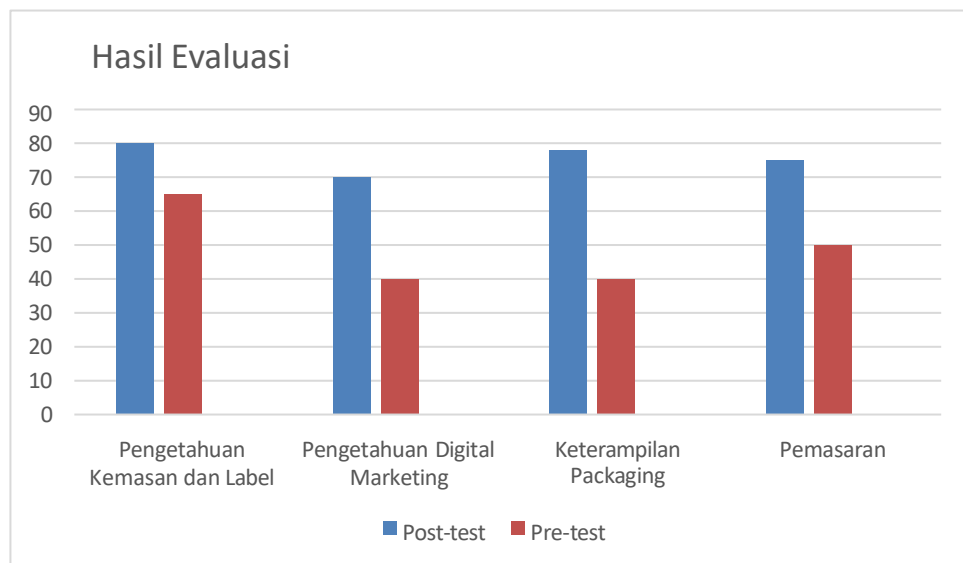
Gambar 7. Pengenalan E-commerce dan Aplikasi Digital Marketing

Untuk terhubung dengan katalog penjualan Dempo ikan produksi Kelompok Usaha Unit Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali bisa melalui <https://wa.me/c/6287828467871> atau <https://shopee.co.id/bumdesmaddiolopolewali>. Hal ini sempat mengalami kendala akibat jaringan internet yang tidak optimal saat kegiatan sehingga dilakukan secara berulang.



Gambar 8. Tangkapan Layar Akun Penjualan Dempo Ikan

Pada pertemuan 6, dilakukan evaluasi terhadap kemampuan anggota kelompok mitra terkait pengemasan dan pemasaran digital Dempo ikan mereka. Hal ini dilakukan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok setelah mengikuti kegiatan PKM ini. Beberapa anggota kelompok memilih langsung praktek pengemasan dengan alasan kurang mampu menulis lengkap urutan pengemasan. Dan hasilnya terlihat cukup memuaskan karena anggota kelompok begitu lancar menggunakan alat-alat yang tersedia untuk mengemas produk mereka hingga siap dipasarkan ke media sosial yang dimiliki. Sebagai informasi, kondisi jaringan belum membaik sehingga anggota kelompok memanfaatkan whatsapp dagang milik Bumdes. Hasil dapat dilihat pada Gambar 9, yang menunjukkan bahwa sebesar 78% anggota kelompok mitra mampu mengoperasikan teknologi packaging dengan terampil, sedangkan pengetahuan tentang pentingnya pengemasan suatu produk bertambah hingga 80%, pengetahuan tentang digital marketing 70%, dan untuk pemasaran sekitar 75%.



Gambar 9. Hasil Evaluasi Kegiatan

Untuk produksi Dempo ikan tidak menjadi bagian dari kegiatan PKM ini, namun tim pengabdian tetap melakukan pengecekan alat-alat yang digunakan dalam pengolahan mengingat hal ini juga penting dalam menjaga kualitas Dempo ikan hingga ke konsumen. Selain itu, tim pengabdian dan ketua mitra melakukan rekam terhadap respons calon konsumen produk Dempo ikan pasca penerapan teknologi packaging dan pemasaran yang dilakukan anggota kelompok mitra melalui media sosial yang dimiliki. Hasil rekam menunjukkan respons masyarakat melalui akun penjualan belum begitu besar mengingat jaringan di lokasi mengalami kendala. Dari beberapa anggota kelompok mitra yang menggunakan WA dalam pemasaran Dempo ikan ini menunjukkan respons cukup besar dan terbukti dari beberapa pemesanan dilakukan melalui chat berasal dari luar kecamatan bahkan kabupaten, seperti Wajo dan Kota Makassar. Hasil diskusi dengan anggota kelompok, diketahui jika mereka lebih banyak menerima pesanan melalui chat atau telepon hingga akhir Oktober 2025 sehingga akun penjualan mereka di e-commerce yang telah dibuat tidak termanfaatkan dengan baik. Meski demikian, mereka tetap antusias mengembangkan cara penjualan Dempo ikan terlebih karena produk ini telah tersertifikasi halal dari MUI.

Terkait kualitas produk, Tim PKM juga mengevaluasi melakukan uji organoleptik terhadap Dempo ikan yang telah disimpan dalam freezer selama 89 hari kepada konsumen yang

telah membeli produk ini secara berulang. Uji tersebut dilakukan untuk mengetahui kualitas produk dari perubahan bau, rasa, tekstur, dan warna. Konsumen memberi penilaian dengan skor 1-5. Dari uji tersebut, konsumen memberi penilaian maksimal terhadap Dempo ikan yang diterima. Dimana empat komponen yang dinilai, tidak terdapat perubahan yang signifikan. Hal ini yang mendasari penilaian Tim Pengabdian untuk menyimpulkan daya simpan produk Dempo ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali adalah 89hari, dimana sebelumnya kelompok mitra terbatas dalam jumlah produksi karena tidak tahan lama. Artinya, ada peningkatan kualitas setelah penerapan teknologi packaging dilakukan terhadap produk tersebut.

Akhir dari kegiatan PKM ini adalah pertemuan 7 yang berisi tentang penghitungan omset penjualan setelah penggunaan teknologi pengemasan dan digital marketing diterapkan mitra. Kegiatan ini juga dibantu oleh mahasiswa sebagai bagian dari Tim Pengabdian, dalam pembukuan sebagai catatan pemesanan yang juga memuat alamat konsumen. Hal ini dianggap perlu untuk mengetahui sampai dimana wilayah pemesanan Dempo ikan yang telah mereka lakukan dan omset penjualan yang bisa dicapai.



Gambar 10. Pencatatan dan Penghitungan Omset Penjualan Dempo Ikan Bersama Sekdes dan Pengelola Bumdes Polewali

Diketahui dari catatan pemesanan yang dibuat kelompok mitra, sebanyak 600pack pemesanan produk Dempo ikan yang telah diterima dalam waktu kurang dari 11bulan sejak PKM ini berjalan. Pada Tahun 2023, hasil catatan penjualan produk yang sama dengan kemasan berbeda, omset penjualan sebesar Rp16juta untuk 320pack atau setara dengan Rp1,3juta per bulan. Artinya, ada peningkatan atas omset penjualan Dempo ikan dengan penggunaan teknologi pengemasan yang diterapkan dari kegiatan PKM TA 2024 ini sebesar Rp2,1juta per bulan. Diketahui dari catatan yang dimiliki mitra, area penjualan produk Dempo ikan sudah sampai ke luar kabupaten, yaitu Kota Makassar, Wajo, dan Luwu. Jumlah pemesanan yang terus bertambah memberi berdampak pada omset penjualan hingga lebih dari Rp30juta per Tahun 2025. Diharapkan pihak mitra mampu mengembangkan usaha Dempo ikannya sebagai produk unggulan wilayah ini yang telah tersertifikasi halal sehingga mendorong kemandirian desa. Selain itu, pada pertemuan 7 juga dilakukan review kegiatan pengemasan Dempo ikan dan digital marketing yang telah dilakukan anggota kelompok mitra. Hasil diskusi bersama perangkat desa dan pengelola Bumdes Polewali, mitra sangat puas atas pendampingan yang dilakukan Tim PKM UMPAR 2024 hingga produk Dempo ikan mereka tersertifikasi dan menjadi pertimbangan dalam keberlanjutan kerjasama di masa datang.

BAB 7. DELIVERY PENERAPAN PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI KE MASYARAKAT

7.1 PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI (HARD DAN SOFT)

Menjaga keamanan dan kualitas produk menjadi sesuatu yang penting bagi penjual atau produsen sehingga mereka harus memilih kemasan yang tepat. *Packaging* yang tepat akan meningkatkan daya simpan produk habis pakai termasuk pelindung bagi produk itu sendiri dan erat kaitannya dengan pemasaran produk. Yang penting untuk diperhatikan adalah pemilihan bahan kemasan yang harus sesuai dengan jenis produk (16). Menggunakan mesin vacuum sealer didukung oleh sistem vacuum otomatis dan pemanas/sealer terkontrol, sehingga pengemasan yang dihasilkan berkualitas dan dapat menjaga ketahanan produk (17). Kegiatan PKM ini menggunakan vacuum sealer sebagai teknologi yang mendorong anggota kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali untuk mengemas Dempo ikan produksinya dalam meningkatkan daya simpan sekaligus dapat menjaga kualitas produk dan keamanan Dempo ikan yang dikirim lintas wilayah. Tidak hanya pada kemasan, tetapi Tim PKM dalam kegiatan ini membantu anggota kelompok mitra untuk memilih label yang pas, menarik, dan tidak mudah rusak. Hal ini dimaksudkan agar produk ini dapat diingat oleh konsumen atau masyarakat luas. Melalui kemasan berlabel, produsen mampu menyampaikan nilai, isi, dan manfaat sebuah produk (18,19). Inovasi dalam packaging memberi perubahan, dimana kemasan dengan label dari suatu produk tidak sekadar pembungkus tetapi menjadi hal penting dalam pemasaran dan penjualan produk.

Setelah kemasan berlabel sudah ada dalam produk, pertimbangan berikut yang perlu dilakukan adalah memperluas area pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Salah satu cara yang marak belakangan ini yaitu dengan memanfaatkan media sosial yang terintegrasi dengan e-commerce. Proses digitalisasi bidang pemasaran yang dipadukan dengan interaksi dengan pembeli atau calon konsumen dalam transaksi, bisa dilakukan secara instan serta dapat diakses oleh masyarakat luas (20). Potensi pasar online sangat besar, sehingga perluasan area pemasaran dapat dijelajahi melalui internet dengan biaya relatif terjangkau. Hal tersebut tentu sangat berbeda dengan pasar tradisional dimana penjual dan pembeli harus berhadapan langsung (21). Dengan akun penjualan yang dibuat oleh anggota kelompok mitra, mereka dapat mempromosikan Dempo ikan menjadi produk khas Desa Polewali yang dapat dibeli secara online.

7.2 PENERAPAN TEKNOLOGI DAN INOVASI KEPADA MASYARAKAT (RELEVANSI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT)

Pengemasan dapat menjaga dan mencegah pembusukan makanan dengan menghalangi masuknya oksigen dan udara yang mengandung banyak kontaminan (23). Teknologi pengemasan vakum adalah pengemasan dengan pengeluaran gas dan uap air dari produk yang dikemas. Pengemasan vakum biasanya dikombinasikan dengan jenis kemasan plastik karena sifatnya yang kuat, fleksibel, mudah dibentuk, serta sukar tembus air dan udara, seperti sealer bag vacuum jenis emboss yang berbahan nylon polyethylene (PE) atau polypropylene (PP) (24).



Gambar 11. Penyerahan Alat

Sebelum kegiatan PKM dilakukan, cara pengemasan produk Dempo ikan masih menggunakan wadah plastik biasa, dimana penggunaan plastik tersebut dinilai tidak efisien karena dapat menimbulkan aroma tidak segar saat dibawa dalam perjalanan jauh (16). Hal tersebut dapat diatasi dengan memperbaiki cara pengemasan produk sesuai tata cara pengemasan suatu produk yang diatur dalam PP No.69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Peraturan tersebut membahas beberapa variabel yang diatur berupa nama produk, bahan produk, tanggal kadaluarsa produk, dan keterangan-keterangan lain yang perlu dicantumkan dalam kemasan produk. Syarat pengemasan yang baik yaitu tidak memiliki kandungan berbahaya (racun), melindungi produk dari kotoran, mikroba, dan faktor lain yang menyebabkan hilangnya volume produk, dan tahan terhadap perubahan suhu, kelembaban dan gesekan.

Beberapa alat yang mendukung teknologi kemasan yang diserahkan, akan dioptimalkan pemanfaatannya dalam mengemas produk Dempo ikan sehingga anggota kelompok dapat meminimalisir kemungkinan produk mereka rusak sebelum sampai ke tangan konsumen. Kemasan dengan sentuhan teknologi diharapkan menambah daya simpan dan tidak sekadar sebagai pelindung produk, tetapi menunjukkan keistimewaan produk dalam membujuk konsumen sebagai strategi pemasaran dan penguatan produk mereka (22). Penerapan teknologi packaging terhadap produk Dempo ikan milik anggota kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali dianggap sangat penting dalam melayani beberapa pesanan masyarakat dari luar desa. Dimulai dengan menentukan berat dari produk yang biasanya dikemas dengan perkiraan, kini menggunakan timbangan digital dimana 1pack setara 500gr Dempo ikan dalam sealer bag untuk selanjutnya diberi label dan siap dimasukkan ke dalam frezeer yang mendukung kualitas produk dan daya simpannya. Untuk diketahui, Dempo ikan produksi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali ada yang siap olah dan ada juga siap saji. Meski demikian, partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam pengembangan produk, promosi, hingga penjualan tentu menjadi harapan Desa Polewali dalam upaya membangun kemandirian desanya.

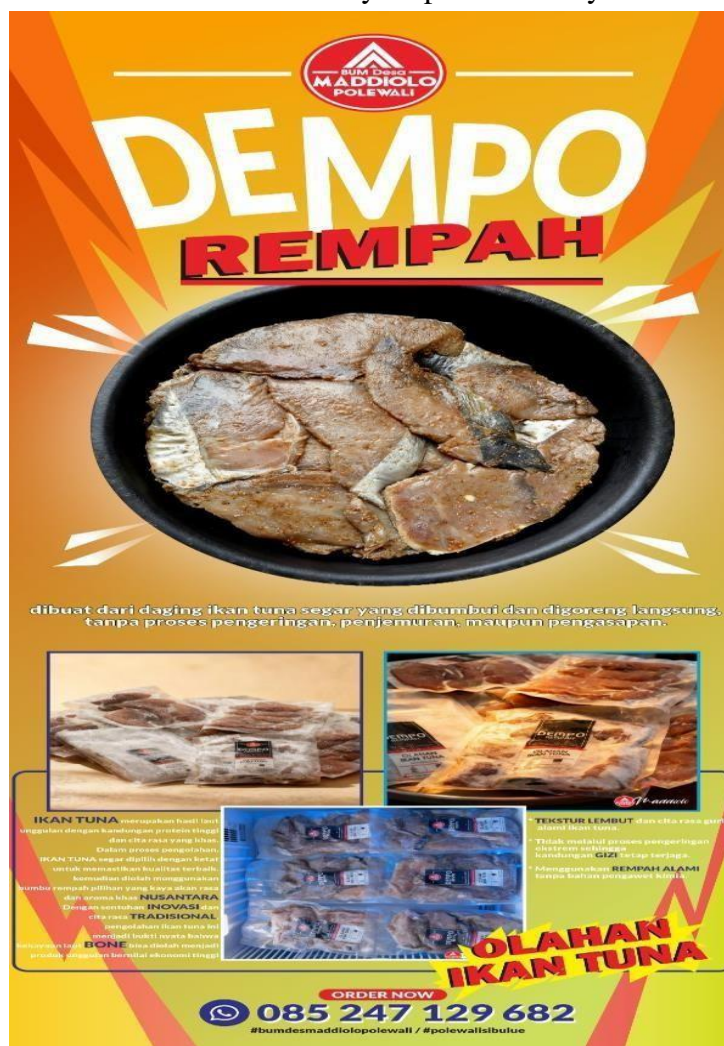


Gambar 12. Hasil Packaging Dempo Ikan

7.3 IMPACT (KEBERMANFAATAN DAN PRODUKTIVITAS)

Salah satu teknik untuk memperpanjang masa simpan dan menjaga kualitas sensori suatu produk pangan adalah dengan pengemasan vakum. Packaging berfungsi untuk memberikan hasil pengolahan atau produk agar mempunyai nilai produk yang lebih tinggi dan memudahkan dalam penyimpanan, melindungi produk dari kerusakan pada saat pengangkutan dan distribusi (25). Prinsip Packaging dengan mesin vakum adalah menghampakan udara dalam kemasan dan ditutup rapat sehingga tercipta kondisi tanpa oksigen dalam kemasan tersebut sehingga dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme perusak dan reaksi-reaksi kimia, dan memperpanjang masa simpan produk yang dikemas (26). Berdasarkan hal itu, anggota kelompok mitra semakin berani untuk memproduksi Dempo ikan karena setelah dikemas produk tersebut bisa dibekukan sebelum diolah sehingga mereka selalu siap jika ada pemesanan.

Perluasan wilayah pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan, telah dilakukan secara digital. Namun hasil diskusi terungkap jika anggota kelompok mitra lebih memanfaatkan jaringan pertemanan melalui grup WA-fb-ig untuk menerima orderan. Nomor kontak <https://wa.me/c/6287828467871> atau 085247129682 yang dicantumkan pada kemasan baru mereka juga lebih memudahkan mitra dalam melayani pesanan masyarakat luas.



Gambar 13. Kemasan Terbaru Dempo Ikan

BAB 8. LUARAN YANG DICAPAI

Luaran yang dicapai dari kegiatan PKM ini berupa artikel ilmiah, publikasi berita pada media massa, video kegiatan, poster, dan rekognisi sks mahasiswa. Artikel ilmiah telah berstatus *Published* ke jurnal Sinta 3 di Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang dengan judul *Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity*. Publikasi pada media massa telah terbit dengan tajuk Sosialisasi Packaging dan Jelajah Digital Marketing di Tribun Bone online 19 September 2024 (<https://tribunboneonline.com/2024/09/19/sosialisasi-packaging-dan-jelajah-digital-marketing/>). Dan di media yang sama per 3 Desember 2024 kegiatan ini dimuat dengan judul berita PKM UMPAR Terapkan Teknologi Pengemasan Dempo Ikan (<https://tribunboneonline.com/2024/12/03/pkm-umpar-terapkan-teknologi-pengemasan-dempo-ikan/>). Video kegiatan juga telah diunggah ke laman youtube Lembaga, yaitu UMPAR Channel (<https://youtu.be/Qyc07oAKMYM?si=hSxtVO31vhsaiWGL>), telah ditonton 300x dan diapresiasi *Like* sebanyak 60. Poster kegiatan telah selesai dan pada 15 Oktober 2024 dipresentasikan dalam Seminar Nasional yang diselenggarakan oleh Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan. Adapun rekognisi mahasiswa menjadi bagian MBKM sebanyak 6sks diperoleh dan telah terkonversi dalam berita acara penilaian yang telah ditandatangani oleh Ketua Program Studi Agribisnis serta Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Pertanian, Peternakan, dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare.

BAB 9. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan cukup berjalan lancar, dan dapat disimpulkan bahwa :

1. Kemasan Dempo ikan produksi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo Desa Polewali sudah lebih aman, label tidak mudah luntur dan daya simpan hingga 89hari serta cukup menarik untuk dipasarkan secara luas. Dengan teknologi packaging yang digunakan, anggota kelompok mitra memahami fungsi kemasan yang baik dan tepat berpengaruh terhadap pemasaran produk mereka.
2. Area pemasaran Dempo ikan sudah sampai ke beberapa wilayah berbeda termasuk dari luar kabupaten, seperti Kota Makassar, Wajo, dan Luwu. Disamping itu, terdapat peningkatan omset penjualan dari Rp1,3juta per bulan menjadi rerata Rp2,1juta per bulan setelah mitra menerapkan teknologi packaging dan digital marketing. Melalui kegiatan PKM ini mitra dapat meningkatkan pendapatan mereka hingga Rp32juta per tahun dan telah tersertifikasi halal.

Saran untuk keberlanjutan usaha pengembangan yang dilakukan oleh kelompok mitra pasca pendampingan dalam kegiatan PKM ini, adalah: perlu adanya sosialisasi terkait teknologi packaging untuk produk rumahan yang berpotensi menjadi industri sehingga pengetahuan dan keterampilan pengemasan bisa menyentuh semua produk hasil olahan pertanian di suatu desa. Tambahan waktu dalam pengembangan digital marketing juga harus dilakukan sebagai upaya untuk melihat respons masyarakat terhadap produk yang dipasarkan serta area pemasaran yang dijangkau oleh produk yang ditawarkan. Sebaiknya kegiatan ini dapat ditindaklanjuti melalui kerjasama dengan instansi lain yang berkaitan dengan legalitas produk dari BPOM sehingga kegiatan ini dapat masuk ke pasar regional modern. Pihak mitra juga diharapkan dapat lebih terbuka dalam memberikan informasi mengenai kebutuhan yang bisa diselesaikan melalui kegiatan PKM sejenis dalam upaya membangun kemandirian desa.

DAFTAR PUSTAKA

1. Pramesti, R.D. & Susilawati. 2021. Analisis Fitur dan Elemen Desain Kemasan Bakpia Kenes Terhadap Persepsi Konsumen. Jurnal Wahana 73(02) : 74-87
<https://doi.org/10.36456/wahana.v73i2.4731>
2. Widiati, A. 2019. Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura 8(2) : 67-76
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jaakfe/article/view/40670>
3. Juliarsa, K. & Permana, GPL. 2023. Pengembangan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Arak Ngacuh. urnal Abdimas (Journal of Community Service):Sasambo 5(4) : 769-775 <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1384>
4. Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M. ., Nuh, G. M. ., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan. Jurnal Ilmiah Pangan Halal 6(1) : 30–38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>
5. Akifah, A. 2020. Optimalisasi Fungsi Media Sosial Dalam Pengembangan Bisnis Kuliner. Jurnal Kinesik 7(2) ; 91-102 <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>
6. Suraya F, Maharani DG, Rachmawati, H., Putri, DMY., Sari RA. 2021. Peran Digital Marketing dan Packaging dalam Meningkatkan Produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candirot, Kabupaten Temanggung. Jurnal puruhita 3(2) : 52-58
<https://journal.unnes.ac.id/sju/puruhita/article/view/53100>
7. Agustina R, Dwanoko YS, Suprianto D. 2021. Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas (J-Solid) 4(1): 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
8. Badri RE, Pratisti C, Putri AS. 2022. Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) 2(2) : 347-353
<https://journal.ypp3a.org/index.php/pakmas/article/view/1268/632>
9. Marhamah, Lazuardi S, Roswaty, Tripermata L.2022. Peningkatan Nilai Tambah dan Strategi Digital Marketing Pada Produk UMKM Desa Alai Kecamatan Lembak. JOSR: Journal of Social Research 1 (10) : 1149-1154 <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijs>
10. Apriyanti, M.E. 2018. Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. Sosio e-kons 10(1) : 20-27
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons/article/view/2223/1892
11. Utama A, Mustikasari A, Cahyaningrum AO, Sony A. 2022. Strategi Pemasaran Melalui Re-design Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Usaha dan Daya Saing UKM Bakpia Istu Pasca Covid-19. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat 2022 (SNPPM-2022) : 136-145 <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm/article/view/33369>
12. Wijaya TW, Muchlis Z, Azizah LM, Miftah M. 2021. Pengembangan Pemasaran Produk Lokal Melalui Digital Business Dan Pembaharuan Brand Produk. Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat 2021 (4) : 1372-1378
<https://prosiding.ummy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/661/752>
13. Anugrah RA, Yudhanto F, Wijaya O. 2022. Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Di Desa Wates Kulon Progo. Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat 4(1) : 61-66
<https://jurnal.ut.ac.id/index.php/diseminasi/article/download/1833/1069/8643>
14. Mufteni, A.NF. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan, dan Bahan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). Jurnal Ekonomi Manajemen 2(2) : 48-54 <https://doi.org/10.37058/jem.v2i2.313>
15. Nurwathy, Azwar AG, Munandar A, Pitoyo D, Noor NN, Fachrulrozi M. 2023. Pemanfaatan Mesin Vacuum Pendamping Sealer Plastik Polypropylene (PP) Produk UMKM

- Dayeuhmanggung. Jurnal Abdimas Sang Buana, Vol 4 No 1:19-27. https://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/Abdimas_Sang_Buana/article/view/2297
16. Daman, A. A. A., Hendrowati, W., Saputra, A. K., & Nurahmi, L. 2021. Penerapan Teknologi Vacuum Seal untuk Meningkatkan Daya Tahan Produk Olahan Ikan di Sentra Ikan Bulak. Jurnal Sewagati, 5(3) : 257–268. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.31>
 17. Hamdan, A., Suswanto, H., Taufani, AR., Sujito, Syah, AI. & Pratama, RD. 2023. Pemanfaatan Teknologi Vacuum Sealer Sebagai Peningkatan Kualitas Packing Produk Frozen Food Pada Komunitas UMKM Shingkar. Jurnal Tridarma 6(1) : 61-65 <https://doi.org/10.35335/abdimas.v6i1.4058>
 18. Siswanto, Ari Saputro, M. Anif, & Basuki Hari Prasetyo4. (2022). Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis. Prosiding *SISFOTEK*, 6(1) : 194-201. Retrieved from <https://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/view/367>
 19. Fibrianti, N. 2019. Upaya Pemahaman Pencantuman Label Pada Kemasan Produk Makanan Bagi Siswa SMA 12 Semarang. Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement) 2 (1) : 1-9. <https://doi.org/10.15294/jphi.v2i1.27743>
 20. Febianti, P., Faradila, F., Nurhakim, S.A., Zalizar, A.& Melani, S.I. 2023. Sosialisasi dan Pelatihan Branding, Packaging dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa. Jurnal Comserva 3(7) : 2773-2779 <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i07.1046>
 21. Supardin, L., & Sukiyanto, S. 2024. Sosialisasi Digital Marketing dan Packaging Produk. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(2) : 226-230 <https://jurnal.academiccenter.org/index.php/IJCD/article/view/402/418>
 22. Nurendah, Y., Mekaniwati, A., & Khim, S. 2021. Inovasi Kemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi Kunci Pengembangan Produk UMKM Kota Bogor. Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan 2(2) : 211–220. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1647>
 23. Mulyawan IB, Handayani BR, Dipokusumo B, Werdiningsih W, Siska AI. 2019. Pengaruh teknik pengemasan dan jenis kemasan terhadap mutu dan daya simpan ikan pindang bumbu kuning. Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia. 22(3) : 464-475 <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jphpi/article/view/28926/18260>
 24. Natasha, A., & Marina Herawati, M. 2023. Pengaruh Berbagai Jenis Kemasan Plastik Vakum Terhadap Umur Simpan Buah Potong Jambu Kristal (*Psidium guajava* L.). *National Multidisciplinary Sciences* 2(3) : 121–128. <https://doi.org/10.32528/nms.v2i3.275>
 25. N. N. Wahyuni, L. Rianingsih, and R. Romadhon, 2021. Pengaruh Pengemasan Vakum dan Non Vakum Terhadap Kualitas Bekasam Instan Ikan Mas (*Cyprinus carpio*) Selama Penyimpanan Suhu Ruang. Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan 3(1) : 26-33 <https://doi.org/10.14710/jitpi.2021.11445>
 26. Hadi, A., Khazanah, W. & Andriani, MS. 2022. Edukasi Penggunaan Vakum Sealer Untuk Penyimpanan Keumamah Pada Produsen Keumamah di Kota Banda Aceh. Jurnal Pade : Pengabdian dan Edukasi 4(1) : 1-5 <http://dx.doi.org/10.30867/pade.v4i1.895>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Artikel *Published* Jurnal Pengabdian Masyarakat Unmer Malang, Terakreditasi Sinta 3



ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang
Vol.9(4) November 2024, 948-959
p-ISSN: 2721-138X e-ISSN: 2548-7159
<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpkm>

LPPM
**UNMER
MALANG**

Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity

Andi Sitti Halimah¹, Andi Abdul Muis², Yushra Yushra³

¹Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, Animal Husbandry and Fisheries, ²Department of Islamic Religious Education, Faculty of Islamic Religion, ³Department of Fisheries Cultivation, Faculty of Agriculture, Animal Husbandry and Fisheries, Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6, Bukit Harapan, Parepare, North Sulawesi, 91112, Indonesia

ARTICLE INFO:

Received: 2024-09-11
Revised: 2024-09-30
Accepted: 2024-11-08
Published: 2024-11-30

Keywords:

Fish dempo, Digital marketing, Packaging technology

ABSTRACT

The BUMDes fish processing business unit group experienced obstacles regarding the function of packaging and how to market digitally in the sale of Dempo fish products. The purpose of this PKM is to create the right packaging to maintain product quality; and expand product marketing areas to increase sales productivity through digital marketing. The method is carried out through training and mentoring in the form of packaging practices with the use of vacuum sealers, the creation of e-commerce sales accounts integrated into social media, and the evaluation stage of activities. The results of this community service activity show an increase in the skills of the partner group in utilizing packaging tools for Dempo fish produced (78%) so that product packaging is more attractive and supports shelf life to maintain product quality. With the packaging technology used, the knowledge of partner group members in understanding the function of packaging that affects marketing has also increased (80%). This has an impact on the increase in sales turnover received through social media owned by members of the partner group. If previously it was known that the sales turnover of this product was IDR 16 million per year or equivalent to IDR 1.3 million per month, then after the PKM activity there was an increase in sales turnover of IDR 2.1 million at the same price within 3 weeks.

©2024 Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang
This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

How to cite: Halimah, A. S., Muis, A. A., & Yushra, Y. (2024). Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 9(4), 948-959.
<https://doi.org/10.26905/abdimas.v9i4.14378>

1. INTRODUCTION

Packaging or product packaging significantly determines consumer acceptance of a product (Apriyanti, 2018; Erijanto & Fibrianto, 2018; Hayati, 2021; Puyanda et al., 2021). The function of packaging includes serving as a container that protects the product from damage, supports durability, and provides information about the product, such as nutritional content, ingredients, expiration date, and aesthetic appeal. However, many entrepreneurs tend to focus more on product quality and sales volume (Suraya, 2021).

Food products offered generally depend on consumer needs and preferences. This indicates that a product with a proper packaging design is more likely to influence consumers' purchasing decisions, making the packaging an attractive factor for consumers (Widiati, 2019; Maricar et al., 2023). Packaging essentially serves to ensure product safety until it reaches the consumer, including protection against

impact or weather conditions and enhancing shelf life ([Ropikoh et al., 2024](#)). Packaging made from eco-friendly materials, portable, safe from contamination, and accompanied by adequate product descriptions will certainly be preferred by consumers. A product's packaging should possess strong characteristics to build brand awareness. Moreover, good packaging will inevitably affect the product's price.

Dempo Fish, a processed fish product, is produced by a partner group of this community service activity, specifically the fish processing business unit of Bumdes Maddiolo, located in Polewali Village. The product has been marketed at various county-level events, such as Bone's Anniversary, Independence Day, Food Day, and several sub-district activities. During these events, the sales of Dempo Fish have allowed the group to achieve maximum profits. Orders have been received from consumers who purchased the product and saved the contact information printed on the packaging label, while others learned about it through friends or family around Polewali Village. Group members admit that the labels on the packaging are created based on specific events, making their Dempo Fish less recognizable. Frequently changing and easily damaged packaging negatively impacts the market reach ([Mardhiah et al., 2023](#)).

Dempo Fish sold at exhibitions is generally profitable compared to direct sales on market days. The partner group does not produce large quantities of Dempo Fish due to its short shelf life. Unsold products are usually distributed to neighbors or friends outside the fish processing business group. The raw fish is purchased at a price of Rp30,000-35,000/kg, and each kilogram produces two packs (1 pack equals 500 grams) of Dempo Fish, sold at Rp50,000/pack.

According to the financial report analysis conducted by the community service team and Bumdes managers for the year 2023, this product generated a revenue of only Rp16 million. If packaging innovation and digital marketing concepts were implemented, this potential could increase to an estimated minimum of Rp30 million per year. The ability to create attractive product packaging correlates with the product's image and selling price. Reports show that food and beverage businesses that pay attention to packaging design have been able to increase their revenue ([Suraya et al., 2021](#)). Packaging design is crucial in product sales, as the choice of colors or product images can significantly influence consumer interest and boost sales volume ([Agustina et al., 2021](#); [Badri et al., 2022](#)).

Marketing strategies largely rely on packaging, as safe and attractive packaging adds value to the product and visually influences consumers' purchasing decisions ([Setiyoko et al., 2023](#); [Apriyanti, 2018](#); [Utama et al., 2022](#)). Product marketing strategies through digital media combined with appealing packaging are considered effective and efficient in expanding marketing areas and boosting sales productivity ([Wijaya et al., 2021](#); [Yudhanto et al., 2022](#)). However, limited knowledge in utilizing digital promotion and marketing has become a significant obstacle for the Bumdes Maddiolo fish processing business group in Polewali Village in expanding the market for Dempo Fish. By optimizing digital media management, marketing reach could be broadened, driving business advancement ([Andiani et al., 2023](#); [Marhamah et al., 2022](#)).

The increasing trend of social media use in society should be leveraged to promote Dempo Fish through digital marketing ([Akifah, 2020](#)). This would undoubtedly support the expansion of the product's market area. Unfortunately, this potential has not yet been utilized by the Bumdes Polewali fish processing business group. Their lack of digital technology mastery limits the marketing reach of their Dempo Fish products.

This PKM (community service program) activity aims to provide solutions for the Bumdes Polewali fish processing business group by designing appropriate packaging and expanding their product marketing area to enhance family economies and village self-sufficiency.

2. METHODS

This community service activity is carried out in collaboration with the partner group, Fish Processing Business Unit of Bumdes Maddiolo, located in Polewali Village, Sibulue Subdistrict, Bone Regency, South Sulawesi Province. This PKM consists of five implementation stages:

Socialization

This activity serves as the initial stage of the PKM to be implemented, where the objectives, stages of activity implementation, and schedule are presented by the proposing team to the partner group to reach an agreement. Through this socialization, it is expected that the partner group understands the PKM activities so that the execution of each agreed-upon work program proceeds smoothly. This will support the achievement of the program's objectives, namely creating attractive and safer packaging to maintain product quality and expanding the product's market area to boost sales productivity through digital marketing.

The materials presented during this activity are tailored based on the coordination between the Community Service Team, the partner group, and related village officials. Below is a description of the implementation of the PKM activities on Packaging Technology and Digital Marketing for Dempo Fish by the Fish Processing Business Unit of Bumdes Maddiolo in Polewali Village.

Table 1. Community service activity schedule

1st Meeting	
Activities	Introduction of community service team and partners Explanation of implementation methods Introduction and explanation of packaging and its benefits, as well as characteristics of appropriate and attractive packaging
Objectives	Introducing the method of implementing community service activities Providing an introduction and explanation of packaging and its benefits, as well as the characteristics of appropriate and attractive packaging
2nd Meeting	
Activities	Packaging selection (shape and size) Label making
Objectives	Providing knowledge to partner group members regarding the selection of appropriate shapes and sizes for Dempo fish products Determining the type of label, making labels and installing labels correctly
3rd Meeting	
Activities	Explanation and training on how to use a vacuum sealer
Objectives	Providing knowledge on the benefits of the tool for Dempo packaging
4th Meeting	
Activities	Creating an e-commerce account that has been integrated with social media Preparing interesting product information to be uploaded
Objectives	Providing knowledge about the flow of online product sales through the accounts of each member of the partner group The uploaded graphic info is sufficient for potential consumers to decide to purchase Dempo fish products.
5th Meeting	
Activities	Explanation of product promotion in digital marketing strategy
Objectives	Providing knowledge and live sales promotion practice
6th Meeting	
Activities	Evaluate the group members' abilities in packaging, labeling, and promotion Conduct a recap of the responses of potential consumers of Dempo fish products
Objectives	Knowing the partner's ability to participate in this activity Knowing the volume of online sales
7th Meeting	
Activities	Calculating online sales turnover for the first 2 months Conducting a review of fish packaging activities and digital marketing exploration that has been carried out by group members
Objectives	Knowing the achievement of community service activity targets Increasing group enthusiasm to develop products by optimizing digital exploration in marketing.

Training and Mentoring

Packaging practice

This practice includes: 1) Providing an understanding of the importance of attractive and appropriate packaging, including labeling on product packaging; 2) Conducting practice by modifying the previous packaging method and packaging form (re-packaging), such as using a vacuum sealer to remove air from the packaging to ensure the durability of Dempo Fish; 3) The packaging activity, which is the first focus of this PKM, uses packaging technology to pack Dempo Fish in special plastic bags by removing air from the packaging before sealing it, using a vacuum sealer. This tool can remove air or lock in moisture to maintain the freshness of food products. It ensures quality for longer storage, is equipped with a cutter to trim plastic for neater cuts, allows flexible plastic usage as needed, and is practical and efficient. The packaging plastic used is an embossed vacuum sealer bag made of nylon polyethylene (PE) or polypropylene (PP), suitable for food industry components. The embossed plastic used comes in various sizes, and the ones used in this activity are 20x30 cm and 12x20 cm. Embossed vacuum plastic is a flexible material with excellent water resistance, strength, lightweight, oxygen barrier properties, transparency, and affordability (Nurwathy et al., 2023); 4) Assistance in creating e-commerce sales accounts integrated with social media, including guidance on creating and uploading infographics to expand marketing areas; and 5) Utilization of digital marketing exploration as a promotional and marketing tool for Dempo Fish products by the Bumdes Maddiolo fish processing business group to help boost sales productivity. Assistance is provided through monitoring to improve knowledge and skills in marketing Dempo Fish products among partner group members by facilitating discussions in each meeting, including guidance on preparing product descriptions and uploading them to their social media platforms.

Evaluation

The evaluation stage is conducted at the beginning of the activity before the training (pre-test) and after the activity (post-test), aimed at assessing the impact of this community service activity on improving the knowledge and skills of the partner group members in understanding the function and importance of good packaging, as well as digital marketing. The evaluation consists of: 1) Evaluation of packaging with labels. The community service team evaluates the fish processing business unit of Bumdes Maddiolo in implementing their understanding of how to package products and create ready-to-sell Dempo Fish packaging; 2) Evaluation of e-commerce utilization. This activity aims to assess the partner group's understanding of managing information and photos uploaded about the products offered; and (3) Evaluation of digital marketing. In the marketing evaluation, the number of orders, customer addresses, and the revenue received by the fish processing business unit of Bumdes Maddiolo from online Dempo Fish sales will be determined. During the evaluation, issues faced during digital promotion and marketing will also be noted. Through digital marketing, Dempo Fish produced by this group is expected to become a signature product of Polewali Village that is more widely recognized by the public.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Results

Introduction to packaging and packaging technology

The first meeting was conducted in front of the partner group, which is the members of the fish processing business unit of Bumdes Desa Polewali. The material related to packaging and its benefits, as well as the characteristics of the right and attractive packaging, received positive feedback from the attending group members. The discussion was quite relaxed, but a key question raised from the topic

during this meeting was how to create attractive packaging that lasts longer while also boosting the sales turnover of Dempo Fish. This indicates how much the partner group needs training and assistance in packaging Dempo Fish in a way that can be widely recognized, thus encouraging the improvement of the village's economy.



Figure 1. Socialization activities on the benefits of packaging



Figure 2. Socialization activities on how to select packaging and labels

The selection of packaging and labels was the topic of the second meeting in this community service activity. The group members followed and listened attentively to the explanation from the Community Service Team. A sense of familiarity began to emerge with questions mixed with the local language, but the discussion remained orderly and understandable to everyone present. The partner group members who attended appeared to have understood the importance of packaging in protecting the product and supporting its shelf life, while a good label encourages consumers to purchase and helps them remember the product.



Figure 3. Introduction and use of packaging technology tools

Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity

Andi Sitti Halimah, Andi Abdul Muis, Yushra Yushra

The introduction of tools and how to use them for packaging took place in the third meeting, where the handover of equipment, including a vacuum sealer, emboss plastic, digital scales, and a freezer, had been carried out from the Community Service Team to the Village Secretary. The packaging technology was demonstrated directly, showing how the vacuum sealer works on Dempo Fish products to the group members. Those present paid close attention to the packaging procedure using the vacuum machine in front of the partner group, and even the Chairman of Bumdes Maddiolo and the Village Secretary of Polewali tried the equipment themselves.

Assistance in creating digital marketing accounts and applications

The fourth meeting was a training and mentoring session on creating sales accounts integrated with the group members' social media. This was also accompanied by the preparation of product descriptions in the form of infographics, ready to be uploaded to social media. The partner group prepared images and created brief descriptions of the Dempo Fish they produce.



Figure 4. Sales account creation training

Next, an explanation about product promotion in digital marketing strategies was provided, highlighting the importance of digital marketing knowledge for producers or entrepreneurs who want to sell and expand their marketing area digitally. This fifth meeting was conducted directly on the smartphones of the group members, following the guidance of the community service team. To connect with the sales catalog of Dempo Fish produced by the Fish Processing Business Unit of Bumdes Desa Polewali, it can be accessed via <https://wa.me/c/6287828467871> or <https://shopee.co.id/bumdesmaddiolopolewali>. This activity took a considerable amount of time due to issues with internet connectivity, requiring repeated sessions.



Figure 5. Introduction to e-commerce and digital marketing applications

Activity Evaluation

In the sixth meeting, an evaluation was conducted to assess the partner group's ability in packaging, including label placement, knowledge about packaging, and promotion as well as marketing of Dempo Fish products. A post-test was carried out to measure the improvement in knowledge and skills of the partner group members after this community service activity. The results, shown in Figure 6, indicate that 78% of the partner group members were able to operate the packaging technology skillfully, while knowledge about the importance of packaging increased by 80%, knowledge about digital marketing by 70%, and marketing knowledge by about 75%.

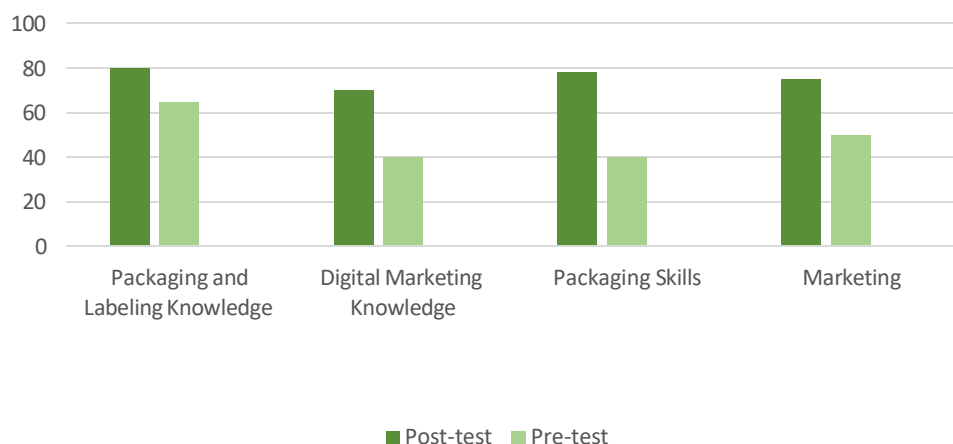


Figure 6. Evaluation report

The group members formed subgroups to divide tasks, which would later rotate between production, packaging, and marketing. Production of Dempo Fish was not part of this community service activity, but the community service team still conducted checks on the equipment used in processing, as this is also important in maintaining the quality of Dempo Fish until it reaches consumers. Additionally, the community service team and the partner group's leader conducted a recap of the responses from potential customers of Dempo Fish after the application of packaging technology and marketing efforts carried out by the partner group members through their social media accounts. The recap results showed that the response from the community through the sales accounts was not very large, considering the network issues in the area. However, some partner group members who used WhatsApp for marketing Dempo Fish showed a fairly large response, as evidenced by several orders made through chats coming from outside the subdistrict and even the district, such as from Wajo and Makassar City.



Figure 7. Results of dempo fish packaging technology

The conclusion of this community service activity (PKM) was meeting 7, which focused on calculating the online sales turnover for the first month after the implementation of packaging technology and digital marketing by the partners. Based on the order records made by the partner group, a total of 42 packs of Dempo fish were ordered. The sales record for this product in 2023 showed a turnover of Rp16 million, or approximately Rp1.3 million per month. This shows an increase in sales turnover of Dempo fish with new packaging and marketing methods of Rp2.1 million, or about 61.53%, within 3 weeks, with the same selling price. The growing number of orders will impact sales turnover, so the target of Rp30 million per year can be achieved. Additionally, during meeting 7, a review of the Dempo fish packaging and digital marketing activities carried out by the partner group members was conducted as a consideration for the continuation of the collaboration in the future.

Discussion

Product safety and quality are crucial for sellers or producers, so they must choose the right packaging. Proper packaging will extend the shelf life of consumable products, including serving as a protective layer for the product itself and being closely related to product marketing. One key factor to consider is selecting packaging materials that are suitable for the type of product (Daman et al., 2021). The use of a vacuum sealer machine is supported by an automatic vacuum system and a controlled heating/sealing mechanism, ensuring high-quality packaging that can preserve the product's shelf life (Hamdan et al., 2023).

This PKM activity uses a vacuum sealer as a technology to encourage the members of the Bumdes Village Polewali Fish Processing Business Unit to package their Dempo fish production, improving shelf life while maintaining product quality and safety for long-distance shipments. The PKM team also assisted the partner group members in selecting the right label—appealing and durable—so that the product could be memorable to consumers or the public. Labeled packaging indicates that the producer is able to communicate the value, content, and benefits of a product (Fibrianti, 2019; Siswanto et al., 2022). Innovations in packaging have brought about changes where product packaging with labels is no longer just a covering, but a critical element in marketing and selling products.

Initially, the packaging of Dempo fish products used ordinary plastic containers, which were deemed inefficient because they could produce an unpleasant smell during long-distance transportation (Daman et al., 2021). This issue was resolved by improving the packaging method in accordance with the packaging standards outlined in Government Regulation No. 69 of 1999 concerning Food Labels and Advertisements. This regulation discusses several variables that should be included in product packaging, such as the product name, ingredients, expiration date, and other necessary information. Good packaging requirements include the absence of harmful substances (toxins), protection from dirt, microbes, and factors that can cause the loss of product volume, as well as resistance to temperature changes, humidity, and friction.

Several tools that support packaging technology will be optimized for use in packaging Dempo fish products so that group members can minimize the risk of their products being damaged before reaching consumers. Packaging with technological enhancements is expected to extend shelf life and not only protect the product but also highlight the product's uniqueness in persuading consumers as a marketing strategy and product strengthening (Nurendah et al., 2021). The application of packaging technology to the Dempo fish products of the members of the Bumdes Polewali Village Fish Processing Business Unit is considered by the partners to be very important in fulfilling orders from outside the village.

Starting with estimating the weight of the product, which was previously packaged by guesswork, now digital scales are used where 1 pack is equivalent to 500 grams of Dempo fish in a sealer bag. The package is then labeled and ready to be placed in the freezer, which supports the product's quality and shelf life. Dempo fish produced by the Bumdes Polewali Fish Processing Business Unit comes in both ready-to-process and ready-to-serve forms. Therefore, community participation in product development, promotion, and sales is certainly hoped for by Polewali Village in its efforts to build the village's independence.



Figure 8. Partner groups and village apparatus active in PKM activities

The following consideration after labeling the packaging is expanding the marketing area to increase sales volume. One of the popular methods lately is utilizing social media integrated with e-commerce. The digitization of marketing combined with interaction with buyers or potential customers during transactions can be done instantly and accessed to search for product-related information (Saudah et al., 2021). Potential buyers are given options that make it easier, from choosing the product, payment methods, to a forum for direct communication with the seller.

The potential of the online market is vast, so expanding the marketing area can be explored through the internet at a relatively low cost. This is very different from traditional markets, where sellers and buyers must face each other directly (Supardin & Sukiyanto, 2024). Through the sales accounts created by the partner group members, they can promote Dempo fish as a distinctive product from Polewali Village that can be purchased online.

4. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This Community Service activity aims to create attractive and safer packaging to maintain product quality, as well as expand the product marketing area to increase sales productivity through digital marketing exploration. The target to be achieved in this activity is the improvement of the Dempo fish product quality from the Bumdes Maddiolo fish processing unit by creating the right packaging, and increasing the sales turnover of Dempo fish through digital marketing strategies. The implementation of this activity is divided into 4 stages: socialization, training, technology application, mentoring, and evaluation. Packaging technology in the form of tools that support the packaging of Dempo fish products, the location of the activity, the activity of the partner group members, and the support of village officials and the local community are determining factors for achieving the objectives of this activity. The results achieved can be seen from the labeled packaging of Dempo fish products, which have a longer shelf life compared to before. In addition, there was a 61.53% increase in sales turnover in less than a month after the partners applied packaging technology and digital marketing to their products. It is expected that

through this activity, partners will understand the importance of packaging in maintaining the quality of Dempo fish products to consumers, and enhance their skills and income through digital marketing practices that drive the economic independence of the village.

There is a need for socialization regarding packaging technology for home-based products that have the potential to become industries, so that knowledge and skills in packaging can reach all processed agricultural products in a village. Additional time for the development of digital marketing should also be implemented as an effort to assess the community's response to the marketed products and the marketing areas reached by the offered products. It would be best if this activity could be followed up through cooperation with other relevant agencies concerning product legality so that this activity can be sustainable. It is also expected that the partner group can be more open in providing information regarding the needs that can be addressed through similar community service activities in an effort to build the village's self-reliance.

ACKNOWLEDGEMENT

We like to express our gratitude to the Directorate of Research, Technology, and Community Service (DRTPM) of the Ministry of Education and Culture 2024 for funding the implementation of this PKM through the Muhammadiyah University of Parepare, as well as to the Bone Regency Government, specifically the Polewali Village Government in Sibulue District, and the Maddiolo Bumdes Management for their extensive support in every stage of this PKM activity.

REFERENCES

- Agustina R., Dwanoko YS., & Suprianto D. (2021). Pelatihan desain logo dan kemasan produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Akifah, A. (2020). Optimalisasi fungsi media sosial dalam pengembangan bisnis kuliner. *Jurnal Kinesik*, 7(2), 91-102. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>
- Andiani, N. D., Kusumayani, P. E., Trianasari, T., & Kesiman, M. W. A. (2023). Training and coaching on digital marketing as an information and promotional media. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(1), 177-187. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i1.8807>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Jurnal Sosio E-kons*, 1(1), 20-27. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 347-353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Daman, A. A. A., Hendrowati, W., Saputra, A. K., & Nurahmi, L. (2021). Penerapan teknologi vacuum seal untuk meningkatkan daya tahan produk olahan ikan di Sentra Ikan Bulak. *Jurnal Sewagati*, 5(3), 257-268. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.31>
- Erijanto, A. C., & Fibrianto, K., (2018). Variasi kemasan terhadap tingkat kesukaan dan pengambilan keputusan konsumen pada pembelian makanan tradisional: Kajian pustaka. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 6(1), 91-96. <https://doi.org/10.21776/ub.jpa.2018.006.01.11>

- Fibrianti, N. (2019). Upaya pemahaman pencantuman label pada kemasan produk makanan bagi siswa SMA 12 Semarang. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement)*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.15294/jphi.v2i1.27743>
- Hamdan, A., Suswanto, H., Taufani, AR., Sujito, Syah, AI. & Pratama, RD. (2023). Pemanfaatan teknologi vacuum sealer sebagai peningkatan kualitas packing produk frozen food pada komunitas UMKM Shingkar. *Jurnal Tridarma*, 6(1), 61-65. <https://doi.org/10.35335/abdimas.v6i1.4058>
- Hayati, L. A. (2021). Peran packaging terhadap tingkat nilai jual produk olahan keripik buah. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(4), 551-561. <https://doi.org/10.59141/jiss.v2i04.255>
- Mardhiah, A., Musran & Handayani, L. (2023). Intelligent packaging dalam perspektif filsafat ilmu. *Jurnal Sains Riset* 3(1), 125-133. <https://doi.org/10.47647/jsr.v13i1.976>
- Marhamah, M., Lazuardi, S., Roswaty, R., & Tripermata, L. (2022). Peningkatan nilai tambah dan strategi digital marketing pada produk UMKM Desa Alai Kecamatan Lembak. *JOSR: Journal of Social Research*, 1(10), 1149-1154. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i10.246>
- Maricar, R., Naharuddin, A., & Rosmiati, R. (2023). The influence of packaging design on the performance of small and medium-sized enterprises' products. *Jurnal Administrasi Kantor*, 11(1), 153-162. <https://doi.org/10.51211/jak.v11i1.2360>
- Nurendah, Y., Mekaniwati, A., & Khim, S. (2021). Inovasi kemasan dan pemasaran berbasis teknologi kunci pengembangan produk UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 211-220. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1647>
- Nurwathi, N., Azwar, A. G., Munandar, A., Pitoyo, D., Noor, N. N., & Fachrulrozi, M. (2023). Pemanfaatan mesin vacuum pendamping sealer plastik Polypropylene (PP) produk UMKM Dayeuhmanggung. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 4(1), 19-27. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v4i1.2297>
- Puyanda, I. R., Nuraini, V., Anggraini, M. P. A., & Margareta, L. A. (2021). Pelatihan inovasi pengemasan menggunakan kemasan ziplock untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual rambak cakar. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(4), 1940-1949. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i4.7051>
- Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan teknologi pengemasan dan penyimpanan produk pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 30-38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>
- Saudah, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi usaha kecil menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358-371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Setiyoko, A., Lestari, R. D., & Wulandari, I. (2023). Improving the diversification of herbal pastries and digital marketing applications to increase product sales. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(4), 610-619. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i4.11286>
- Siswanto, Saputro, A., Anif, M., & Prasetyo, B. H. (202). Desain branding kemasan produk UMKM yang menarik dan ekonomis. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 194-201.
- Supardin, L., & Sukiyanto, S. (2024). Sosialisasi digital marketing dan packaging produk. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(2), 226-230.
- Suraya, F., Maharani, D. G., Rachmawati, H., Putri, D. M. Y. & Sari, R. A. (2021). Peran digital marketing dan packaging dalam meningkatkan produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candiroti Kabupaten Temanggung. *Jurnal Puruhita*, 3(2), 52-58. <https://doi.org/10.15294/puruhita.v3i2.53100>

Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity

Andi Sitti Halimah, Andi Abdul Muis, Yushra Yushra

- Utama, A., Mustikasari, A., Cahyaningrum, A. O., Sony, A. (2022). Strategi pemasaran melalui re- design kemasan sebagai upaya pengembangan usaha dan daya saing UKM Bakpia Istu pasca Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat 2022 (SNPPM-2022)*, 136-145.
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.
<https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Wijaya, T. W., Muchlis, Z., Azizah, L. M., & Miftah, M. (2021). Pengembangan pemasaran produk lokal melalui digital business dan pembaharuan brand produk. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, (4), 1372-1378. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.661>
- Yudhanto, F., Anugrah, R. A., & Wijaya, O. (2022). Pelatihan Pengemasan dan pemasaran produk UMKM masyarakat di Desa Wates Kulon Progo. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 61-66. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v4i1.1833>
-

Lampiran 2. Rekognisi Mahasiswa



FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6 Telp. (0421) 22747 Fax. (0421) 25524 - Parepare Email: fakultas@phsa.com

SURAT KETERANGAN KONVERSI/REKOGNISI MATA KULIAH

Nomor./FAPETRIK/KET/II.3.AU/D/2025

Berdasarkan pelaksanaan Program Pemberdayaan Kepada Masyarakat (PKM) Tahun 2024, maka dengan ini menyatakan bahwa:

1. Nama : Putriani
NIM : 222170013
Program Studi : Agribisnis
2. Nama : Hanriani
NIM : 222170002
Program Studi : Agribisnis

Mahasiswa tersebut telah terlibat pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Hibah Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) KEMDIKTISAINTEK Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, yang berlangsung selama satu semester. Terkait hal tersebut, maka hasil kegiatan dikonversi dalam mata kuliah sebagai berikut:

No.	Judul Kegiatan PkM	Kode Mata Kuliah	Nama Mata kuliah	SKS	Nilai
1	PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali	MPP17003	Entrepreneurship II	3	A
		MPP17001	Digital marketing	3	A
		MWP17014	Manajemen Pemasaran	3	A

Demikian surat keterangan ini di buat, untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 17 September 2025

Ketua Program Studi Agribisnis



Mengetahui,

a.n Dekan
Wakil Dekan I

Syamsiar Zamzam, S.P., M.P.
NBM. 11460126

Edi Kurniawan, S.P., M.Agr
NBM. 1103201

Lampiran 3. Tangkapan Layar Media ‘Tribun Bone’ Online

KPK UMPAR Terapkan Teknologi Pengemasan Dempo Ikan

Selasa, 10 Desember 2024 — 38 x dilihat

Kecamatan Sibuku, Sulawesi Selatan, Indonesia
8850+8851 Pemat, Km. Sibuku, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan 82781, Indonesia
Lat: -4.639941
Long: 120.327246
20/09/24 10:16 AM GMT +08:00

Lokasi bagian Terapan Teknologi Pengemasan PKM Lingsar

SIBUKU, TRIBUNBONEONLINE.COM-Memasuki penghujung tahun 2024 PKM Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR) semakin aktif melakukan implementasi iptek yang melibatkan kelompok masyarakat, termasuk penerapan teknologi dalam menunjang kegiatan produksi masyarakat perdesaan.

Berdasarkan rilis diterima, Selasa (3/12/2024) Dempo ikan merupakan alahan ikan yang diproduksi oleh kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddilo Desa Polewali. Produk tersebut telah dipasarkan pada pameran produk di beberapa event rutin kabupaten; seperti Hari Jadi Bone HUT kemerdekaan; Hari Pangan, dan beberapa kegiatan kecamatan lainnya. Hanya saja tampilan produk yang sering berubah-ubah dan cepat rusak, diakui sebagai kekurangan produk ini untuk bisa dipasarkan lebih luas.

BACA JUGA: Prodi Agroteknologi MoU Dengan CV Putra Bungsu Jaya CEO Purairo, Begini Tujuannya

Berdasarkan masalah tersebut, tim PKM Universitas Muhammadiyah Parepare yang terdiri dari Dr. Andi Sitti Halima, M.P.; Dr. And Abd. Musl, S.Pd.; M.Pd.I; dan Yuhira, S.Kel., M.Si memberi solusi melalui teknologi pengemasan produk yang didaratkan DRTPM 2024 dan dipasarkan secara digital. Diharapkan hal tersebut dapat mendukung unit usaha Bumdes Maddilo untuk promosi dan mengembangkan produk Dempo ikan sebagai produk khas yang dapat diterima masyarakat luas.

Kecamatan Sibuku, Sulawesi Selatan, Indonesia
8850+8851 Pemat, Km. Sibuku, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan 82781, Indonesia
Lat: -4.639941
Long: 120.327246

Ketua Tim Pembinaan Umpar menjelaskan bahwa kemasan produk yang tepat akan berakibat dengan daya simpan dan harga jual produk, sehingga diharapkan kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddilo Desa Polewali bisa mengoptimalkan perangkat pengemasan yang ada untuk selanjutnya memberdayakan anggota kelompok dalam memasarkan Dempo ikan mereka dengan menggunakan media sosial yang dimiliki.

BACA JUGA: Rangkaian Kegiatan Milad Ke-1 UNIM Bone Bersama Polres Bone Selenggarakan Vaksinasi Covid-19

Sekretaris Desa Polewali, Suhardian Pratama mengatakan bahwa kegiatan ini tentu akan mendorong kelompok BUMDes Maddilo Desa Polewali untuk mengembangkan Dempo ikan sebagai produk yang tersertifikasi, dikenal luas oleh masyarakat dan menjadi salah satu pondasi dalam membangun kemandirian ekonomi desa. (tpp)

Mobi Kani Sabari

Mobi Kani Pada

Pes sebelumnya Korban Kebakaran Usaha Ternak Ayam Terlata Klatam Asuransi dari Bili Silaji

Pes Berikutnya Polisi Kahui intens Patroli, Imbau Warga Jajhi Judi Sabung Ayam

Berita Populer

- Membanggakan Guru MAW-A Bone Juara Lomba Karya Tulis Ilmiah Tingkat Provinsi 772 x dilihat
- Target 80 Persen Warga Sanitasi Slap Menghantikan Pasien Berkumul 381 x dilihat
- Pilkada Sukses, Camat Selemeke ucapkan Terima Kasih 712 x dilihat
- SD Negeri 22 Jeppe's Gelar Karya Projek PS Bertema Konstruksi, Hari Pen... 225 x dilihat
- Empat Wakil Rektor UNIM Bone Resmi Dilantik, Muha... jafar : Ini Tugas Mutia 219 x dilihat

Anda MAU Pasang Iklan disini?

Cara pasang iklan kami bantu ya! Kami Hadir Membantu Anda Semaksimal Mungkin

PENGUMUMAN
Pemerintah Kabupaten Pangkep
Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun 2025
Kantor Bupati Pangkep
Jalan Veteran No. 100, Pangkep
Telp. (082) 321 1111
Fax (082) 321 1111
Email: pangkep@pangkajene.go.id
Website: www.pangkajene.go.id

PENGUMUMAN
Pemerintah Kabupaten Pangkep
Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun 2025
Kantor Bupati Pangkep
Jalan Veteran No. 100, Pangkep
Telp. (082) 321 1111
Fax (082) 321 1111
Email: pangkep@pangkajene.go.id
Website: www.pangkajene.go.id

PENGUMUMAN
Pemerintah Kabupaten Pangkep
Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun 2025
Kantor Bupati Pangkep
Jalan Veteran No. 100, Pangkep
Telp. (082) 321 1111
Fax (082) 321 1111
Email: pangkep@pangkajene.go.id
Website: www.pangkajene.go.id

Lampiran 4. Tangkapan Layar Video Kegiatan PKM 2024

<https://www.youtube.com/watch?v=Qyc07oAKMYM>

 ID

**TEKNOLOGI PACKAGING
DAN JELAJAH DIGITAL MARKETING
DEMPO IKAN KELOMPOK UNIT USAHA
PENGOLAHAN IKAN
BUMDES DESA POLEWALI**



**ANDI SITTI HALIMAH
ANDI ABD. MUIS
YUSHRA**

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat.

 **UMP Channel**
3,18 rb subscriber 

 64   **Bagikan** 

300 x ditonton 1 tahun yang lalu

Lampiran 5. Poster Kegiatan PKM 2024



PROGRAM PEMBERDAYAAN KEMITRAAN MASYARAKAT
PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing Dempo Ikan
Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali
Sumber Dana DRTPM KEMENRISTEKDIKTI Tahun Anggaran 2024

A. TIM

Dr. Andi Sitti Halimah, M.P. NIDN 0910047902
Dr. Andi Abd. Muis, S.Pd-L, M.Pd. NIDN 0912128203
Yushra, S.Kel., M.Si. NIDN 1106049001
Putriani NIM 222170013
Hanriani NIM 222170002

B. LATAR BELAKANG

Dempo ikan adalah olahan ikan yang diproduksi oleh pihak mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddido Desa Polewali.

Produk tersebut telah dipasarkan pada pameran produk di beberapa event rutin kabupaten, seperti Hari Jadi Bone, HUT kemerdekaan, Hari Pangan, dan beberapa kegiatan kecamatan lainnya.

Dari hasil penjualan Dempo ikan dalam event yang diati, kelompok ini mampu meraup keuntungan maksimal, sedangkan pemasaran diterima dari beberapa konsumen yang telah mencatat dan menyimpan nomor kontak yang tertera pada label kemasan produk, ada juga yang mengetahui produk Dempo ikan milik kelompok unit usaha ini dari teman atau keluarga.

Yang ada di wilayah sekitar Desa Polewali, meski demikian, anggota kelompok mengikuti label pada kemasan dibuat berdasarkan event, sehingga Dempo ikan mereka tidak mudah dikenali. Tampilan produk yang sering berubah-ubah dan cepat rusak, diakui sebagai kekurangan produk ini untuk bisa dipasarkan lebih luas. Cakupan pasar tidak luas karena anggota kelompok hanya menjual di pasar desa atau kecamatan dalam jumlah sedikit.

Kecenderungan yang cukup meningkat terhadap penggunaan media sosial di tengah masyarakat seharusnya dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dempo ikan melalui jejalah digital marketing.

Hal ini tentu akan mendorong perluasan area pemasaran produk. Sayangnya, potensi tersebut belum mampu dimanfaatkan oleh kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali.

Penguasaan teknologi digital menjadi kendala mereka sehingga jangkauan pemasaran produk Dempo ikan-nya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali dalam mendesain kemasan yang tepat dan memperluas wilayah pemasaran produk mereka dalam upaya meningkatkan ekonomi keluarga dan kemandirian desa.

C. TUJUAN

- Menciptakan kemasan yang menarik dan lebih aman untuk menjaga kualitas produk.
- Memperluas area pemasaran produk untuk meningkatkan produktivitas penjualan melalui jejalah digital marketing.

Jika kedua tujuan program ini tercapai, ada manfaat dapat diperoleh, yang mencakup:

Bagi mitra:

- Produk lebih menarik dan lebih aman sehingga kualitas produk terjaga hingga ke konsumen
- Meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan melalui praktek pemasaran secara digital yang mendorong kemandirian ekonomi desa.

Bagi tim PKM:

- Sebagai implementasi hasil riset yang dimanfaatkan oleh masyarakat (hilirisasi produk riset melalui \
- Sebagai kegiatan kolaborasi dosen dan mahasiswa di luar kampus yang berkaitan dengan penerapan MBKM berbasis IKU.

D. METODE

a. Sosialisasi
Kegiatan ini dilakukan sebagai tahap awal PKM, dimana mitra diharapkan memahami tujuan PKM sehingga pelaksanaan setiap program kerja yang disiapkan berjalan lancar. Materi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini dibarengi dengan hasil penelitian tim PKM, serta perangkat desa yang terkait. Berikut uraian pelaksanaan kegiatan PKM Teknologi Packaging dan Digital Marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali.

b. Pelatihan dan Pendampingan

- Praktek Packaging**
 - Memberi pemahaman pentingnya kemasan yang menarik, yang tepat termasuk pemberian label pada kemasan produk.
 - Melakukan praktek dengan mengolah cara pengemasan dan bentuk kemasan yang sebelumnya digunakan (re packaging), misalnya dengan pengemasan varian sealer untuk meningkatkan umur dalam kemasan sehingga dapat menjamin daya tahan Dempo ikan.
 - memberikan dan penjelasan e-commerce yang integrasi ke media sosial, termasuk cara membuat dan mengunggah foto-foto sehingga dapat memperluas area pemasaran.
 - Penerapan jejalah digital marketing sebagai sarana promosi dan pemasaran produk Dempo ikan kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddido sehingga membantu produktivitas penjualan.
- Tahap Evaluasi**
Tahap evaluasi dilakukan pada awal kegiatan sebelum pelatihan (pre-test) dan setelah kegiatan (post test) yang bertujuan untuk mengetahui hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok mitra dalam pemahaman fungsi dan pentingnya pengemasan (packaging) yang baik, serta digital marketing. Saat evaluasi juga akan dicatat masalah-masalah yang dihadapi saat promosi dan pemasaran dilakukan secara digital.

D. HASIL PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini menghasilkan kemasan Dempo ikan produksi kelompok unit usaha pengolahan Ikan Bumdes Maddido Desa Polewali sudah lebih aman dan memiliki daya simpan hingga 60 hari, serta cukup menarik dibarengi sebhanya. Estimasi daya simpan produk Dempo ikan diketahui dari pengamatan yang dilakukan terhadap satu pack dalam freezer setelah pengolahan alat teknologi packaging diberikan tim pengabdian dan kelompok mitra. Area pemasaran dan wilayah penjualan Dempo ikan ubi menunjukkan hal positif dimana jumlah pemasaran tercatat sebanyak 128 pack dalam waktu dua bulan. Jika sebelum kegiatan PKM ini dilakukan, omzet penjualan sebesar 30 perputaran atau sekitar 1.350.000/bulan dengan jumlah Dempo ikan 26-27 pack. Dan setelah PKM berjalan, omzet penjualan bisa mencapai 3.000.000/bulan dengan jumlah Dempo ikan 60 pack. Produk ini dipromosi dan dipasarkan melalui media sosial yang dimiliki masing-masing anggota kelompok mitra.

E. PELAKSANAAN KEGIATAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Lampiran 6. Tampilan Kemasan Dempo Ikan Sebelum Menerapkan Teknologi Packaging dari Tim PKM Umpar 2024



Lampiran 6. Tampilan Kemasan Dempo Ikan Setelah Menerapkan Teknologi Packaging dari Tim PKM Umpar 2024



Lampiran 6. Kemasan Baru Sesuai Ide Anggota Kelompok Mitra



DEMPO REMPAH



dibuat dari daging ikan tuna segar yang dibumbui dan digoreng langsung, tanpa proses pengeringan, penjemuran, maupun pengasapan.





IKAN TUNA merupakan hasil laut unggulan dengan kandungan protein tinggi dan cita rasa yang khas. Dalam proses pengolahan, **IKAN TUNA** segar dipilih dengan ketat untuk memastikan kualitas terbaik, kemudian diolah menggunakan bumbu rempah pilihan yang kaya akan rasa dan aroma khas **NUSANTARA**. Dengan sentuhan **INOVASI** dan cita rasa **TRADISIONAL**, pengolahan ikan tuna ini menjadi bukti nyata bahwa kekayaan laut **BONE** bisa diolah menjadi produk unggulan bernilai ekonomi tinggi.



- **TEKSTUR LEMBUT** dan cita rasa gurih alami ikan tuna.
- Tidak melalui proses pengeringan ekstrem sehingga kandungan **GIZI** tetap terjaga.
- Menggunakan **REMPAH ALAMI** tanpa bahan pengawet kimia.

OLAHAN IKAN TUNA

ORDER NOW
085 247 129 682
#bumdesmaddiolopolewali / #polewalisibulue

Lampiran 7. Kutipan Sertifikasi Halal



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)

جمهورية إندونيسيا

LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)

مرفقة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat
Certificate Number

ID73410028877360925

رقم الشهادة

Nama Pelaku Usaha
Name of Company

MADDIOLO

اسم الشركة

Jenis Produk
Type Product

Ikan dan produk perikanan, termasuk moluska, krustase, dan ekinodermata dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan

نوع المنتج

Alamat Pabrik
Factory's Address

BUMDES MADDIOLO POLEWALI
Kessi, Desa Polewali, Kecamatan Sibulue, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, KAB. BONE, SULAWESI SELATAN, 92781, Indonesia

عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk/ Product Name
1	dempok ikan

Hal 1 / Total Produk: 1

Diterbitkan di Jakarta pada
Issued in Jakarta on

24 September 2025

أصدرت الشهادة بجاكرتا في

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY

رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال



Ahmad Haikal Hasan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, BSSN



Lampiran 8. Laporan Peningkatan Omzet Penjualan Produk Dempo Ikan



BUMDesa MADDIOLO POLEWALI

DESA POLEWALI KECAMATAN SIBULUE KABUPATEN BONE
PROPINSI SULAWESI SELATAN

Laporan Peningkatan Omzet Penjualan Produk Dempo Ikan

Diketahui dari catatan pemesanan yang dibuat oleh kelompok mitra, sebanyak 42 pack produk Dempo ikan telah diterima setelah kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini berjalan. Berdasarkan hasil catatan penjualan produk tersebut pada tahun sebelumnya, omzet yang diperoleh sebesar Rp16 juta, yang jika dirata-rata mencapai sekitar Rp1,3 juta per bulan.

Selama 3 minggu pertama setelah penerapan kemasan dan cara pemasaran secara online termasuk melalui promosi antar teman menggunakan grup WA-fb-ig, terjadi peningkatan omzet penjualan sebesar Rp2,1 juta, atau sekitar 61,53% dibandingkan dengan omzet sebelumnya, dengan tetap mempertahankan harga jual yang sama. Hal ini menandakan adanya respon positif pasar terhadap inovasi kemasan dan strategi pemasaran yang diterapkan.

Setelah berjalan hingga tahun 2025, omzet penjualan dari arsip kelompok ini tercatat mencapai Rp32 juta (Terlampir). Peningkatan omzet ini juga sejalan dengan pencapaian produk yang telah berhasil mendapatkan Sertifikasi Halal, yang memperkuat posisi produk di pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Polewali, 31 Oktober 2025

Mengetahui,





BUMDesa MADDIOLO POLEWALI
DESA POLEWALI KECAMATAN SIBULUE KABUPATEN BONE
PROPINSI SULAWESI SELATAN

Rekap penjualan dempo dari Oktober 2024 sampai September 2025							
NO	BULAN/TAHUN	PCS	SATUAN	HARGA	ONGKIR	JUMLAH	KET
1	Oktober-2024	50	50,000	2,500,000	420,000	2,920,000	Harga satuan (PCS) sebesar Rp 50.000,-
2	November-2024	49	50,000	2,450,000	200,000	2,650,000	
3	Desember-2024	30	50,000	1,500,000	200,000	1,700,000	
4	Januari-2025	47	50,000	2,350,000	350,000	2,700,000	
5	Februari-2025	50	50,000	2,500,000	420,000	2,920,000	
6	Maret-2025	60	50,000	3,000,000	150,000	3,150,000	
7	April-2025	68	50,000	3,400,000	150,000	3,550,000	
8	Mei-2025	55	50,000	2,750,000	300,000	3,050,000	
9	Juni-2025	45	50,000	2,250,000	250,000	2,500,000	
10	Juli-2025	68	50,000	3,400,000	320,000	3,720,000	
11	Agustus-2025	72	50,000	3,600,000	350,000	3,950,000	
12	September-2025	55	50,000	2,750,000	350,000	3,100,000	
TOTAL		649	50,000	32,450,000	3,460,000	35,910,000	

Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity

Andi Sitti Halimah¹, Andi Abdul Muis², Yushra Yushra³

¹Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, Animal Husbandry and Fisheries, ²Department of Islamic Religious Education, Faculty of Islamic Religion, ³Department of Fisheries Cultivation, Faculty of Agriculture, Animal Husbandry and Fisheries, Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6, Bukit Harapan, Parepare, North Sulawesi, 91112, Indonesia

ARTICLE INFO:

Received: 2024-09-11
Revised: 2024-09-30
Accepted: 2024-11-08
Published: 2024-11-30

Keywords:

Fish dempo, Digital marketing, Packaging technology

ABSTRACT

The BUMDes fish processing business unit group experienced obstacles regarding the function of packaging and how to market digitally in the sale of Dempo fish products. The purpose of this PKM is to create the right packaging to maintain product quality; and expand product marketing areas to increase sales productivity through digital marketing. The method is carried out through training and mentoring in the form of packaging practices with the use of vacuum sealers, the creation of e-commerce sales accounts integrated into social media, and the evaluation stage of activities. The results of this community service activity show an increase in the skills of the partner group in utilizing packaging tools for Dempo fish produced (78%) so that product packaging is more attractive and supports shelf life to maintain product quality. With the packaging technology used, the knowledge of partner group members in understanding the function of packaging that affects marketing has also increased (80%). This has an impact on the increase in sales turnover received through social media owned by members of the partner group. If previously it was known that the sales turnover of this product was IDR 16 million per year or equivalent to IDR 1.3 million per month, then after the PKM activities there was an increase in sales turnover of IDR 2.1 million at the same price within 3 weeks.

©2024 Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang
This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

How to cite: Halimah, A. S., Muis, A. A., & Yushra, Y. (2024). Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 9(4), 948-959.
<https://doi.org/10.26905/abdimas.v9i4.14378>

1. INTRODUCTION

Packaging or product packaging significantly determines consumer acceptance of a product (Apriyanti, 2018; Erijanto & Fibrianto, 2018; Hayati, 2021; Puyanda et al., 2021). The function of packaging includes serving as a container that protects the product from damage, supports durability, and provides information about the product, such as nutritional content, ingredients, expiration date, and aesthetic appeal. However, many entrepreneurs tend to focus more on product quality and sales volume (Suraya, 2021).

Food products offered generally depend on consumer needs and preferences. This indicates that a product with a proper packaging design is more likely to influence consumers' purchasing decisions, making the packaging an attractive factor for consumers (Widiati, 2019; Maricar et al., 2023). Packaging essentially serves to ensure product safety until it reaches the consumer, including protection against

impact or weather conditions and enhancing shelf life (Ropikoh et al., 2024). Packaging made from eco-friendly materials, portable, safe from contamination, and accompanied by adequate product descriptions will certainly be preferred by consumers. A product's packaging should possess strong characteristics to build brand awareness. Moreover, good packaging will inevitably affect the product's price.

Dempo Fish, a processed fish product, is produced by a partner group of this community service activity, specifically the fish processing business unit of Bumdes Maddiolo, located in Polewali Village. The product has been marketed at various county-level events, such as Bone's Anniversary, Independence Day, Food Day, and several sub-district activities. During these events, the sales of Dempo Fish have allowed the group to achieve maximum profits. Orders have been received from consumers who purchased the product and saved the contact information printed on the packaging label, while others learned about it through friends or family around Polewali Village. Group members admit that the labels on the packaging are created based on specific events, making their Dempo Fish less recognizable. Frequently changing and easily damaged packaging negatively impacts the market reach (Mardhiah et al., 2023).

Dempo Fish sold at exhibitions is generally profitable compared to direct sales on market days. The partner group does not produce large quantities of Dempo Fish due to its short shelf life. Unsold products are usually distributed to neighbors or friends outside the fish processing business group. The raw fish is purchased at a price of Rp30,000-35,000/kg, and each kilogram produces two packs (1 pack equals 500 grams) of Dempo Fish, sold at Rp50,000/pack.

According to the financial report analysis conducted by the community service team and Bumdes managers for the year 2023, this product generated a revenue of only Rp16 million. If packaging innovation and digital marketing concepts were implemented, this potential could increase to an estimated minimum of Rp30 million per year. The ability to create attractive product packaging correlates with the product's image and selling price. Reports show that food and beverage businesses that pay attention to packaging design have been able to increase their revenue (Suraya et al., 2021). Packaging design is crucial in product sales, as the choice of colors or product images can significantly influence consumer interest and boost sales volume (Agustina et al., 2021; Badri et al., 2022).

Marketing strategies largely rely on packaging, as safe and attractive packaging adds value to the product and visually influences consumers' purchasing decisions (Setiyoko et al., 2023; Apriyanti, 2018; Utama et al., 2022). Product marketing strategies through digital media combined with appealing packaging are considered effective and efficient in expanding marketing areas and boosting sales productivity (Wijaya et al., 2021; Yudhanto et al., 2022). However, limited knowledge in utilizing digital promotion and marketing has become a significant obstacle for the Bumdes Maddiolo fish processing business group in Polewali Village in expanding the market for Dempo Fish. By optimizing digital media management, marketing reach could be broadened, driving business advancement (Andiani et al., 2023; Marhamah et al., 2022).

The increasing trend of social media use in society should be leveraged to promote Dempo Fish through digital marketing (Akifah, 2020). This would undoubtedly support the expansion of the product's market area. Unfortunately, this potential has not yet been utilized by the Bumdes Polewali fish processing business group. Their lack of digital technology mastery limits the marketing reach of their Dempo Fish products.

This PKM (community service program) activity aims to provide solutions for the Bumdes Polewali fish processing business group by designing appropriate packaging and expanding their product marketing area to enhance family economies and village self-sufficiency.

2. METHODS

This community service activity is carried out in collaboration with the partner group, Fish Processing Business Unit of Bumdes Maddiolo, located in Polewali Village, Sibulue Subdistrict, Bone Regency, South Sulawesi Province. This PKM consists of five implementation stages:

Socialization

This activity serves as the initial stage of the PKM to be implemented, where the objectives, stages of activity implementation, and schedule are presented by the proposing team to the partner group to reach an agreement. Through this socialization, it is expected that the partner group understands the PKM activities so that the execution of each agreed-upon work program proceeds smoothly. This will support the achievement of the program's objectives, namely creating attractive and safer packaging to maintain product quality and expanding the product's market area to boost sales productivity through digital marketing.

The materials presented during this activity are tailored based on the coordination between the Community Service Team, the partner group, and related village officials. Below is a description of the implementation of the PKM activities on Packaging Technology and Digital Marketing for Dempo Fish by the Fish Processing Business Unit of Bumdes Maddiolo in Polewali Village.

Table 1. Community service activity schedule

1st Meeting	
Activities	Introduction of community service team and partners Explanation of implementation methods Introduction and explanation of packaging and its benefits, as well as characteristics of appropriate and attractive packaging
Objectives	Introducing the method of implementing community service activities Providing an introduction and explanation of packaging and its benefits, as well as the characteristics of appropriate and attractive packaging
2nd Meeting	
Activities	Packaging selection (shape and size) Label making
Objectives	Providing knowledge to partner group members regarding the selection of appropriate shapes and sizes for Dempo fish products Determining the type of label, making labels and installing labels correctly
3rd Meeting	
Activities	Explanation and training on how to use a vacuum sealer
Objectives	Providing knowledge on the benefits of the tool for Dempo packaging
4th Meeting	
Activities	Creating an e-commerce account that has been integrated with social media Preparing interesting product information to be uploaded
Objectives	Providing knowledge about the flow of online product sales through the accounts of each member of the partner group The uploaded graphic info is sufficient for potential consumers to decide to purchase Dempo fish products.
5th Meeting	
Activities	Explanation of product promotion in digital marketing strategy
Objectives	Providing knowledge and live sales promotion practice
6th Meeting	
Activities	Evaluate the group members' abilities in packaging, labeling, and promotion Conduct a recap of the responses of potential consumers of Dempo fish products
Objectives	Knowing the partner's ability to participate in this activity Knowing the volume of online sales
7th Meeting	
Activities	Calculating online sales turnover for the first 2 months Conducting a review of fish packaging activities and digital marketing exploration that has been carried out by group members
Objectives	Knowing the achievement of community service activity targets Increasing group enthusiasm to develop products by optimizing digital exploration in marketing.

Training and Mentoring

Packaging practice

This practice includes: 1) Providing an understanding of the importance of attractive and appropriate packaging, including labeling on product packaging; 2) Conducting practice by modifying the previous packaging method and packaging form (re-packaging), such as using a vacuum sealer to remove air from the packaging to ensure the durability of Dempo Fish; 3) The packaging activity, which is the first focus of this PKM, uses packaging technology to pack Dempo Fish in special plastic bags by removing air from the packaging before sealing it, using a vacuum sealer. This tool can remove air or lock in moisture to maintain the freshness of food products. It ensures quality for longer storage, is equipped with a cutter to trim plastic for neater cuts, allows flexible plastic usage as needed, and is practical and efficient. The packaging plastic used is an embossed vacuum sealer bag made of nylon polyethylene (PE) or polypropylene (PP), suitable for food industry components. The embossed plastic used comes in various sizes, and the ones used in this activity are 20x30 cm and 12x20 cm. Embossed vacuum plastic is a flexible material with excellent water resistance, strength, lightweight, oxygen barrier properties, transparency, and affordability (Nurwathy et al., 2023); 4) Assistance in creating e-commerce sales accounts integrated with social media, including guidance on creating and uploading infographics to expand marketing areas; and 5) Utilization of digital marketing exploration as a promotional and marketing tool for Dempo Fish products by the Bumdes Maddiolo fish processing business group to help boost sales productivity. Assistance is provided through monitoring to improve knowledge and skills in marketing Dempo Fish products among partner group members by facilitating discussions in each meeting, including guidance on preparing product descriptions and uploading them to their social media platforms.

Evaluation

The evaluation stage is conducted at the beginning of the activity before the training (pre-test) and after the activity (post-test), aimed at assessing the impact of this community service activity on improving the knowledge and skills of the partner group members in understanding the function and importance of good packaging, as well as digital marketing. The evaluation consists of: 1) Evaluation of packaging with labels. The community service team evaluates the fish processing business unit of Bumdes Maddiolo in implementing their understanding of how to package products and create ready-to-sell Dempo Fish packaging; 2) Evaluation of e-commerce utilization. This activity aims to assess the partner group's understanding of managing information and photos uploaded about the products offered; and (3) Evaluation of digital marketing. In the marketing evaluation, the number of orders, customer addresses, and the revenue received by the fish processing business unit of Bumdes Maddiolo from online Dempo Fish sales will be determined. During the evaluation, issues faced during digital promotion and marketing will also be noted. Through digital marketing, Dempo Fish produced by this group is expected to become a signature product of Polewali Village that is more widely recognized by the public.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Results

Introduction to packaging and packaging technology

The first meeting was conducted in front of the partner group, which is the members of the fish processing business unit of Bumdes Desa Polewali. The material related to packaging and its benefits, as well as the characteristics of the right and attractive packaging, received positive feedback from the attending group members. The discussion was quite relaxed, but a key question raised from the topic

during this meeting was how to create attractive packaging that lasts longer while also boosting the sales turnover of Dempo Fish. This indicates how much the partner group needs training and assistance in packaging Dempo Fish in a way that can be widely recognized, thus encouraging the improvement of the village's economy.



Figure 1. Socialization activities on the benefits of packaging



Figure 2. Socialization activities on how to select packaging and labels

The selection of packaging and labels was the topic of the second meeting in this community service activity. The group members followed and listened attentively to the explanation from the Community Service Team. A sense of familiarity began to emerge with questions mixed with the local language, but the discussion remained orderly and understandable to everyone present. The partner group members who attended appeared to have understood the importance of packaging in protecting the product and supporting its shelf life, while a good label encourages consumers to purchase and helps them remember the product.



Figure 3. Introduction and use of packaging technology tools

Packaging technology and digital marketing of fish dempo to increase sales productivity

Andi Sitti Halimah, Andi Abdul Muis, Yushra Yushra

The introduction of tools and how to use them for packaging took place in the third meeting, where the handover of equipment, including a vacuum sealer, emboss plastic, digital scales, and a freezer, had been carried out from the Community Service Team to the Village Secretary. The packaging technology was demonstrated directly, showing how the vacuum sealer works on Dempo Fish products to the group members. Those present paid close attention to the packaging procedure using the vacuum machine in front of the partner group, and even the Chairman of Bumdes Maddiolo and the Village Secretary of Polewali tried the equipment themselves.

Assistance in creating digital marketing accounts and applications

The fourth meeting was a training and mentoring session on creating sales accounts integrated with the group members' social media. This was also accompanied by the preparation of product descriptions in the form of infographics, ready to be uploaded to social media. The partner group prepared images and created brief descriptions of the Dempo Fish they produce.



Figure 4. Sales account creation training

Next, an explanation about product promotion in digital marketing strategies was provided, highlighting the importance of digital marketing knowledge for producers or entrepreneurs who want to sell and expand their marketing area digitally. This fifth meeting was conducted directly on the smartphones of the group members, following the guidance of the community service team. To connect with the sales catalog of Dempo Fish produced by the Fish Processing Business Unit of Bumdes Desa Polewali, it can be accessed via <https://wa.me/c/6287828467871> or <https://shopee.co.id/bumdesmaddiolo polewali>. This activity took a considerable amount of time due to issues with internet connectivity, requiring repeated sessions.



Figure 5. Introduction to e-commerce and digital marketing applications

Activity Evaluation

In the sixth meeting, an evaluation was conducted to assess the partner group's ability in packaging, including label placement, knowledge about packaging, and promotion as well as marketing of Dempo Fish products. A post-test was carried out to measure the improvement in knowledge and skills of the partner group members after this community service activity. The results, shown in Figure 6, indicate that 78% of the partner group members were able to operate the packaging technology skillfully, while knowledge about the importance of packaging increased by 80%, knowledge about digital marketing by 70%, and marketing knowledge by about 75%.

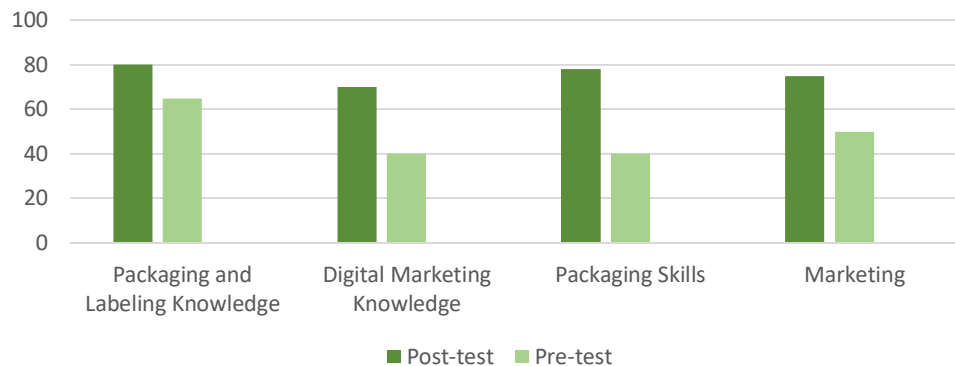


Figure 6. Evaluation report

The group members formed subgroups to divide tasks, which would later rotate between production, packaging, and marketing. Production of Dempo Fish was not part of this community service activity, but the community service team still conducted checks on the equipment used in processing, as this is also important in maintaining the quality of Dempo Fish until it reaches consumers. Additionally, the community service team and the partner group's leader conducted a recap of the responses from potential customers of Dempo Fish after the application of packaging technology and marketing efforts carried out by the partner group members through their social media accounts. The recap results showed that the response from the community through the sales accounts was not very large, considering the network issues in the area. However, some partner group members who used WhatsApp for marketing Dempo Fish showed a fairly large response, as evidenced by several orders made through chats coming from outside the subdistrict and even the district, such as from Wajo and Makassar City.



Figure 7. Results of dempo fish packaging technology

The conclusion of this community service activity (PKM) was meeting 7, which focused on calculating the online sales turnover for the first month after the implementation of packaging technology and digital marketing by the partners. Based on the order records made by the partner group, a total of 42 packs of Dempo fish were ordered. The sales record for this product in 2023 showed a turnover of Rp16 million, or approximately Rp1.3 million per month. This shows an increase in sales turnover of Dempo fish with new packaging and marketing methods of Rp2.1 million, or about 61.53%, within 3 weeks, with the same selling price. The growing number of orders will impact sales turnover, so the target of Rp30 million per year can be achieved. Additionally, during meeting 7, a review of the Dempo fish packaging and digital marketing activities carried out by the partner group members was conducted as a consideration for the continuation of the collaboration in the future.

Discussion

Product safety and quality are crucial for sellers or producers, so they must choose the right packaging. Proper packaging will extend the shelf life of consumable products, including serving as a protective layer for the product itself and being closely related to product marketing. One key factor to consider is selecting packaging materials that are suitable for the type of product (Daman et al., 2021). The use of a vacuum sealer machine is supported by an automatic vacuum system and a controlled heating/sealing mechanism, ensuring high-quality packaging that can preserve the product's shelf life (Hamdan et al., 2023).

This PKM activity uses a vacuum sealer as a technology to encourage the members of the Bumdes Village Polewali Fish Processing Business Unit to package their Dempo fish production, improving shelf life while maintaining product quality and safety for long-distance shipments. The PKM team also assisted the partner group members in selecting the right label—appealing and durable—so that the product could be memorable to consumers or the public. Labeled packaging indicates that the producer is able to communicate the value, content, and benefits of a product (Fibrianti, 2019; Siswanto et al., 2022). Innovations in packaging have brought about changes where product packaging with labels is no longer just a covering, but a critical element in marketing and selling products.

Initially, the packaging of Dempo fish products used ordinary plastic containers, which were deemed inefficient because they could produce an unpleasant smell during long-distance transportation (Daman et al., 2021). This issue was resolved by improving the packaging method in accordance with the packaging standards outlined in Government Regulation No. 69 of 1999 concerning Food Labels and Advertisements. This regulation discusses several variables that should be included in product packaging, such as the product name, ingredients, expiration date, and other necessary information. Good packaging requirements include the absence of harmful substances (toxins), protection from dirt, microbes, and factors that can cause the loss of product volume, as well as resistance to temperature changes, humidity, and friction.

Several tools that support packaging technology will be optimized for use in packaging Dempo fish products so that group members can minimize the risk of their products being damaged before reaching consumers. Packaging with technological enhancements is expected to extend shelf life and not only protect the product but also highlight the product's uniqueness in persuading consumers as a marketing strategy and product strengthening (Nurendah et al., 2021). The application of packaging technology to the Dempo fish products of the members of the Bumdes Polewali Village Fish Processing Business Unit is considered by the partners to be very important in fulfilling orders from outside the village.

Starting with estimating the weight of the product, which was previously packaged by guesswork, now digital scales are used where 1 pack is equivalent to 500 grams of Dempo fish in a sealer bag. The package is then labeled and ready to be placed in the freezer, which supports the product's quality and shelf life. Dempo fish produced by the Bumdes Polewali Fish Processing Business Unit comes in both ready-to-process and ready-to-serve forms. Therefore, community participation in product development, promotion, and sales is certainly hoped for by Polewali Village in its efforts to build the village's independence.



Figure 8. Partner groups and village apparatus active in PKM activities

The following consideration after labeling the packaging is expanding the marketing area to increase sales volume. One of the popular methods lately is utilizing social media integrated with e-commerce. The digitization of marketing combined with interaction with buyers or potential customers during transactions can be done instantly and accessed to search for product-related information (Saudah et al., 2021). Potential buyers are given options that make it easier, from choosing the product, payment methods, to a forum for direct communication with the seller.

The potential of the online market is vast, so expanding the marketing area can be explored through the internet at a relatively low cost. This is very different from traditional markets, where sellers and buyers must face each other directly (Supardin & Sukiyanto, 2024). Through the sales accounts created by the partner group members, they can promote Dempo fish as a distinctive product from Polewali Village that can be purchased online.

4. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This Community Service activity aims to create attractive and safer packaging to maintain product quality, as well as expand the product marketing area to increase sales productivity through digital marketing exploration. The target to be achieved in this activity is the improvement of the Dempo fish product quality from the Bumdes Maddiolo fish processing unit by creating the right packaging, and increasing the sales turnover of Dempo fish through digital marketing strategies. The implementation of this activity is divided into 4 stages: socialization, training, technology application, mentoring, and evaluation. Packaging technology in the form of tools that support the packaging of Dempo fish products, the location of the activity, the activity of the partner group members, and the support of village officials and the local community are determining factors for achieving the objectives of this activity. The results achieved can be seen from the labeled packaging of Dempo fish products, which have a longer shelf life compared to before. In addition, there was a 61.53% increase in sales turnover in less than a month after the partners applied packaging technology and digital marketing to their products. It is expected that

through this activity, partners will understand the importance of packaging in maintaining the quality of Dempo fish products to consumers, and enhance their skills and income through digital marketing practices that drive the economic independence of the village.

There is a need for socialization regarding packaging technology for home-based products that have the potential to become industries, so that knowledge and skills in packaging can reach all processed agricultural products in a village. Additional time for the development of digital marketing should also be implemented as an effort to assess the community's response to the marketed products and the marketing areas reached by the offered products. It would be best if this activity could be followed up through cooperation with other relevant agencies concerning product legality so that this activity can be sustainable. It is also expected that the partner group can be more open in providing information regarding the needs that can be addressed through similar community service activities in an effort to build the village's self-reliance.

ACKNOWLEDGEMENT

We like to express our gratitude to the Directorate of Research, Technology, and Community Service (DRTPM) of the Ministry of Education and Culture 2024 for funding the implementation of this PKM through the Muhammadiyah University of Parepare, as well as to the Bone Regency Government, specifically the Polewali Village Government in Sibulue District, and the Maddiolo Bumdes Management for their extensive support in every stage of this PKM activity.

REFERENCES

- Agustina R., Dwanoko YS., & Suprianto D. (2021). Pelatihan desain logo dan kemasan produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Akifah, A. (2020). Optimalisasi fungsi media sosial dalam pengembangan bisnis kuliner. *Jurnal Kinesik*, 7(2), 91-102. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>
- Andiani, N. D., Kusumayani, P. E., Trianasari, T., & Kesiman, M. W. A. (2023). Training and coaching on digital marketing as an information and promotional media. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(1), 177-187. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i1.8807>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Jurnal Sosio E-kons*, 1(1), 20-27. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 347-353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Daman, A. A. A., Hendrowati, W., Saputra, A. K., & Nurahmi, L. (2021). Penerapan teknologi vacuum seal untuk meningkatkan daya tahan produk olahan ikan di Sentra Ikan Bulak. *Jurnal Sewagati*, 5(3), 257-268. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.31>
- Erijanto, A. C., & Fibrianto, K., (2018). Variasi kemasan terhadap tingkat kesukaan dan pengambilan keputusan konsumen pada pembelian makanan tradisional: Kajian pustaka. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 6(1), 91-96. <https://doi.org/10.21776/ub.jpa.2018.006.01.11>

- Fibrianti, N. (2019). Upaya pemahaman pencantuman label pada kemasan produk makanan bagi siswa SMA 12 Semarang. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement)*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.15294/jphi.v2i1.27743>
- Hamdan, A., Suswanto, H., Taufani, AR., Sujito, Syah, Al. & Pratama, RD. (2023). Pemanfaatan teknologi vacuum sealer sebagai peningkatan kualitas packing produk frozen food pada komunitas UMKM Shingkara. *Jurnal Tridarma*, 6(1), 61-65. <https://doi.org/10.35335/abdimas.v6i1.4058>
- Hayati, L. A. (2021). Peran packaging terhadap tingkat nilai jual produk olahan keripik buah. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(4), 551-561. <https://doi.org/10.59141/jiss.v2i04.255>
- Mardhiah, A., Musran & Handayani, L. (2023). Intelligent packaging dalam perspektif filsafat ilmu. *Jurnal Sains Riset* 3(1), 125-133. <https://doi.org/10.47647/jsr.v13i1.976>
- Marhamah, M., Lazuardi, S., Roswaty, R., & Tripermata, L. (2022). Peningkatan nilai tambah dan strategi digital marketing pada produk UMKM Desa Alai Kecamatan Lembak. *JOSR: Journal of Social Research*, 1(10), 1149-1154. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i10.246>
- Maricar, R., Naharuddin, A., & Rosmiati, R. (2023). The influence of packaging design on the performance of small and medium-sized enterprises' products. *Jurnal Administrasi Kantor*, 11(1), 153-162. <https://doi.org/10.51211/jak.v11i1.2360>
- Nurendah, Y., Mekaniwati, A., & Khim, S. (2021). Inovasi kemasan dan pemasaran berbasis teknologi kunci pengembangan produk UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 211-220. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1647>
- Nurwathi, N., Azwar, A. G., Munandar, A., Pitoyo, D., Noor, N. N., & Fachrulrozi, M. (2023). Pemanfaatan mesin vacuum pendamping sealer plastik Polypropylene (PP) produk UMKM Dayeuhmanggung. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 4(1), 19-27. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v4i1.2297>
- Puyanda, I. R., Nuraini, V., Anggraini, M. P. A., & Margareta, L. A. (2021). Pelatihan inovasi pengemasan menggunakan kemasan ziplock untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual rambak cakar. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(4), 1940-1949 <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i4.7051>
- Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan teknologi pengemasan dan penyimpanan produk pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 30-38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>
- Saudah, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi usaha kecil menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358-371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Setiyoko, A., Lestari, R. D., & Wulandari, I. (2023). Improving the diversification of herbal pastries and digital marketing applications to increase product sales. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(4), 610-619. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i4.11286>
- Siswanto, Saputro, A., Anif, M., & Prasetyo, B. H. (202). Desain branding kemasan produk UMKM yang menarik dan ekonomis. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 194-201.
- Supardin, L., & Sukiyanto, S. (2024). Sosialisasi digital marketing dan packaging produk. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(2), 226-230.
- Suraya, F., Maharani, D. G., Rachmawati, H., Putri, D. M. Y. & Sari, R. A. (2021). Peran digital marketing dan packaging dalam meningkatkan produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candiroti Kabupaten Temanggung. *Jurnal Puruhita*, 3(2), 52-58. <https://doi.org/10.15294/puruhita.v3i2.53100>

- Utama, A., Mustikasari, A., Cahyaningrum, A. O., Sony, A. (2022). Strategi pemasaran melalui re-design kemasan sebagai upaya pengembangan usaha dan daya saing UKM Bakpia Istu pasca Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat 2022 (SNPPM-2022)*, 136-145.
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Wijaya, T. W., Muchlis, Z., Azizah, L. M., & Miftah, M. (2021). Pengembangan pemasaran produk lokal melalui digital business dan pembaharuan brand produk. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, (4), 1372-1378. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.661>
- Yudhanto, F., Anugrah, R. A., & Wijaya, O. (2022). Pelatihan Pengemasan dan pemasaran produk UMKM masyarakat di Desa Wates Kulon Progo. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 61-66. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v4i1.1833>
-

Parepare, 25 November 2024

Perihal : *Penyampaian Rekognisi Mahasiswa*

Yth.
Ketua Prodi Agribisnis
Di Tempat

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

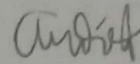
Teriring rahmat Allah SWT semoga kita senantiasa diberkahi dalam menjalankan aktivitas yang bernilai ibadah di sisi-Nya. Kami selaku Tim Pengabdian Masyarakat Tahun Anggaran 2024 menyampaikan bahwa mahasiswa Prodi Agribisnis yang dilibatkan dalam kegiatan dengan judul PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali untuk dipertimbangkan dalam rekognisi matakuliah, sebagai berikut :

No.	Nama Mahasiswa/NIM	Mata Kuliah	Kompetensi yang Diperoleh
1.	Putriani / 222170013	Digital Marketing	1. Meningkatkan keterampilan dalam pembuatan akun penjualan. 2. Meningkatkan keterampilan dalam pemilihan gambar produk atau infografis untuk melengkapi promosi dalam tampilan akun penjualan. 3. Memahami pentingnya Digital Marketing dalam memperluas wilayah pemasaran produk
		Entrepreneurship II	4. Meningkatkan pemahaman dalam pembuatan label dan pemilihan kemasan yang tepat untuk suatu produk. 5. Memahami cara dan penggunaan alat pengemasan, serta tujuan pengemasan bagi suatu produk. 6. Memahami pentingnya kreatifitas dalam menciptakan produk yang khas.
2.	Hanriani / 222170002	Manajemen Pemasaran	1. Memahami strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam menawarkan suatu produk. 2. Meningkatkan keterampilan dalam mengelola permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. 3. Memahami fungsi-fungsi manajemen dalam kegiatan pemasaran produk.
		Digital Marketing	4. Memahami pentingnya pencatatan pemesanan yang dilakukan secara online 5. Meningkatkan keterampilan berinteraksi dengan calon konsumen 6. Memahami dampak digital marketing terhadap efisiensi pemasaran

Sebagai tugas tambahan, mahasiswa akan dibimbing membuat karya ilmiah dalam bentuk artikel yang nantinya akan diterbitkan pada Jurnal Terakreditasi.

Demikian penyampaian ini dibuat untuk dipertimbangkan. Terima kasih.

Hormat kami,
Ketua Tim PKM



Dr. Andi Sitti Halimah, S.P., M.P.

A. TIM

Dr. Andi Sitti Halimah, M.P. NIDN 0910047902
Dr. Andi Abd. Muis, S.Pd.I., M.Pd. NIDN 0912128203
Yushra, S.Kel., M.Si. NIDN 1106049001
Putriani NIM 222170013
Hanriani NIM 222170002

B. LATAR BELAKANG

Dempo ikan adalah olahan ikan yang diproduksi oleh pihak mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo Desa Polewali. Produk tersebut telah dipasarkan pada pameran produk di beberapa event rutin kabupaten, seperti Hari Jadi Bone, HUT kemerdekaan, Hari Pangan, dan beberapa kegiatan kecamatan lainnya. Dari hasil penjualan Dempo ikan dalam event yang diikuti, kelompok ini mampu meraup keuntungan maksimal, sedangkan pemesanan diterima dari beberapa konsumen yang telah membeli dan menyimpan nomor kontak yang tertera pada label kemasan produk, ada juga yang mengetahui produk Dempo ikan milik kelompok unit usaha ini dari teman atau keluarga yang ada di wilayah sekitar Desa Polewali. Meski demikian, anggota kelompok mengakui label pada kemasan dibuat berdasarkan event, sehingga Dempo ikan mereka tidak mudah dikenali. Tampilan produk yang sering berubah-ubah dan cepat rusak, diakui sebagai kekurangan produk ini untuk bisa dipasarkan lebih luas. Cakupan pasar tidak luas karena anggota kelompok hanya menjual di pasar desa atau kecamatan dalam jumlah sedikit. Kecenderungan yang cukup meningkat terhadap penggunaan media sosial di tengah masyarakat seharusnya dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dempo ikan melalui jejalah digital marketing. Hal ini tentu akan mendorong perluasan area pemasaran produk. Sayangnya, potensi tersebut belum mampu dimanfaatkan oleh kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali. Penguasaan teknologi digital menjadi kendala mereka sehingga jangkauan pemasaran produk Dempo ikan-nya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali dalam mendesain kemasan yang tepat dan memperluas wilayah pemasaran produk mereka dalam upaya meningkatkan ekonomi keluarga dan kemandirian desa.

C. TUJUAN

1. Menciptakan kemasan yang menarik dan lebih aman untuk menjaga kualitas produk.
 2. Memperluas area pemasaran produk untuk meningkatkan produktivitas penjualan melalui jejalah digital marketing.
- Jika kedua tujuan program ini tercapai, ada manfaat dapat diperoleh, yang mencakup:
- Bagi mitra:**
1. Produk lebih menarik dan lebih aman sehingga kualitas produk terjaga hingga ke konsumen
 2. Meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan melalui praktek pemasaran secara digital yang mendorong kemandirian ekonomi desa.
- Bagi tim PKM:**
1. Sebagai implementasi hasil riset yang dimanfaatkan oleh masyarakat (hilirisasi produk riset melalui \ pengabdian kepada masyarakat), dan
 2. Sebagai kegiatan kolaboratif dosen dan mahasiswa di luar kampus yang berkaitan dengan penerapan MBKM berbasis IKU.

D. METODE

- a. Sosialisasi**
Kegiatan ini dilakukan sebagai tahap awal PKM, dimana mitra diharapkan memahami tujuan PKM sehingga pelaksanaan setiap program kerja yang disesuaikan berjalan lancar. Materi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini disesuaikan dengan hasil penelitian antara Tim Pengabdian, mitra, serta perangkat desa yang terkait. Berikut uraian pelaksanaan kegiatan PKM Teknologi Packaging dan Digital Marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali.
- b. Pelatihan dan Pendampingan**
- 1) Praktek Packaging:
a) Memberi pemahaman pentingnya kemasan yang menarik, yang tepat termasuk pemberian label pada kemasan produk.
b) Melakukan praktek dengan mengubah cara pengemasan dan bentuk kemasan yang sebelumnya digunakan (re packaging), sehingga dengan pengemasan ukuran standar untuk meningkatkan nilai dari dalam kemasan sehingga dapat menjadi daya tarik Dempo ikan.
 - 2) Pembuatan dan penjualan e-commerce yang diintegrasikan ke media sosial, termasuk cara menyusun dan mengunggah foto-foto sehingga dapat memperluas area pemasaran.
 - 3) Pemanfaatan jejalah digital marketing sebagai sarana promosi dan pemasaran produk Dempo ikan kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo sehingga membantu produktivitas penjualan.
- c. Tahap Evaluasi**
Tahap evaluasi dilakukan pada awal kegiatan sebelum pelatihan (pre-test) dan setelah kegiatan (post test) yang bertujuan untuk mengetahui hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok mitra dalam pemahaman fungsi dan pentingnya pengemasan (packaging) yang baik, serta digital marketing. Saat evaluasi juga akan dicatat masalah-masalah yang dihadapi saat promosi dan pemasaran dilakukan secara digital.

D. HASIL PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini memajukan kemasan Dempo ikan produksi kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Maddiolo Desa Polewali untuk lebih aman dan memiliki daya simpan hingga 90 hari, serta cukup menarik dibanding sebelumnya. Estimasi daya simpan produk Dempo ikan diketahui dari pengamatan yang dilakukan terhadap lem pack dalam freezer untuk pengamatan, dari toleransi packaging diketahui tim pengabdian dan kelompok mitra. Area pemasaran dan volume penjualan Dempo ikan tidak menunjukkan hal positif dimana jumlah pemesanan tercatat sebanyak 128 pack dalam waktu dua bulan. Jika sebelum kegiatan PKM ini dilakukan, onset penjualan sebesar 16pack/bulan atau sekitar 1.350.000/bulan dengan jumlah Dempo ikan 26-27 pack. Dan setelah PKM berjalan, onset penjualan bisa mencapai 3.000.000/bulan dengan jumlah Dempo ikan 60pack. Produk ini diperoleh dan dipasarkan melalui media sosial yang dimiliki masing-masing anggota kelompok mitra.

E. PELAKSANAAN KEGIATAN







BUMDesa MADDIOLO POLEWALI

DESA POLEWALI KECAMATAN SIBULUE KABUPATEN BONE
PROPINSI SULAWESI SELATAN

Laporan Peningkatan Omzet Penjualan Produk Dempo Ikan

Diketahui dari catatan pemesanan yang dibuat oleh kelompok mitra, sebanyak 42 pack produk Dempo ikan telah diterima setelah kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini berjalan. Berdasarkan hasil catatan penjualan produk tersebut pada tahun sebelumnya, omzet yang diperoleh sebesar Rp16 juta, yang jika dirata-rata mencapai sekitar Rp1,3 juta per bulan.

Selama 3 minggu pertama setelah penerapan kemasan dan cara pemasaran secara online termasuk melalui promosi antar teman menggunakan grup WA-fb-ig, terjadi peningkatan omzet penjualan sebesar Rp2,1 juta, atau sekitar 61,53% dibandingkan dengan omzet sebelumnya, dengan tetap mempertahankan harga jual yang sama. Hal ini menandakan adanya respon positif pasar terhadap inovasi kemasan dan strategi pemasaran yang diterapkan.

Setelah berjalan hingga tahun 2025, omzet penjualan dari arsip kelompok ini tercatat mencapai Rp32 juta (Terlampir). Peningkatan omzet ini juga sejalan dengan pencapaian produk yang telah berhasil mendapatkan Sertifikasi Halal, yang memperkuat posisi produk di pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Polewali, 31 Oktober 2025

Mengetahui,





BUMDesa MADDIOLO POLEWALI
DESA POLEWALI KECAMATAN SIBULUE KABUPATEN BONE
PROPINSI SULAWESI SELATAN

Rekap penjualan dempo dari Oktober 2024 sampai September 2025							
NO	BULAN/TAHUN	PCS	SATUAN	HARGA	ONGKIR	JUMLAH	KET
1	Oktober-2024	50	50,000	2,500,000	420,000	2,920,000	Harga satuan (PCS) sebesar Rp 50.000,-
2	November-2024	49	50,000	2,450,000	200,000	2,650,000	
3	Desember-2024	30	50,000	1,500,000	200,000	1,700,000	
4	Januari-2025	47	50,000	2,350,000	350,000	2,700,000	
5	Februari-2025	50	50,000	2,500,000	420,000	2,920,000	
6	Maret-2025	60	50,000	3,000,000	150,000	3,150,000	
7	April-2025	68	50,000	3,400,000	150,000	3,550,000	
8	Mei-2025	55	50,000	2,750,000	300,000	3,050,000	
9	Juni-2025	45	50,000	2,250,000	250,000	2,500,000	
10	Juli-2025	68	50,000	3,400,000	320,000	3,720,000	
11	Agustus-2025	72	50,000	3,600,000	350,000	3,950,000	
12	September-2025	55	50,000	2,750,000	350,000	3,100,000	
TOTAL		649	50,000	32,450,000	3,460,000	35,910,000	

URAIAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan sosialisasi terkait tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bersama kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali sebagai mitra. Materi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini disesuaikan dengan hasil koordinasi antara Tim Pengabdian, mitra, serta perangkat desa yang terkait. Berikut uraian pelaksanaan kegiatan PKM Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali.

Tabel 1. Jadwal Pertemuan Kegiatan PKM

Pertemuan 1	
Aktifitas	- Perkenalan Tim Pengabdian dan Mitra - Penjelasan metode pelaksanaan - Pengenalan dan penjelasan Kemasan dan Manfaatnya, serta Karakteristik Kemasan yang Tepat dan Menarik
Tujuan	- Mengenalkan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian - Memberikan pengenalan dan penjelasan tentang Kemasan dan Manfaatnya, serta Karakteristik Kemasan yang Tepat dan Menarik
Pertemuan 2	
Aktifitas	- Pemilihan kemasan (bentuk dan ukuran) - Pembuatan label
Tujuan	- Memberikan pengetahuan kepada anggota kelompok mitra mengenai pemilihan bentuk dan ukuran yang sesuai untuk produk Dempo ikan - Menentukan jenis label, membuat label dan memasang label secara tepat
Pertemuan 3	
Aktifitas	- Penjelasan dan pelatihan cara menggunakan alat vacuum sealer
Tujuan	- Memberikan pengetahuan manfaat alat tersebut untuk packaging Dempo ikan
Pertemuan 4	
Aktifitas	- Pembuatan akun e-commerce yang telah terintegrasi dengan media sosial - Penyusunan info produk yang menarik untuk bisa diunggah
Tujuan	- Memberi pengetahuan tentang alur penjualan produk secara online melalui akun masing-masing anggota kelompok mitra - Info grafis yang diunggah cukup memadai bagi calon konsumen untuk memutuskan pembelian produk Dempo ikan
Pertemuan 5	
Aktifitas	- Penjelasan tentang promosi produk dalam strategi digital marketing
Tujuan	- Memberikan pengetahuan sekaligus praktik promosi penjualan secara live
Pertemuan 6	
Aktifitas	- Evaluasi kemampuan anggota kelompok dalam packaging, pemasangan label, dan promosi - Melakukan rekap terhadap respons calon konsumen produk Dempo ikan
Tujuan	- Mengetahui kemampuan mitra dalam mengikuti kegiatan ini - Mengetahui volume penjualan secara online
Pertemuan 7	

Aktifitas	- Menghitung omset penjualan - Melakukan review kegiatan pengemasan dempo ikan dan jelajah digital marketing yang telah dilakukan anggota kelompok
Tujuan	- Mengetahui ketercapaian target kegiatan pengabdian - Meningkatkan antusiasme kelompok untuk mengembangkan produk dengan mengoptimalkan jelajah digital dalam pemasaran.

Pelaksanaan pertemuan 1 dilaksanakan di hadapan mitra yaitu anggota kelompok unit usaha pengolahan ikan Bumdes Desa Polewali. Materi yang berkaitan dengan kemasan dan manfaatnya, serta karakteristik kemasan yang tepat dan menarik, mendapat respons positif dari anggota kelompok yang hadir. Diskusi dilakukan cukup santai namun pertanyaan mendasar dari topik di pertemuan ini adalah bagaimana membuat kemasan menarik dan tahan lebih lama sekaligus dapat meningkatkan omset penjualan Dempo ikan. Hal tersebut menunjukkan betapa mereka membutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam mengemas Dempo ikan yang dikenal oleh masyarakat luas sehingga mampu mendorong peningkatan ekonomi.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Manfaat Kemasan

Pemilihan kemasan dan label menjadi materi pada pertemuan 2 di kegiatan pengabdian ini. Anggota kelompok cukup serius mengikuti dan menyimak penjelasan dari Tim Pengabdian. Keakraban mulai terasa dengan pertanyaan yang diselingi dengan bahasa setempat namun tetap tertib dan dapat dipahami oleh semua yang hadir. Anggota kelompok mitra pengabdian yang hadir terlihat sudah memahami pentingnya kemasan dalam melindungi produk dan mendukung daya simpan produk, sedangkan label yang baik mendorong konsumen untuk membeli dan bisa mengingat produk tersebut.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Cara Pemilihan Kemasan dan Label

Pengenalan alat dan cara menggunakannya untuk pengemasan dilakukan pada pertemuan 3, dimana sebelumnya telah dilakukan serah terima alat berupa vacuum sealer dan plastik emboss, timbangan digital, dan freezer dari Tim Pengabdian kepada Sekretaris Desa. Teknologi packaging ditunjukkan secara langsung dan mencontohkan kerja alat vacuum sealer pada produk Dempo ikan kepada anggota kelompok. Mereka yang hadir cukup memperhatikan prosedur packaging dari mesin vacuum yang ada di hadapan mereka, bahkan bapak ketua Bumdes Maddiolo dan Sekretaris Desa Polewali ikut mencoba alat tersebut. Mahasiswa yang ikut dalam kegiatan ini juga mencontohkan cara penggunaan alat.



Gambar 3. Pengenalan dan Penggunaan Alat Teknologi Packaging

Beberapa alat dalam kegiatan PKM ini yang digunakan anggota kelompok mitra dalam mengemas dan menyimpan produk, yaitu plastik emboss sebagai

pembungkus produk; timbangan digital untuk memastikan berat produk sesuai dengan takaran yang disepakati; mesin vacuum sealer agar kemasan produk hampa udara; mesin coding memberi informasi tanggal produksi dan kadaluwarsa produk; dan freezer sebagai wadah penyimpanan produk agar tetap segar untuk dijual.



Plastik Emboss
Vacuum Sealer



Timbangan Digital



Mesin



Mesin Coding



Freezer

Gambar 4. Alat-Alat yang Digunakan Dalam Kegiatan Pengemasan

Pertemuan 4 merupakan pelatihan dan pendampingan pembuatan akun penjualan yang terintegrasi dengan media sosial para anggota kelompok. Hal ini juga disertai dengan penyusunan deskripsi produk menjadi infografis yang siap untuk diunggah ke media sosial.



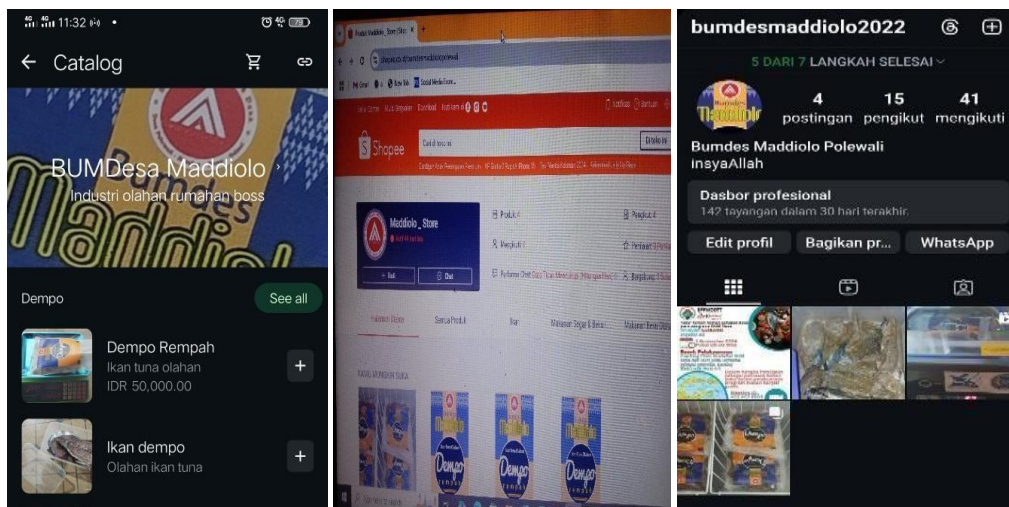
Gambar 5. Pelatihan Pembuatan Akun Penjualan

Selanjutnya penjelasan tentang promosi produk dalam strategi digital marketing, pentingnya pengetahuan e-commerce untuk produsen atau wirausaha yang akan menjual dan memperluas area pemasaran secara digital. Pertemuan 5 ini juga dilakukan secara langsung melalui smartphone anggota kelompok dimana mereka bisa segera mencoba sesuai yang diarahkan oleh tim pengabdian.



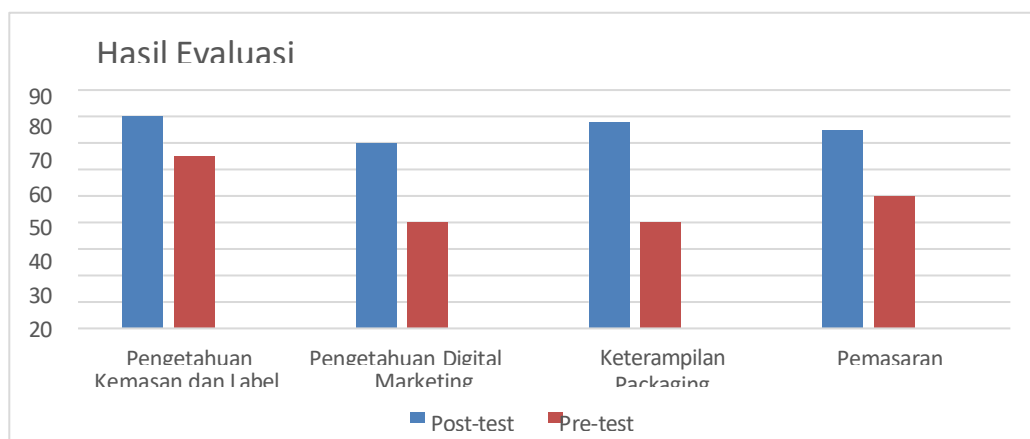
Gambar 6. Pengenalan E-commerce dan Aplikasi Digital Marketing

Untuk terhubung dengan katalog penjualan Dempo ikan produksi Kelompok Usaha Unit Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali bisa melalui <https://wa.me/c/6287828467871> atau <https://shopee.co.id/bumdesmaddiolopolewali>. Hal ini sempat mengalami kendala akibat jaringan internet yang tidak optimal saat kegiatan sehingga dilakukan secara berulang.



Gambar 7. Tangkapan Layar Akun Penjualan Dempo Ikan

Pada pertemuan 6, dilakukan evaluasi terhadap kemampuan anggota kelompok mitra terkait pengemasan dan pemasaran digital Dempo ikan mereka. Hal ini dilakukan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok setelah mengikuti kegiatan PKM ini. Beberapa anggota kelompok memilih langsung praktek pengemasan dengan alasan kurang mampu menulis lengkap urutan pengemasan. Dan hasilnya terlihat cukup memuaskan karena anggota kelompok begitu lancar menggunakan alat-alat yang tersedia untuk mengemas produk mereka hingga siap dipasarkan ke media sosial yang dimiliki. Sebagai informasi, kondisi jaringan belum membaik sehingga anggota kelompok memanfaatkan whatsapp dagang milik Bumdes. Hasil dapat dilihat pada Gambar 9, yang menunjukkan bahwa sebesar 78% anggota kelompok mitra mampu mengoperasikan teknologi packaging dengan terampil, sedangkan pengetahuan tentang pentingnya pengemasan suatu produk bertambah hingga 80%, pengetahuan tentang digital marketing 70%, dan untuk pemasaran sekitar 75%.



Gambar 8. Hasil Evaluasi Kegiatan

Untuk produksi Dempo ikan tidak menjadi bagian dari kegiatan PKM ini, namun tim pengabdian tetap melakukan pengecekan alat-alat yang digunakan dalam pengolahan mengingat hal ini juga penting dalam menjaga kualitas Dempo ikan hingga ke konsumen. Selain itu, tim pengabdian dan ketua mitra melakukan rekap terhadap respons calon konsumen produk Dempo ikan pasca penerapan teknologi packaging dan pemasaran yang dilakukan anggota kelompok mitra melalui media sosial yang dimiliki. Hasil rekap menunjukkan respons masyarakat melalui akun penjualan belum begitu besar mengingat jaringan di lokasi mengalami kendala. Dari beberapa anggota kelompok mitra yang menggunakan WA dalam pemasaran Dempo ikan ini menunjukkan respons cukup besar dan terbukti dari beberapa pemesanan dilakukan melalui chat berasal dari luar kecamatan bahkan kabupaten, seperti Wajo dan Kota Makassar. Hasil diskusi dengan anggota kelompok, diketahui jika mereka lebih banyak menerima pesanan melalui chat atau telepon hingga akhir Oktober 2025 sehingga akun penjualan mereka di e-commerce yang telah dibuat tidak termanfaatkan dengan baik. Meski demikian, mereka tetap antusias mengembangkan cara penjualan Dempo ikan terlebih karena produk ini telah tersertifikasi halal dari MUI.

Terkait kualitas produk, Tim PKM juga mengevaluasi melakukan uji organoleptik terhadap Dempo ikan yang telah disimpan dalam freezer selama 89 hari kepada konsumen yang telah membeli produk ini secara berulang. Uji tersebut dilakukan untuk mengetahui kualitas produk dari perubahan bau, rasa, tekstur, dan warna. Konsumen memberi penilaian dengan skor 1-5. Dari uji tersebut, konsumen memberi penilaian maksimal terhadap Dempo ikan yang diterima. Dimana empat komponen yang dinilai, tidak terdapat perubahan yang signifikan. Hal ini yang mendasari penilaian Tim Pengabdian untuk menyimpulkan daya simpan produk Dempo ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali adalah 89 hari, dimana sebelumnya kelompok mitra terbatas dalam jumlah produksi karena tidak tahan lama. Artinya, ada peningkatan kualitas setelah penerapan teknologi packaging dilakukan terhadap produk tersebut.

Akhir dari kegiatan PKM ini adalah pertemuan 7 yang berisi tentang penghitungan omset penjualan setelah penggunaan teknologi pengemasan dan digital marketing diterapkan mitra. Kegiatan ini juga dibantu oleh mahasiswa sebagai bagian dari Tim Pengabdian, dalam pembukuan sebagai catatan pemesanan yang juga memuat alamat konsumen. Hal ini dianggap perlu untuk mengetahui sampai dimana wilayah pemesanan Dempo ikan yang telah mereka lakukan dan omset penjualan yang bisa dicapai.



Gambar 9. Pencatatan dan Penghitungan Omset Penjualan Dempo Ikan Bersama Sekdes dan Pengelola Bumdes Polewali

Diketahui dari catatan pemesanan yang dibuat kelompok mitra, sebanyak 600pack pemesanan produk Dempo ikan yang telah diterima dalam waktu kurang dari 11bulan sejak PKM ini berjalan. Pada Tahun 2023, hasil catatan penjualan produk yang sama dengan kemasan berbeda, omset penjualan sebesar Rp16juta untuk 320pack atau setara dengan Rp1,3juta per bulan. Artinya, ada peningkatan atas omset penjualan Dempo ikan dengan penggunaan teknologi pengemasan yang diterapkan dari kegiatan PKM TA 2024 ini sebesar Rp2,1juta per bulan. Diketahui dari catatan yang dimiliki mitra, area penjualan produk Dempo ikan sudah sampai ke luar kabupaten, yaitu Kota Makassar, Wajo, dan Luwu. Jumlah pemesanan yang terus bertambah memberi berdampak pada omset penjualan hingga lebih dari Rp30juta per Tahun 2025. Diharapkan pihak mitra mampu mengembangkan usaha Dempo ikannya sebagai produk unggulan wilayah ini yang telah tersertifikasi halal sehingga mendorong kemandirian desa. Selain itu, pada pertemuan 7 juga dilakukan review kegiatan pengemasan Dempo ikan dan digital marketing yang telah dilakukan anggota kelompok mitra. Hasil diskusi bersama perangkat desa dan pengelola Bumdes Polewali, mitra sangat puas atas pendampingan yang dilakukan Tim PKM UMPAR 2024 hingga produk Dempo ikan mereka tersertifikasi dan menjadi pertimbangan dalam keberlanjutan kerjasama di masa datang.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE (UMPAR)

Kampus I: Jl. Muhammadiyah No.8 Tlp.(0421) 21608 Fax.(0421) 21608 Kota Parepare
Kampus II: Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6 Tlp. (0421) 22757 Fax. (0421) 25524 Kota Parepare
Email: umpar_10mei1999@yahoo.co.id

BERITA ACARA SERAH TERIMA ASET

Nomor: 0425/II.3.AU/F/2024

Pada hari ini Jumat tanggal Tiga Puluh Bulan Delapan Tahun Dua Ribu Dua Puluh Empat bertempat di Kantor Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Parepare telah terjadi penyerahan/ penerimaan barang sesuai dengan surat perjanjian penugasan dalam rangka pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat Ruang Lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun 2024 antara:

Nama : Dr. Andi Sitti Halimah, M.P

Jabatan : Ketua Pelaksana

Alamat : Jl. A. Sambaloge no 28 A

Selaku penanggungjawab perseorangan sebagai pihak yang menyerahkan,

Nama : Suhardianto

Jabatan : Kepala Unit Pengolahan Ikan Bumdes Maddiolo Desa Polewali

Alamat : Desa Polewali

Sebagai mitra sasaran dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat dan sebagai pihak yang menerima barang.

Daftar rincian barang sebagai berikut:

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)
1.	Mesin Vacum HVC-260T	1 Unit	RP. 16.000.000	Rp. 16.000.000
2.	Mesin Cooding DY-8	1 Unit	Rp. 900.000	Rp. 900.000
3.	Vacum Bag Bubble SIB 20x30x0,85	1 Unit	Rp. 155.000	Rp. 155.000
4.	Sharp FRV-210 x Chest Freezer 212 L	1 Unit	Rp. 3.450.000	Rp. 3.450.000
5.	Priecing Nankai ART : 177-23	1 Unit	Rp. 375.000	Rp. 375.000
			Jumlah Total Harga (Rp.)	Rp. 20.880.000

Demikian Berita Acara Serah Terima Aset ini dibuat dengan nilai nominal sejumlah 50% dari total dana yang diterima. Seluruh aset/barang yang diserahkan kepada mitra sasaran/pihak penerima barang adalah benar diserahkan dan menjadi milik dari mitra sasaran/pihak penerima barang

Yang menerima:



Yang menyerahkan:



Dr. Andi Sitti Halimah, M.P
NIDN : 0910047902

Mengetahui,
Ketua Lembaga PT



(Dr. Iradhatullah Rahim, M.P)
NIDN : 0926117601

**LAPORAN PENGGUNAAN ANGGARAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT UMPAR**

1. Biaya Upah dan Jasa					
Honor	Tanggal	Honor/Hari (Rp)	Waktu (Hari)	Jumlah Orang	Honor (Rp)
Pembantu Lapangan	30 Agustus	60.000	17	1	1.000.000
Pembantu Lapangan	2 Desember	60.000	38	1	2.300.000
SUB TOTAL (Rp)					3.300.000
2. Biaya Teknologi dan Inovasi					
Material	Tanggal	Harga Satuan (Rp)	Kuantitas	Biaya (Rp)	
Mesin Vacuum Sealer	25 Agustus	16.000.000	1 unit	16.000.000	
Mesin Coding		900.000	1 unit	900.000	
Plastik Emboss		155.000	1 pack	155.000	
Stiker label		2.000	300lbr	600.000	
Freezer		3.450.000	1 unit	3.450.000	
Timbangan Digital		375.000	1 unit	375.000	
Ongkut	26 Agustus	500.000		500.000	
Plastik Emboss	25 November	155.000	2 pack	310.000	
Ongkir	25 November	20.000		20.000	
SUB TOTAL (Rp)					22.310.000
3. Pelatihan					
Kegiatan	Tanggal	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)	
Sosialisasi untuk pertemuan 1 adalah pengenalan dan penjelasan kemasan dan manfaatnya, serta karakteristik kemasan yang tepat dan menarik. Dan sesuai permintaan mitra, materi dibagi atas 2 sesi (pagi dan sore)	27 Juli	25 kotak snack	14.500	362.500	
Pemilihan kemasan dan label produksi	6 Agustus	13 kotak snack 13 kotak makan	14.500 35.000	188.500 455.000	
Pengenalan alat dan cara menggunakannya untuk pengemasan Dempo ikan	30-31 Agustus	13 kotak snack 13 kotak makan 13 kotak snack 13 kotak makan	14.500 35.000 14.500 35.500	188.500 455.000 188.500 455.000	
Pelatihan dan pendampingan pembuatan akun penjualan yang terintegrasi dengan	7-8 September	12 kotak snack 12 kotak makan 11 kotak snack	14.500 35.000 14.500	174.000 420.000 159.500	

media sosial para anggota kelompok		11 kotak makan	35.000	385.000
Mengunjungi mitra untuk mengetahui kendala yang dihadapi termasuk pemahaman mereka terkait tema PKM sebagai evaluasi awal.	15 September	12 kotak snack 12 kotak makan	14.500 35.000	174.000 420.000
Evaluasi kemampuan anggota kelompok mitra termasuk kegiatan promosi yang telah dilakukan dan rencana yang akan dilakukan untuk pemasaran Dempo ikan	26 September	13 kotak snack 13 kotak makan	14.500 35.000	188.500 455.000
Mendampingi anggota kelompok mitra dari proses produksi hingga penerapan teknologi pengemasan dan cara memasarkan Dempo ikan	6 oktober	13 kotak makan 1 paket tisu (isi 3)	35.000 13.000	455.000 13.000
Menghitung omset penjualan setelah penggunaan teknologi pengemasan	19 Oktober	13 kotak snack	14.500	188.000
Membandingkan pendapatan kelompok mitra melalui volume penjualan Dempo ikan dengan kemasan sebelum dan setelah kegiatan PKM	20 Oktober	-	-	-
Mereview kegiatan pengemasan dan digital marketing yang telah dilakukan anggota kelompok mitra	28 November	-	-	-
Mengakhiri kegiatan PKM dengan diskusi rencana kedepan untuk pengemabangan produk Dempo ikan mitra	29 November	-	-	-

SUB TOTAL (Rp) 5.325.000

4. Perjalanan

Kegiatan	Tanggal	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Perjalanan menuju lokasi mitra	30 Juni	135.000	270.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	27 Juli	135.000	270.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	6 Agustus	135.000	270.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	30 Agustus	135.000	270.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	7 September	135.000	270.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	15 september	135.000	270.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	26 September	135.000	270.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	6 Oktober	500.000	500.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	19 Oktober	500.000	500.000
Perjalanan menuju lokasi mitra	28 November	500.000	1.160.000
SUB TOTAL (Rp)			4.050.000

5.Lainnya			
Kegiatan	Tanggal	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Pengadaan spanduk/poster	19 September	235.000	235.000
Publikasi Media Massa		300.000	300.000
Biaya Pemakalah Semnas	1 Oktober	400.000	400.000
Biaya Publikasi Jurnal Sinta 3	29 Oktober	750.000	755.012
Pengadaan poster	2 Desember	145.000	145.000
SUB TOTAL (Rp)			1.835.000
TOTAL ANGGARAN YANG TERPAKAI (100%) (Rp)			36.820.000

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nota Biaya Upah dan Jasa



TA : 2024

No. Bukti :

KUITANSI

Sudah terima dari
Jumlah
Terbilang
Guna membayar

Dr. ANDI SITTI HALIMAH, M.P

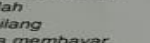
Rp. 1.000.000

Satu Juta Rupiah

Upah dan Jasa dalam rangka pelaporan Pengabdian kepada Masyarakat untuk kegiatan PKM dengan pelaksana TIM PKM UMPAR Berjudul PKM Teknologi Packaging dan jejalah digital marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali Tahun Anggaran 2024 dengan rincian sebagai berikut :

Honor	:	Rp	1,000,000.00
PPh 21	:	Rp	5,000.00
Penerimaan	:	Rp	995,000.00

Setuju Diberikan,
Ketua Pelaksana



Dr. ANDI SITTI HALIMAH, M.P

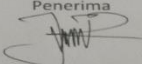
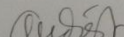
NIDN : 0910047902

Polewali, 30 Agustus 2024

Penerima



HASMAWATI

			
		T.A : 2024	
		No. Bukti :	
<u>KUITANSI</u>			
Sudah terima dari	:	Dr. ANDI SITTI HALIMAH, M.P	
Jumlah	:	Rp. 2.300.000	
Terbilang	:	Dua Juta Tiga Ratus Ribu Rupiah	
Guna membayar	:	Upah dan Jasa dalam rangka pelaporan Pengabdian kepada Masyarakat untuk kegiatan PKM dengan pelaksana TIM PKM UMPAR Berjudul PKM Teknologi Packaging dan jejajah digital marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali Tahun Anggaran 2024 dengan rincian sebaagai berikut :	
Honor	:	Rp	2,300,000.00
PPh 21	:	Rp	-
Penerimaan	:	Rp	2,300,000.00
Setuju Diberikan, Ketua Pelaksana		Polewali, 2 Desember 2024 Penerima  HASMAWATI	
-  Dr. ANDI SITTI HALIMAH, M.P NIDN : 0910047902			

Nota Biaya Teknologi dan Inovasi

[illegible]

**Faktur Jual 2****Pusat Timbangan Makassar**

Jl. Urip Sumoharjo No. 43B Malimor

Kec. Bontoala Kota Makassar

0812 2000 2849

0812 3000 2849

No Transaksi : 1280/JL/UTM/09/

Dept : UTM

Tanggal : 25/08/2024

User : DONNY

Kode Sales : Wina

1280/JL/UTM/0924

Pelanggan : UMUM/CASH

Alamat :

Kode Item	Nama Item	Jml	Satuan	Harga	Total
Prc Nankai 40kg	Pricing Nankai ART:177-23	1,00	Unit	375.000,00	375.000,00
Keterangan	satu unit nankai baru 40 kg			Sub Total :	375.000,00
Terbilang :	TIGA RATUS TUJUH PULUH LIMA RIBU RUPIAH			Total Akhir :	375.000,00
Kasir	Penerima			Tunai :	375.000,00
				Kredit :	0,00
				Transfer :	0,00

DONNY

Untuk timbangan yang belum di TERA pembeli, wajib Melakukan TERA di METROLOGI

1. Garansi Resmi Klaim ke service center bukan ke TOKO.
2. Garansi TOKO 1 Minggu, tidak bisa tukar baru.

3. Timbangan Manual dan Timbangan Dapur tidak ada Garansi.
4. Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan.

Pembayaran transfer via Bank

A/n : Hendra Yusril

BRI : 567801009714501

GELLORY TRAVEL

Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang

JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Kebangkitan Tanggal : 26 - 8
Dari : Mks
Tujuan : Bone
No. Kursi :
Pukul :
Dongkon : angkutan barang
Jumlah :
Total : Rp. 500.000

Tiket ini berlaku

sekaligus jalan dengan waktu

kebangkitan yang tertera di atas

alat + 1 plastik -

**SUMBER PLASTIK & ATK**JL. MESJID RAYA, NO. 70, A1-A3
MAKASSAR0411-431818, 081-888-3338
83.557.859.2-801.000INVOICE: 18/0103/251124-063 25/11/2024
KASIR : TIARA ID CUST: 000001

1. 015613: - SIB IC07A
VACUM BAG BUBBLE SIB 20 X 30 X
0.85
Total Isi Kemasan: 100 LBR
2 BKS X 155.000,00 310.000,00

TRANSAKSI : 310.000,00
TOT. CHARGE : 0,00
TOT. BAYAR : 310.000,00
KEMBALIAN : 0,00

DETAIL PEMBAYARAN :
UANG TUNAI : 310.000,00

TGL. TRX: 03 25/11/2024 11:50:25

* BARANG YANG SUDAH DIBELI TIDAK BAPAT
DITUKAR ATAU DIKEMBALIKAN.

*** TERIMA KASIH ***

Nota Biaya Pelatihan

[illegible]

Jumlah Rp.

Jumlah Rp. 549.500

Jumlah Rp. 594.000

Jumlah Rp.

Tanggal, 6/10/24.
Tuan Ibu Ima
Toko

NOTA NO.

Banyaknya	NAMA BARANG	Harga	Jumlah
13 box	Nasi	35.000	455.000
1 bag	Tissue	13.000	13.000
		Jumlah Rp. 468.000	

Perhatian :
Barang yang sudah dibeli
tidak dapat ditukar/dikembalikan

Tanda terima

Tanggal, 19/10/24.
Tuan Ibu IMA
Toko

NOTA NO.

Banyaknya	NAMA BARANG	Harga	Jumlah
13 box	Sneak	14500	188.000
		Jumlah Rp. 188.500	

Perhatian :
Barang yang sudah dibeli
tidak dapat ditukar/dikembalikan

Tanda terima

Nota Biaya Perjalanan

GELLORY TRAVEL
Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang
JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal : 30 Juni
Dari : Bone
Tujuan : Parepare
No. Kursi :
Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera di atas

Pukul :
Ongkos :
Jumlah :
Total :
Pembayaran :
Tanda terima

GELLORY TRAVEL
Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang
JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal : 30 Juni
Dari : Parepare - Bone
Tujuan :
No. Kursi :
Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera di atas

Pukul :
Ongkos :
Jumlah :
Total :
Pembayaran :
Tanda terima

GELLORY TRAVEL			
Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang			
JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE			
Keberangkatan Tanggal	: 27-7	Pukul	: Malam
Dari	: Bone	Ongkos	: 135000
Tujuan	: Parepare	Jumlah	:
No. Kursi	:	Total	:

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus

GELLORY TRAVEL			
Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang			
JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE			
Keberangkatan Tanggal	: 6-8	Pukul	: Pagi
Dari	: Parepare	Ongkos	: 135.000
Tujuan	: Bone	Jumlah	:
No. Kursi	:	Total	:

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus

GELLORY TRAVEL			
Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang			
JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE			
Keberangkatan Tanggal	: 6-8	Pukul	: Malam
Dari	: Bone	Ongkos	: 135000
Tujuan	: Parepare	Jumlah	:
No. Kursi	:	Total	:

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus

GELLORY TRAVEL			
Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang			
JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE			
Keberangkatan Tanggal	: 8-9	Pukul	: Malam
Dari	: Bone	Ongkos	: 135000
Tujuan	: Parepare	Jumlah	:
No. Kursi	:	Total	:

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus

GELLORY TRAVEL			
Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang			
JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE			
Keberangkatan Tanggal	: 7-9	Pukul	: Pagi
Dari	: Parepare	Ongkos	: 135000
Tujuan	: Bone	Jumlah	:
No. Kursi	:	Total	:

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus

GELLORY TRAVEL

Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang

JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal	: 15-9	Pukul	: pagi
Dari	: Parepare	Ongkos	: 135.000
Tujuan	: Bone	Jumlah	:
No. Kursi	:	Total	:

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus



GELLORY TRAVEL

Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang

JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal	: 15-9	Pukul	: malam
Dari	: Bone	Ongkos	: 135.000
Tujuan	: Parepare	Jumlah	:
No. Kursi	:	Total	:

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus



GELLORY TRAVEL

Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang

JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal	: 26-9-2024	Pukul	: pagi
Dari	: Parepare	Ongkos	: 135.000
Tujuan	: Bone	Jumlah	: 1
No. Kursi	:	Total	: 135.000

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus



GELLORY TRAVEL

Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang

JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal	: 26-9	Pukul	: malam
Dari	: Bone	Ongkos	: 135.000
Tujuan	: Parepare	Jumlah	: 1
No. Kursi	:	Total	: 135.000

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus



GELLORY TRAVEL

Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang

JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal	: 6-10	Pukul	:
Dari	:	Ongkos	:
Tujuan	: Rental	Jumlah	: 1 hari
No. Kursi	:	Total	: Rp. 500.000

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas

Pengurus



GELLORY TRAVEL

Melayani : Rental/ Sewa Kendaraan Tour & Travel Antar Jemput Penumpang dan Barang

JURUSAN : BONE - MAKASSAR - PAREPARE

Keberangkatan Tanggal : 28-30	Pukul :
Dari :	Ongkos :
Tujuan : Rental + Supir	Jumlah :
No. Kursi :	Total : Rp. 1.160.000

Tiket ini berlaku
sekali jalan dengan waktu
keberangkatan yang tertera dia atas



GELLORY Percelakan dan ATK		Tanggal : 19-9-2024. Kepada : Ibu IMA	
BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA SATUAN	JUMLAH
1s	spanduk	135.000	-
1s	poster	100.000	-
			Z
			235.000



Tanda Terima

Hormat kami,

Tribun Bone
WATAMPONE
KABUPATEN BONE

Kwitansi Pembayaran
Pemasangan Iklan/Berita/Media

Sudah Terima dari : Dr. ANDI SITTI HALIMAH, M.P

Jumlah Uang : Rp. 300.000

Terbilang : Tiga Ratus Ribu Rupiah

Untuk Pembayaran : Pemasangan Berita Kegiatan PKM di Desa Polewali
Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone

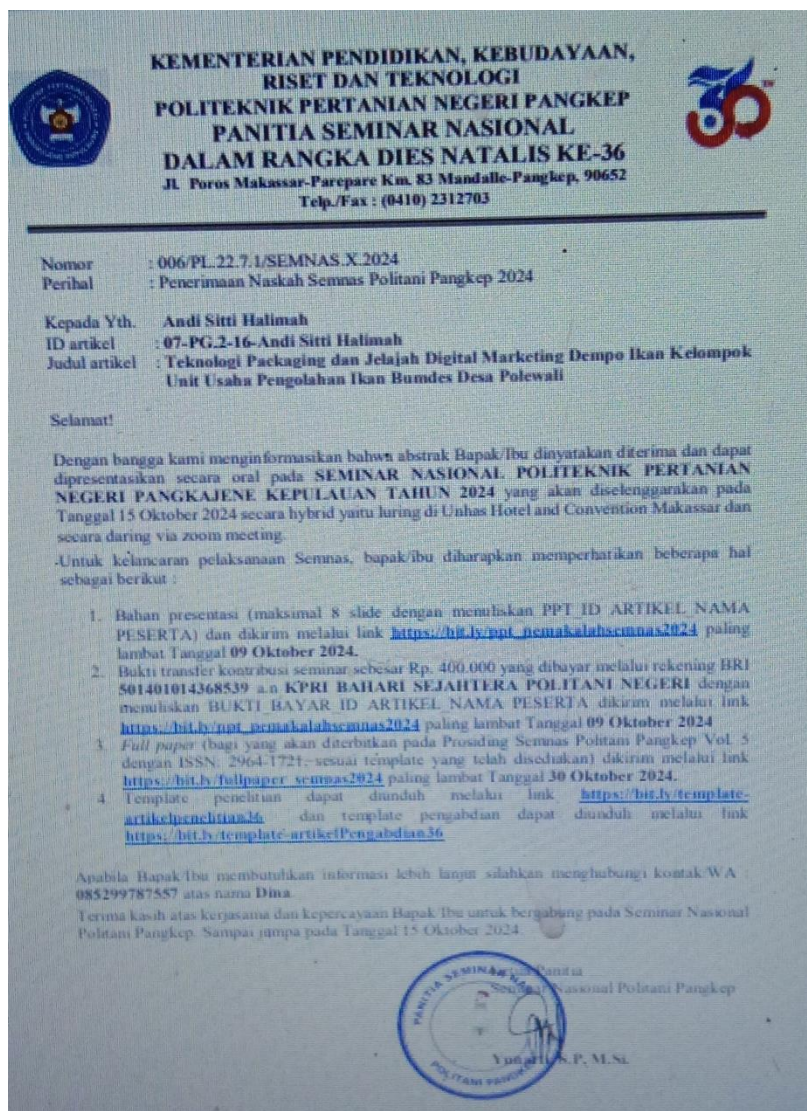
Yang Menyerahkan

Dr. ANDI SITTI HALIMAH, M.P

Watampone, 19 September 2024

Penerima

SATRIA WIJAYA





[ABDIMAS] Editor Decision

J jurnal@unmer.ac.id
jurnal@unmer.ac.id

Nov 22
[Details](#)

Andi Sitti Halima:

We have reached a decision regarding your submission to Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang, "Teknologi Packaging dan Jelajah Digital Marketing Dempo Ikan Kelompok Unit Usaha Pengolahan Ikan Bumdes Desa Polewali".

Our decision is to: Accept submission
Congratulations on your achievement

Dr. Sari Yuniarti
[Scopus ID: [57200655150](#)] Department of
Finance and Banking, University of
Merdeka Malang
Phone [08123321664](tel:08123321664)